

	<p>Centro Nacional de Asistencia Técnica a la Industria – ASTIN</p> <p>LISTA DE CHEQUEO PROCESO Y/O PRODUCTO</p>	<p>Código: 9230-FP-F-216 Versión: 5</p>
--	---	---

1. IDENTIFICACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Programa de formación: Emprendimiento Digital	Ficha de caracterización: 3563453
Resultados (s) de aprendizaje a evaluar: Establecer características y competencias emprendedoras personales de acuerdo con sus potencialidades, objetivos y el entorno.	Código de la guía: 9230-F62360012
<p>Evidencias de aprendizaje requeridas para aprobar el (los) resultado (s) de aprendizaje, según la planeación pedagógica:</p> <p>1. Tipo C <i>Diana de valoración y Diario de fortalecimiento Mapa de sueño Argumentación de dibujo del Triángulo de la responsabilidad Heteroevaluación, coevaluación y</i> ###</p> <p>2. Tipo D <i>prototipo del molino de viento elaboración del Design thinking según el caso plan de acción con las metas en su proyecto de vida Heteroevaluación, coevaluación y</i></p> <p>3. Tipo P <i>NombreRespuesta a preguntas de las actividades tringulo de responsabilidad empleando el casLactifeliz y los lechero identificando los intereses de acuerdo ala responsabilidad emprendedora Heteroevaluación, coevaluación y autoevaluación de la evidencia</i></p>	

2. PRESENTACIÓN E INSTRUCCIONES PARA EL DILIGENCIAMIENTO:

<p>Señor/a Instructor/a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Observe en detalle el proceso y/o valore el producto y evalúe con objetividad. - Comparta, con el Aprendiz, los resultados obtenidos y acuerde, si es necesario, un nuevo momento de evaluación. - Firme el instrumento, verifique la firma del Aprendiz y registre la fecha de la evaluación.

3. CUERPO DEL INSTRUMENTO:

Criterios de Evaluación	Indicadores	APRENDICES																									
		LARI TZA	SCH NEID ER	NICO LL GAB RIEL A	LINA MAR CEL A	KAR EN ALE XA	JULI AN ALB ERT O	CAR OLIN A	MARI A CAMI LA	MIC HEL LE AND REA	AISLI N VAL ERIA	ANA SOFI A	JHO N JANI OR	FABI AN ALE XAN DER	DIEG O ARM AND O	LAU RA MIC HEL LE	DIAN A MAR CEL A	ANG ELA PAT RICI A	JOR GE ALE XIS	ELIZ ABE TH	JUA N EST EBA N	MAR THA LIA	KELL Y				
		NAR ANJ O SALI NAS	LOP EZ SUN S	ZAP ATA ACO STA	RAM OS TOM BE	CHO CUE DIAZ	MIC OLT A ABE LLA	BENI TEZ BUS TAM ANT E	GRIS ALE S VAR GAS	HOY OS MINA	EST UPIÑ AN TOL OZA	GAR ZON SER NA	ARR OYO COR TES	SAN CHE Z MAJI N	OTE RO CHA MOR RO	SAL AZA R DAG UA	GUTI ERR EZ GON ZAL EZ	LON DON O GRIS ALE S	LON DON O GRIS ALE S	MUN OZ SAB AS	REY ES SAL AZA R	VALL EJO REN DON	ROJ AS BET ANC OUR T				
Evidencia a evaluar:	No. 1 de 1 Instructor: GERSAIN ROJAS ALDANA																										
Valora sus características emprendedoras personales acorde con herramienta de diagnóstico personal.	Identifica sus características emprendedoras personales en la Diana de	1	A	A	A	A	A	A	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D				
	Registra sus apreciaciones en el diario de fortalecimiento atendiendo a las directrices	1	A	A	A	A	A	A	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D				
	Aporta al desarrollo de las acciones de equipo con pertinencia y oportunidad	1	A	A	A	A	A	A	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D				
	Asume el desarrollo de las acciones con actitud de disposición y entusiasmo	1	A	A	A	A	A	A	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D				
Identificar motivaciones y Competencias Analizar el entorno digital del mercado	Informe de investigación del mercado en línea y benchmarking.	2	A	A	A	A	A	A	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D				
	Identifica tendencias, competidores y tecnologías relevantes.	2	A	A	A	A	A	A	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D				
	Expresa sus conocimientos sobre la visión personal y sus motivaciones	2	A	A	A	A	A	A	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D				
Definir el modelo de negocio digital.	Identifica los elementos del Triángulo de la Responsabilidad	3	A	A	A	A	A	A	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D				
	Lean Canvas o Business Model Canvas digital.	3	A	A	A	A	A	A	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D				
	Plantea propuesta de valor, segmenta clientes y define canales digitales.	3	A	A	A	A	A	A	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D				
	Identifica las etapas del proceso de toma de decisiones	4	A	A	A	A	A	A	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D				

Asociar el paso a paso del proceso de Toma de Decisiones según problema	Identifica los riesgos de tomar una decisión	4		A	A	A	A	A	A	A	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D							
	Presenta la hoja de seleccón de la toma de decisiones debidamente diligenciada	4		A	A	A	A	A	A	A	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D						
Análisis del entorno digital	Investigación de mercado en línea, competencia digital, herramientas tecnológicas disponibles	5		A	A	A	A	A	A	A	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D						
	Propuesta de valor digital, segmento de clientes, canales digitales utilizados	5		A	A	A	A	A	A	A	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D						
	SEO, redes sociales, publicidad online, automatización de marketing	5		A	A	A	A	A	A	A	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D						
Evidencia a evaluar:		No.		de	Instructor:																											
Desarrollar la estrategia de marketing digital.	Plan de marketing digital (calendario de contenidos, canales, presupuesto).	6		A	A	A	A	A	A	A	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D						
	Define objetivos, públicos meta, acciones en redes y publicidad digital.	6		A	A	A	A	A	A	A	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D						
	Infraestructura digital, UX/UI, seguridad y protección de datos	6		A	A	A	A	A	A	A	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D					
Ejecutar los elementos de una estrategia emprendedora en un proyecto.	Identifica los elementos del plan de acción	7		A	A	A	A	A	A	A	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D						
	Relaciona los elementos del plan de acción con la estrategia emprendedora	1		A	A	A	A	A	A	A	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D						
	Presenta el plan de acción	1		A	A	A	A	A	A	A	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D					
Construir la presencia digital del producto	Mockups, landing page, redes sociales activa	1		A	A	A	A	A	A	A	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D						
	Aplica principios de diseño UX/UI y responsive design.	1		A	A	A	A	A	A	A	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D						
	Validar la idea de negocio digital.	1		A	A	A	A	A	A	A	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D						
La (s) evidencia (s) es (son) :	DE CALIDAD			A	A	A	A	A	A	A	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D						
	PERTINENTE (S)			A	A	A	A	A	A	A	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D						
	VIGENTE (S)			A	A	A	A	A	A	A	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D						
	AUTÉNTICA (S)			A	A	A	A	A	A	A	A	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D						

