PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Tecnología en Gestión Empresarial.
- **Código del Programa de Formación:** 621201
- **Nombre del Proyecto:** Diagnóstico y propuesta de mejora en procesos administrativos, financieros, logísticos y comerciales, además del sistema de gestión en salud y seguridad del trabajador de las pymes de la región.
- **Fase del Proyecto:** Planeación
- **Actividad de Proyecto:** Realizar diagnósticos para la identificación de necesidades, en las unidades productivas, de los procesos administrativos, financieros, logísticos y comerciales y sistema de gestión en salud y seguridad.
- **Competencia:** 260101016 PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:**

  Definir el plan de acción de mercadeo teniendo en cuenta datos y estadísticas de gestión y el comportamiento de los consumidores, realizando un diagnóstico de mercados que indiquen oportunidades de negocios utilizando software especializado en proyecciones de mercadeo teniendo en cuenta las políticas de la empresa. (RAP).

  Preparar los informes relacionados con el comportamiento del consumidor teniendo en cuenta el contexto mercadológico, elaborando el plan de acción de mercadeo teniendo en cuenta las técnicas mercadológicas y de planeación de acuerdo con los objetivos fijados. (RAP).
- **Actividades de aprendizaje:**

  Elaborar el plan de marketing.

- **Duración de la Guía:** 20 horas

2. PRESENTACION

El objetivo de esta guía es orientar a los aprendices en el desarrollo de las actividades de aprendizaje, de manera sistemática y organizada, con el fin de alcanzar la aplicación de conocimientos, conceptos y principios a la actividad de proyecto establecida. Como recomendación es necesario que lea toda la guía, para que se familiarice con las actividades, maneje los tiempos sugeridos y realice cada actividad propuesta. Para el desarrollo de cada actividad se requiere ejecutar trabajo individual y colectivo, algunos de los objetivos que se debe alcanzar en esta guía se desarrollaran a través de la plataforma Territorium. El programa de formación está diseñado para desarrollar una formación por competencias y aprendizaje por proyectos; por tanto, el aprendiz deberá lograr importantes actitudes hacia el autoaprendizaje, la autoconsulta, la autoevaluación y demás actitudes, que permitan la autonomía en su formación y en la toma de decisiones, respecto a la creación de conceptos, además el logro significativo de Aprendizajes que le permitirán un avance en su capacidad de creación y reflexión. El aprendiz debe adquirir la conciencia de la importancia del trabajo en equipo, de acuerdo con la temática vista y las necesidades de refuerzo, se realizarán talleres, sustentación conceptual individual y grupal, estudio de casos, reflexión y argumentación de lecturas relacionadas con la planeación de actividades de mercadeo.

2. FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Descripción de la(s) Actividad(es)

Taller de contextualización: Ingresar a la plataforma Territorium, en el espacio material de apoyo encontrará el contenido relacionado con el tema **"Generalidades de la empresa"**. Para realizar esta actividad es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. **Leer el material detenidamente de forma individual**
2. **Consultar palabras desconocidas**
3. **Realizar taller anexo**
4. **Socializar en el ambiente de aprendizaje virtual**

Esta evidencia debe ser entregada en el espacio destinado para el envío de documentos de la Actividad de Aprendizaje en los tiempos establecidos por su instructor.

Taller de contextualización: Esta actividad se debe realizar de forma individual y consiste en observar los links de los videos relacionados a continuación cuyo tema a tratar es el **"Plan de Marketing".**

Después de observar los videos es necesario construir el vocabulario el cual le va a permitir entender de una forma fundada la idea principal de cada uno de los videos, posteriormente debe efectuar un escrito cuya estructura está dada por los siguientes elementos:

a. **Portada**
b. **Titulo**
c. **Introducción**
d. **Desarrollo o contenido (Mínimo tres páginas)**
e. **Conclusión**
f. **Bibliografía**
g. **Vocabulario**

Se sustentará mediante herramienta pedagógica mesa redonda, aportando ideas y aclarando dudas e inquietudes.

Link video:
Proceso de Planificación Estratégica - Planeamiento Estratégico.
https://www.youtube.com/watch?v=UCFaXHPqynI

Plan de marketing: qué es y cómo hacer uno paso a paso.
https://www.youtube.com/watch?v=YpcxMRGtR0I

¿Cómo elaborar un plan de marketing? | APRENDE MARKETING.
https://www.youtube.com/watch?v=kKzKVhUsB4M

El Plan de Marketing y Plan Estratégico
https://www.youtube.com/watch?v=ZTsvfmaRBHA

Cómo elaborar tu Plan de Marketing desde cero.
https://www.youtube.com/watch?v=qeLOQ4sVNVg&feature=emb_rel_pause

Vocabulario de mercadeo (30%): Ingresar a la plataforma Territorium, en el espacio material de apoyo encontrará el contenido del tema **"Vocabulario de mercadeo".** Para realizar esta actividad es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. **Leer detenidamente el contenido en grupos de trabajo.**
2. **Consultar los conceptos del vocabulario.**
3. **Diseñar historieta que contenga los conceptos asignados.**
4. **Sustentar en el ambiente de aprendizaje virtual.**

Esta evidencia debe ser entregada en el espacio destinado para el envío de documentos de la Actividad de Aprendizaje en los tiempos establecidos por su instructor.

Mapa conceptual "Planeación de marketing" (30%): Ingresar a la plataforma Territorium, en el espacio material de apoyo encontrará el contenido del tema relacionado con **"Planeación de marketing".** Para realizar esta actividad es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. **Leer detenidamente de forma individual.**
2. **Consultar palabras desconocidas.**
3. **Realizar mapa conceptual pertinente al tema.**
4. **Sustentar la actividad en el ambiente de aprendizaje virtual de forma aleatoria.**

El mapa conceptual debe contener los siguientes elementos:

1. **Los conceptos:** estos se refieren a los eventos, objetos, situaciones o hechos y se suelen representarse dentro de círculos o figuras geométricas que reciben el nombre de nodos. A su vez, existen 3 tipos de conceptos: los supra ordinarios que tienen un nivel mayor de inclusividad. Los coordinados que poseen un nivel igualitario de inclusividad y los subordinados que tienen un nivel menor de inclusividad.

   Cada concepto representado en el mapa es relevante para el significado del concepto de mayor jerarquía (que en ocasiones puede ser el título o tema central) y debe ser presentado de forma organizada, de forma que existan relaciones solo entre los conceptos más significativos, puesto que, si relacionan todos ellos entre sí, resultaría en una red de conexiones incomprensible.

   Además, los conceptos no deben tener verbos ni deben formar oraciones completas, ni tampoco repetirse dentro del mapa.

2. **Las palabras de enlace:** normalmente están conformadas por verbos y expresan la relación que existe entre dos o varios conceptos para que sean los más explícito posibles, estos se representan mediante líneas conectoras.

Las líneas conectoras no son suficientes para determinar la relación existente entre los conceptos, por esto suelen acompañarse de palabras de enlace que determinan la jerarquía conceptual y especifican la relación entre los conceptos. Algunas palabras de enlace pueden ser: “Es parte de”, “se clasifican en”, “es”, “depende de”, “para”, “contribuyen a”, “son”, etc.

3. **Las proposiciones:** están compuestas por la unión de uno o varios conceptos o términos que se relacionan entre sí, a través de una palabra de enlace. Estas deben formar oraciones con sentido propio y no deben necesitar de otras proposiciones para tener coherencia.

4. **Líneas conectoras o de unión:** se utilizan para unir los conceptos y para acompañar las palabras de enlace. Las líneas conectoras ayudan a dar mejor significado a los conceptos uniéndolos entre sí.

Esta evidencia debe ser entregada en el espacio destinado para el envío de documentos de la Actividad de Aprendizaje en los tiempos establecidos por su instructor.

Informe “Plan de marketing” (40%): Realizar informe **“Plan de Marketing”** a la empresa asignada teniendo en cuenta el proyecto formativo, dicho informe debe contener la siguiente estructura:

1. Portada
2. Tabla de contenido
3. Introducción
4. Análisis de la situación
5. Determinación de objetivos
6. Elaboración y selección de estrategias
7. Plan de acción
8. Establecimiento de presupuesto
9. Métodos de control

Link: https://robertoespinosa.es/2014/03/25/como-elaborar-el-plan-de-marketing

Esta evidencia debe ser entregada en el espacio destinado para el envío de documentos de la Actividad de Aprendizaje en los tiempos establecidos por su instructor.

Ambiente Requerido

El ambiente de aprendizaje del centro Comercio y turismo debe cumplan con los siguientes requerimientos:

Elementos mínimos de salud ocupacional, como ventilación, luz, fácil acceso y salida en momentos de emergencia.

Materiales de formación

DEVOLUTIVOS

Tablero
Borrador
Videobeam
Computadores

CONSUMIBLES

Resma de papel tamaño oficio
Marcadores
Carpetas tamaño oficio
Ganchos para legajar
Lápiz
Lapicero borrador
Material impreso
Material fotocopiado
Guías de aprendizaje

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Tome como referencia la técnica e instrumentos de evaluación citados en la guía de Desarrollo Curricular

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento: Efectuar mesa redonda, donde se diserte sobre las experiencias vividas en la realización del informe de “Plan de Marketing” de la empresa según proyecto	Expone sus ideas y defiende sus opiniones e intereses.	Mesa redonda. Lista de chequeo.

formativo. **Evidencias de Desempeño:** Presentar y argumentar el mapa conceptual relacionado con el tema “Plan de marketing” **Evidencias de Producto**: “Informe plan de marketing” aplicado a la empresa según proyecto formativo.	Actitud de compromiso. Manejo del tema. Formular ideas con relación al tema. Manejo de equipos audiovisuales. Comprensión y manejo del tema.	Presentación PowerPoint. Lista de chequeo. Producto. Lista de chequeo

1. GLOSARIO DE TERMINOS

MERCADEO: Es colocar tu producto en el medio del mercado. ... Es una combinación de procesos y acciones dirigidas que, valiéndose de datos e investigaciones, coloca tu marca, producto o servicio en el lugar y la hora por donde tu cliente pasa, aumentando de esa forma tus oportunidades de ventas.

PLAN DE MARKETING: Es un documento en formato texto o presentación donde se recogen todos los estudios de mercado realizados por la empresa, los objetivos de marketing a conseguir, las estrategias a implementar y la planificación para llevarlo a cabo.

PROCESO ADMINISTRATIVO: Es un conjunto de **etapas** (planificación, organización, dirección y control) cuya finalidad es conseguir los objetivos de una empresa u organización de la forma más eficiente posible. ... A esta serie de **etapas**, **que** son comunes en la consecución de objetivos, lo llamamos **proceso administrativo**.

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA: Es la elaboración, desarrollo y puesta en marcha de distintos planes operativos por parte de las empresas u organizaciones, con la intención de alcanzar objetivos y metas planteadas. Estos planes pueden ser a corto, mediano o largo plazo.

PROCESO: es una secuencia de pasos dispuesta con algún tipo de lógica que se enfoca en lograr algún resultado específico. Los **procesos** son mecanismos de comportamiento que diseñan los hombres para mejorar la productividad de algo, para establecer un orden o eliminar algún tipo de problema.

PROCEDIMIENTO: planes que establecen un método para manejar las actividades futuras. Son series cronológicas de acciones requeridas, guías para la acción, que detallan la forma exacta en que se deben realizar ciertas actividades.

EFECTIVIDAD: es el equilibrio entre eficacia y eficiencia, donde la eficacia es el logro de los objetivos y la eficiencia, el buen manejo de los recursos.

ENTORNO: Conjunto de agentes externos a la organización- jurídicos, políticos, sociales, económicos, tecnológicos, de la competencia, etc.- que afectan a su supervivencia, mantenimiento o desarrollo y que provoca en ella una determina respuesta en sus propios agentes internos.

EMPRENDEDORES: personas con capacidad de ver una oportunidad para obtener el capital, el trabajo y otros insumos necesarios, así como los conocimientos para estructurar exitosamente una operación. También deben estar dispuestos a correr el riesgo personal del éxito o del fracaso.

ENFOQUE ADMINISTRATIVO, COMPORTAMIENTO DE GRUPO: análisis que examina el comportamiento de las personas en grupos el enfoque se basa en la sociología y la psicología social. La tensión se centra en los comportamientos grupales.

ESTRATEGIA: determinación del propósito (misión) y los objetivos básicos a largo plazo de una empresa y adopción de recursos de acción y asignación de los recursos necesarios para lograr estos propósitos.

TÁCTICA: planes de acción mediante los cuales se ponen en práctica las estrategias.

ÉTICA: sistema de principios o valores morales que se relacionan con el juicio moral, el deber y la obligación; disciplina que trata del bien y del mal.

KAIZEN: un término japonés que señala la importancia del mejoramiento continúo. La idea es que dar continuamente pequeños pasos en mejorías será la clave para el éxito a largo plazo.

LIDERAZGO: influencia, arte o proceso de influir sobre las personas para que se esfuercen en forma voluntaria y con entusiasmo para el logro de las metas del grupo.

ORGANIZACIÓN: concepto utilizado en diversas formas, como por ejemplo 1 sistemas o patrón de cualquier grupo de relaciones en cualquier clase de operación 2 la empresa en si misma 3 cooperaciones de dos o más personas 4 la conducta de los integrantes de un grupo y 5 la estructura intencional de papeles en una empresa “formalmente organizada”

PLANES: propósitos o misión, objetivos, estrategias, políticas, procedimientos, reglas, programas y presupuestos.

PODER: capacidad de las personas o grupos para inducir o influir en las creencias o acciones de otras personas o grupos.

POLÍTICAS: declaraciones o interpretaciones generales que guían el pensamiento durante la toma de dediciones; la esencia de las políticas es la existencia de cierto grado de discrecionalidad para guiar la toma de decisiones.

PLAN DE ACCIÓN: Es una herramienta de planificación empleada para la gestión y control de tareas o proyectos. Como tal, funciona como una hoja de ruta que establece la manera en que se organizará, orientará e implementará el conjunto de tareas necesarias para la consecución de objetivos y metas.

SISTEMA: conjunto de cosas relacionadas o interdependientes y que se afectan mutuamente para formar una unidad compleja; todo compuesto por partes en una disposición ordenada de acuerdo con algún programa o plan.

6. REFERENTES BILBIOGRAFICOS

- Moyano Jose. Administración de empresas: un enfoque teórico práctico, Editorial McGraw-Hill.
- Sanchez Vizcaino Gonzalo. Administración de empresas, Editorial McGraw-Hill.
- **http://biblioteca.sena.edu.co**

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Lindelia Peralta Paula**	**Instructora Instructora**	**Centro de Comercio y Turismo**	**Febrero 02 del año 2021**

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio

Autor (es)					

PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Tecnología en Gestión Empresarial.
- **Código del Programa de Formación:** 621201
- **Nombre del Proyecto:** Diagnóstico y propuesta de mejora en procesos administrativos, financieros, logísticos y comerciales, además del sistema de gestión en salud y seguridad del trabajador de las pymes de la región.
- **Fase del Proyecto:** Planeación
- **Actividad de Proyecto:** Realizar diagnósticos para la identificación de necesidades, en las unidades productivas, de los procesos administrativos, financieros, logísticos y comerciales y sistema de gestión en salud y seguridad.
- **Competencia:** 260101016 PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:**

  Definir el plan de acción de mercadeo teniendo en cuenta datos y estadísticas de gestión y el comportamiento de los consumidores, realizando un diagnóstico de mercados que indiquen oportunidades de negocios utilizando software especializado en proyecciones de mercadeo teniendo en cuenta las políticas de la empresa. (RAP 31).

  Preparar los informes relacionados con el comportamiento del consumidor teniendo en cuenta el contexto mercadológico, elaborando el plan de acción de mercadeo teniendo en cuenta las técnicas mercadológicas y de planeación de acuerdo con los objetivos fijados. (RAP).
- **Actividades de aprendizaje:**

  Elaborar el plan de marketing.
- **Duración de la Guía:** 20 horas

2. PRESENTACION

El objetivo de esta guía es orientar a los aprendices en el desarrollo de las actividades de aprendizaje, de manera sistemática y organizada, con el fin de alcanzar la aplicación de conocimientos, conceptos y principios a la actividad de proyecto establecida. Como recomendación es necesario que lea toda la guía, para que se familiarice con las actividades, maneje los tiempos sugeridos y realice cada actividad propuesta. Para el desarrollo de cada actividad se requiere ejecutar trabajo individual y colectivo, algunos de los objetivos que se debe alcanzar en esta guía se desarrollaran a través de la plataforma Territorium. El programa de formación está diseñado para desarrollar una formación por competencias y aprendizaje por proyectos; por tanto, el aprendiz deberá lograr importantes actitudes hacia el autoaprendizaje, la autoconsulta, la autoevaluación y demás actitudes, que permitan la autonomía en su formación y en la toma de decisiones, respecto a la creación de conceptos, además el logro significativo de Aprendizajes que le permitirán un avance en su capacidad de creación y reflexión. El aprendiz debe adquirir la conciencia de la importancia del trabajo en equipo, de acuerdo con la temática vista y las necesidades de refuerzo, se realizarán talleres, sustentación conceptual individual y grupal, estudio de casos, reflexión y argumentación de lecturas relacionadas con la planeación de actividades de mercadeo.

3. FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Descripción de la(s) Actividad(es)

Taller de contextualización:

Taller "Generalidades de la empresa": Ingresar a la plataforma Territorium, en el espacio material de apoyo encontrará el contenido relacionado con el tema **"Generalidades de la empresa"**. Para realizar esta actividad es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. **Leer el material detenidamente de forma individual**
2. **Consultar palabras desconocidas**
3. **Realizar taller anexo**
4. **Socializar en el ambiente de aprendizaje virtual**

Esta evidencia debe ser entregada en el espacio destinado para el envío de documentos de la Actividad de Aprendizaje en los tiempos establecidos por su instructor.

Taller de contextualización:

Ensayo "Plan de marketing": Esta actividad se debe realizar de forma individual y consiste en observar los links de los videos relacionados a continuación cuyo tema a tratar es el **"Plan de Marketing".**

Después de observar los videos es necesario construir el vocabulario el cual le va a permitir entender de una forma fundada la idea principal de cada uno de los videos, posteriormente debe efectuar un escrito cuya estructura está dada por los siguientes elementos:

a. **Portada**
b. **Titulo**
c. **Introducción**
d. **Desarrollo o contenido (Mínimo dos páginas)**
e. **Conclusión**
f. **Bibliografía**
g. **Vocabulario**

Se sustentará mediante herramienta pedagógica mesa redonda, aportando ideas y aclarando dudas e inquietudes.

Link video:
Proceso de Planificación Estratégica - Planeamiento Estratégico.
https://www.youtube.com/watch?v=UCFaXHPqynI

Plan de marketing: qué es y cómo hacer uno paso a paso.
https://www.youtube.com/watch?v=YpcxMRGtR0I

¿Cómo elaborar un plan de marketing? | APRENDE MARKETING.
https://www.youtube.com/watch?v=kKzKVhUsB4M

El Plan de Marketing y Plan Estratégico
https://www.youtube.com/watch?v=ZTsvfmaRBHA

Cómo elaborar tu Plan de Marketing desde cero.
https://www.youtube.com/watch?v=qeLOQ4sVNVg&feature=emb_rel_pause

Vocabulario de mercadeo (50%): Ingresar a la plataforma Territorium, en el espacio material de apoyo encontrará el contenido del tema **"Vocabulario de mercadeo".** Para realizar esta actividad es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. **Leer detenidamente el contenido en grupos de trabajo.**
2. **Consultar los conceptos del vocabulario.**
3. **Diseñar historieta que contenga los conceptos asignados.**
4. **Sustentar en el ambiente de aprendizaje virtual.**

Esta evidencia debe ser entregada en el espacio destinado para el envío de documentos de la Actividad de Aprendizaje en los tiempos establecidos por su instructor.

Mapa conceptual "Planeación de marketing": Ingresar a la plataforma Territorium, en el espacio material de apoyo encontrará el contenido del tema relacionado con **"Planeación de marketing".** Para realizar esta actividad es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. **Leer detenidamente de forma individual.**
2. **Consultar palabras desconocidas.**
3. **Realizar mapa conceptual pertinente al tema.**
4. **Sustentar la actividad en el ambiente de aprendizaje virtual de forma aleatoria.**

El mapa conceptual debe contener los siguientes elementos:

1. **Los conceptos:** estos se refieren a los eventos, objetos, situaciones o hechos y se suelen representarse dentro de círculos o figuras geométricas que reciben el nombre de nodos. A su vez, existen 3 tipos de conceptos: los supra ordinarios que tienen un nivel mayor de inclusividad. Los coordinados que poseen un nivel igualitario de inclusividad y los subordinados que tienen un nivel menor de inclusividad.

   Cada concepto representado en el mapa es relevante para el significado del concepto de mayor jerarquía (que en ocasiones puede ser el título o tema central) y debe ser presentado de forma organizada, de forma que existan relaciones solo entre los conceptos más significativos, puesto que, si relacionan todos ellos entre sí, resultaría en una red de conexiones incomprensible.

   Además, los conceptos no deben tener verbos ni deben formar oraciones completas, ni tampoco repetirse dentro del mapa.

2. **Las palabras de enlace:** normalmente están conformadas por verbos y expresan la relación que existe entre dos o varios conceptos para que sean los más explícito posibles, estos se representan mediante líneas conectoras.

Las líneas conectoras no son suficientes para determinar la relación existente entre los conceptos, por esto suelen acompañarse de palabras de enlace que determinan la jerarquía conceptual y especifican la relación entre los conceptos. Algunas palabras de enlace pueden ser: “Es parte de”, “se clasifican en”, “es”, “depende de”, “para”, “contribuyen a”, “son”, etc.

3. **Las proposiciones:** están compuestas por la unión de uno o varios conceptos o términos que se relacionan entre sí, a través de una palabra de enlace. Estas deben formar oraciones con sentido propio y no deben necesitar de otras proposiciones para tener coherencia.

4. **Líneas conectoras o de unión:** se utilizan para unir los conceptos y para acompañar las palabras de enlace. Las líneas conectoras ayudan a dar mejor significado a los conceptos uniéndolos entre sí.

Esta evidencia debe ser entregada en el espacio destinado para el envío de documentos de la Actividad de Aprendizaje en los tiempos establecidos por su instructor.

Informe “Plan de marketing” (50%): Realizar informe **“Plan de Marketing”** a la empresa asignada teniendo en cuenta el proyecto formativo, dicho informe debe contener la siguiente estructura:

1. Portada
2. Tabla de contenido
3. Introducción
4. Análisis de la situación
5. Determinación de objetivos
6. Elaboración y selección de estrategias
7. Plan de acción
8. Establecimiento de presupuesto
9. Métodos de control

Link: https://robertoespinosa.es/2014/03/25/como-elaborar-el-plan-de-marketing

Esta evidencia debe ser entregada en el espacio destinado para el envío de documentos de la Actividad de Aprendizaje en los tiempos establecidos por su instructor.

Ambiente Requerido
El ambiente de aprendizaje del centro Comercio y turismo debe cumplan con los siguientes requerimientos:
Elementos mínimos de salud ocupacional, como ventilación, luz, fácil acceso y salida en momentos de emergencia.

Materiales de formación
DEVOLUTIVOS
Tablero
Borrador
Videobeam
Computadores

CONSUMIBLES
Resma de papel tamaño oficio
Marcadores
Carpetas tamaño oficio
Ganchos para legajar
Lápiz
Lapicero borrador
Material impreso
Material fotocopiado
Guías de aprendizaje

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Tome como referencia la técnica e instrumentos de evaluación citados en la guía de Desarrollo Curricular

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento: Efectuar mesa redonda, donde se diserte sobre las experiencias vividas en la realización del informe de “Plan de Marketing” de la empresa según proyecto	Expone sus ideas y defiende sus opiniones e intereses.	Mesa redonda. Lista de chequeo.

formativo. **Evidencias de Desempeño:** Presentar y argumentar el mapa conceptual relacionado con el tema “Plan de marketing” **Evidencias de Producto**: “Informe plan de marketing” aplicado a la empresa según proyecto formativo.	Actitud de compromiso. Manejo del tema. Formular ideas con relación al tema. Manejo de equipos audiovisuales. Comprensión y manejo del tema.	Presentación PowerPoint. Lista de chequeo. Producto. Lista de chequeo

5. GLOSARIO DE TERMINOS

MERCADEO: Es colocar tu producto en el medio del mercado. ... Es una combinación de procesos y acciones dirigidas que, valiéndose de datos e investigaciones, coloca tu marca, producto o servicio en el lugar y la hora por donde tu cliente pasa, aumentando de esa forma tus oportunidades de ventas.

PLAN DE MARKETING: Es un documento en formato texto o presentación donde se recogen todos los estudios de mercado realizados por la empresa, los objetivos de marketing a conseguir, las estrategias a implementar y la planificación para llevarlo a cabo.

PROCESO ADMINISTRATIVO: Es un conjunto de **etapas** (planificación, organización, dirección y control) cuya finalidad es conseguir los objetivos de una empresa u organización de la forma más eficiente posible. ... A esta serie de **etapas**, **que** son comunes en la consecución de objetivos, lo llamamos **proceso administrativo**.

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA: Es la elaboración, desarrollo y puesta en marcha de distintos planes operativos por parte de las empresas u organizaciones, con la intención de alcanzar objetivos y metas planteadas. Estos planes pueden ser a corto, mediano o largo plazo.

PROCESO: es una secuencia de pasos dispuesta con algún tipo de lógica que se enfoca en lograr algún resultado específico. Los **procesos** son mecanismos de comportamiento que diseñan los hombres para mejorar la productividad de algo, para establecer un orden o eliminar algún tipo de problema.

PROCEDIMIENTO: planes que establecen un método para manejar las actividades futuras. Son series cronológicas de acciones requeridas, guías para la acción, que detallan la forma exacta en que se deben realizar ciertas actividades.

EFECTIVIDAD: es el equilibrio entre eficacia y eficiencia, donde la eficacia es el logro de los objetivos y la eficiencia, el buen manejo de los recursos.

ENTORNO: Conjunto de agentes externos a la organización- jurídicos, políticos, sociales, económicos, tecnológicos, de la competencia, etc.- que afectan a su supervivencia, mantenimiento o desarrollo y que provoca en ella una determina respuesta en sus propios agentes internos.

EMPRENDEDORES: personas con capacidad de ver una oportunidad para obtener el capital, el trabajo y otros insumos necesarios, así como los conocimientos para estructurar exitosamente una operación. También deben estar dispuestos a correr el riesgo personal del éxito o del fracaso.

ENFOQUE ADMINISTRATIVO, COMPORTAMIENTO DE GRUPO: análisis que examina el comportamiento de las personas en grupos el enfoque se basa en la sociología y la psicología social. La tensión se centra en los comportamientos grupales.

ESTRATEGIA: determinación del propósito (misión) y los objetivos básicos a largo plazo de una empresa y adopción de recursos de acción y asignación de los recursos necesarios para lograr estos propósitos.

TÁCTICA: planes de acción mediante los cuales se ponen en práctica las estrategias.

ÉTICA: sistema de principios o valores morales que se relacionan con el juicio moral, el deber y la obligación; disciplina que trata del bien y del mal.

KAIZEN: un término japonés que señala la importancia del mejoramiento continúo. La idea es que dar continuamente pequeños pasos en mejorías será la clave para el éxito a largo plazo.

LIDERAZGO: influencia, arte o proceso de influir sobre las personas para que se esfuercen en forma voluntaria y con entusiasmo para el logro de las metas del grupo.

ORGANIZACIÓN: concepto utilizado en diversas formas, como por ejemplo 1 sistemas o patrón de cualquier grupo de relaciones en cualquier clase de operación 2 la empresa en si misma 3 cooperaciones de dos o más personas 4 la conducta de los integrantes de un grupo y 5 la estructura intencional de papeles en una empresa “formalmente organizada”

PLANES: propósitos o misión, objetivos, estrategias, políticas, procedimientos, reglas, programas y presupuestos.

PODER: capacidad de las personas o grupos para inducir o influir en las creencias o acciones de otras personas o grupos.

POLÍTICAS: declaraciones o interpretaciones generales que guían el pensamiento durante la toma de dediciones; la esencia de las políticas es la existencia de cierto grado de discrecionalidad para guiar la toma de decisiones.

PLAN DE ACCIÓN: Es una herramienta de planificación empleada para la gestión y control de tareas o proyectos. Como tal, funciona como una hoja de ruta que establece la manera en que se organizará, orientará e implementará el conjunto de tareas necesarias para la consecución de objetivos y metas.

SISTEMA: conjunto de cosas relacionadas o interdependientes y que se afectan mutuamente para formar una unidad compleja; todo compuesto por partes en una disposición ordenada de acuerdo con algún programa o plan.

6. REFERENTES BILBIOGRAFICOS

- Moyano Jose. Administración de empresas: un enfoque teórico práctico, Editorial McGraw-Hill.
- Sanchez Vizcaino Gonzalo. Administración de empresas, Editorial McGraw-Hill.
- **http://biblioteca.sena.edu.co**

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Lindelia Peralta Paula**	**Instructora Instructora**	**Centro de Comercio y Turismo**	**Febrero 02 del año 2021**

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio

Autor (es)					

PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Tecnología en Gestión Empresarial.
- **Código del Programa de Formación:** 621201
- **Nombre del Proyecto:** Diagnóstico y propuesta de mejora en procesos administrativos, financieros, logísticos y comerciales, además del sistema de gestión en salud y seguridad del trabajador de las pymes de la región.
- **Fase del Proyecto:** Planeación
- **Actividad de Proyecto:** Realizar diagnósticos para la identificación de necesidades, en las unidades productivas, de los procesos administrativos, financieros, logísticos y comerciales y sistema de gestión en salud y seguridad.
- **Competencia:** 260101016 PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:**

  Definir el plan de acción de mercadeo teniendo en cuenta datos y estadísticas de gestión y el comportamiento de los consumidores, realizando un diagnóstico de mercados que indiquen oportunidades de negocios utilizando software especializado en proyecciones de mercadeo teniendo en cuenta las políticas de la empresa. (RAP 56).

  Preparar los informes relacionados con el comportamiento del consumidor teniendo en cuenta el contexto mercadológico, elaborando el plan de acción de mercadeo teniendo en cuenta las técnicas mercadológicas y de planeación de acuerdo con los objetivos fijados. (RAP).
- **Actividades de aprendizaje:**

  Elaborar el plan de marketing.

- **Duración de la Guía:** 20 horas

2. PRESENTACION

El objetivo de esta guía es orientar a los aprendices en el desarrollo de las actividades de aprendizaje, de manera sistemática y organizada, con el fin de alcanzar la aplicación de conocimientos, conceptos y principios a la actividad de proyecto establecida. Como recomendación es necesario que lea toda la guía, para que se familiarice con las actividades, maneje los tiempos sugeridos y realice cada actividad propuesta. Para el desarrollo de cada actividad se requiere ejecutar trabajo individual y colectivo, algunos de los objetivos que se debe alcanzar en esta guía se desarrollaran a través de la plataforma Territorium. El programa de formación está diseñado para desarrollar una formación por competencias y aprendizaje por proyectos; por tanto, el aprendiz deberá lograr importantes actitudes hacia el autoaprendizaje, la autoconsulta, la autoevaluación y demás actitudes, que permitan la autonomía en su formación y en la toma de decisiones, respecto a la creación de conceptos, además el logro significativo de Aprendizajes que le permitirán un avance en su capacidad de creación y reflexión. El aprendiz debe adquirir la conciencia de la importancia del trabajo en equipo, de acuerdo con la temática vista y las necesidades de refuerzo, se realizarán talleres, sustentación conceptual individual y grupal, estudio de casos, reflexión y argumentación de lecturas relacionadas con la planeación de actividades de mercadeo.

2. FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Descripción de la(s) Actividad(es)

Taller de contextualización: Ingresar a la plataforma Territorium, en el espacio material de apoyo encontrará el contenido relacionado con el tema **"Generalidades de la empresa"**. Para realizar esta actividad es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. **Leer el material detenidamente de forma individual**
2. **Consultar palabras desconocidas**
3. **Realizar taller anexo**
4. **Socializar en el ambiente de aprendizaje virtual**
5. **Socializar ensayo tema de empresa.**
6. **Realizar instrumento de evaluación oral.**

Esta evidencia debe ser entregada en el espacio destinado para el envío de documentos de la Actividad de Aprendizaje en los tiempos establecidos por su instructor.

Taller de contextualización: Esta actividad se debe realizar de forma individual y consiste en observar los links de los videos relacionados a continuación cuyo tema a tratar es el **"Plan de Marketing".**

Después de observar los videos es necesario construir el vocabulario el cual le va a permitir entender de una forma fundada la idea principal de cada uno de los videos, posteriormente debe efectuar un escrito cuya estructura está dada por los siguientes elementos:

a. **Portada**
b. **Titulo**
c. **Introducción**
d. **Desarrollo o contenido (Mínimo dos páginas)**
e. **Conclusión**
f. **Bibliografía**
g. **Vocabulario**

Se sustentará mediante herramienta pedagógica mesa redonda, aportando ideas y aclarando dudas e inquietudes.

Link video:
Proceso de Planificación Estratégica - Planeamiento Estratégico.
https://www.youtube.com/watch?v=UCFaXHPgynI

Plan de marketing: qué es y cómo hacer uno paso a paso.
https://www.youtube.com/watch?v=YpcxMRGtR0I

¿Cómo elaborar un plan de marketing? | APRENDE MARKETING.
https://www.youtube.com/watch?v=kKzKVhUsB4M

El Plan de Marketing y Plan Estratégico
https://www.youtube.com/watch?v=ZTsvfmaRBHA

Cómo elaborar tu Plan de Marketing desde cero.
https://www.youtube.com/watch?v=qeLOQ4sVNVg&feature=emb_rel_pause

Vocabulario de mercadeo (50%): Ingresar a la plataforma Territorium, en el espacio material de apoyo encontrará el contenido del tema **"Vocabulario de mercadeo".** Para realizar esta actividad es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. **Leer detenidamente el contenido de forma individual.**
2. **Consultar los conceptos del vocabulario.**
3. **Diseñar historieta que contenga los conceptos asignados en grupos de trabajo.**
4. **Sustentar en el ambiente de aprendizaje virtual.**

Esta evidencia debe ser entregada en el espacio destinado para el envío de documentos de la Actividad de Aprendizaje en los tiempos establecidos por su instructor.

Mapa conceptual "Planeación de marketing": Ingresar a la plataforma Territorium, en el espacio material de apoyo encontrará el contenido del tema relacionado con **"Planeación de marketing".** Para realizar esta actividad es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. **Leer detenidamente de forma individual.**
2. **Consultar palabras desconocidas.**
3. **Realizar mapa conceptual pertinente al tema.**
4. **Sustentar la actividad en el ambiente de aprendizaje virtual de forma aleatoria.**

El mapa conceptual debe contener los siguientes elementos:

1. **Los conceptos:** estos se refieren a los eventos, objetos, situaciones o hechos y se suelen representarse dentro de círculos o figuras geométricas que reciben el nombre de nodos. A su vez, existen 3 tipos de conceptos: los supra ordinarios que tienen un nivel mayor de inclusividad. Los coordinados que poseen un nivel igualitario de inclusividad y los subordinados que tienen un nivel menor de inclusividad.

   Cada concepto representado en el mapa es relevante para el significado del concepto de mayor jerarquía (que en ocasiones puede ser el título o tema central) y debe ser presentado de forma organizada, de forma que existan relaciones solo entre los conceptos más significativos, puesto que, si relacionan todos ellos entre sí, resultaría en una red de conexiones incomprensible.

   Además, los conceptos no deben tener verbos ni deben formar oraciones completas, ni tampoco repetirse dentro del mapa.

2. **Las palabras de enlace:** normalmente están conformadas por verbos y expresan la relación que existe entre dos o varios conceptos para que sean los más explícito posibles, estos se representan mediante líneas conectoras.

Las líneas conectoras no son suficientes para determinar la relación existente entre los conceptos, por esto suelen acompañarse de palabras de enlace que determinan la jerarquía conceptual y especifican la relación entre los conceptos. Algunas palabras de enlace pueden ser: “Es parte de”, “se clasifican en”, “es”, “depende de”, “para”, “contribuyen a”, “son”, etc.

3. **Las proposiciones:** están compuestas por la unión de uno o varios conceptos o términos que se relacionan entre sí, a través de una palabra de enlace. Estas deben formar oraciones con sentido propio y no deben necesitar de otras proposiciones para tener coherencia.

4. **Líneas conectoras o de unión:** se utilizan para unir los conceptos y para acompañar las palabras de enlace. Las líneas conectoras ayudan a dar mejor significado a los conceptos uniéndolos entre sí.

Esta evidencia debe ser entregada en el espacio destinado para el envío de documentos de la Actividad de Aprendizaje en los tiempos establecidos por su instructor.

Informe “Plan de marketing” (50%): Realizar informe **“Plan de Marketing”** a la empresa asignada teniendo en cuenta el proyecto formativo, dicho informe debe contener la siguiente estructura:

1. Portada
2. Tabla de contenido
3. Introducción
4. Análisis de la situación
5. Determinación de objetivos
6. Elaboración y selección de estrategias
7. Plan de acción
8. Establecimiento de presupuesto
9. Métodos de control

Esta evidencia debe ser entregada en el espacio destinado para el envío de documentos de la Actividad de Aprendizaje en los tiempos establecidos por su instructor.

Ambiente Requerido

El ambiente de aprendizaje del centro Comercio y turismo debe cumplan con los siguientes requerimientos:

Elementos mínimos de salud ocupacional, como ventilación, luz, fácil acceso y salida en momentos de emergencia.

Materiales de formación
DEVOLUTIVOS
Tablero
Borrador
Videobeam
Computadores

CONSUMIBLES
Resma de papel tamaño oficio
Marcadores
Carpetas tamaño oficio
Ganchos para legajar
Lápiz
Lapicero borrador
Material impreso
Material fotocopiado
Guías de aprendizaje

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Tome como referencia la técnica e instrumentos de evaluación citados en la guía de Desarrollo Curricular

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento: Efectuar mesa redonda, donde se diserte sobre las experiencias vividas en la realización del informe de "Plan de Marketing" de la empresa según proyecto formativo.	Expone sus ideas y defiende sus opiniones e intereses.	Mesa redonda. Lista de chequeo.
Evidencias de Desempeño: Presentar y argumentar el mapa conceptual relacionado con el tema "Plan de marketing"	Actitud de compromiso. Manejo del tema. Formular ideas con relación al tema. Manejo de equipos audiovisuales.	Presentación PowerPoint. Lista de chequeo.

Evidencias de Producto: “Informe plan de marketing” aplicado a la empresa según proyecto formativo.	Comprensión y manejo del tema.	Producto. Lista de chequeo

1. GLOSARIO DE TERMINOS

MERCADEO: Es colocar tu producto en el medio del mercado. ... Es una combinación de procesos y acciones dirigidas que, valiéndose de datos e investigaciones, coloca tu marca, producto o servicio en el lugar y la hora por donde tu cliente pasa, aumentando de esa forma tus oportunidades de ventas.

PLAN DE MARKETING: Es un documento en formato texto o presentación donde se recogen todos los estudios de mercado realizados por la empresa, los objetivos de marketing a conseguir, las estrategias a implementar y la planificación para llevarlo a cabo.

PROCESO ADMINISTRATIVO: Es un conjunto de **etapas** (planificación, organización, dirección y control) cuya finalidad es conseguir los objetivos de una empresa u organización de la forma más eficiente posible. ... A esta serie de **etapas**, **que** son comunes en la consecución de objetivos, lo llamamos **proceso administrativo**.

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA: Es la elaboración, desarrollo y puesta en marcha de distintos planes operativos por parte de las empresas u organizaciones, con la intención de alcanzar objetivos y metas planteadas. Estos planes pueden ser a corto, mediano o largo plazo.

PROCESO: es una secuencia de pasos dispuesta con algún tipo de lógica que se enfoca en lograr algún resultado específico. Los **procesos** son mecanismos de comportamiento que diseñan los hombres para mejorar la productividad de algo, para establecer un orden o eliminar algún tipo de problema.

PROCEDIMIENTO: planes que establecen un método para manejar las actividades futuras. Son series cronológicas de acciones requeridas, guías para la acción, que detallan la forma exacta en que se deben realizar ciertas actividades.

EFECTIVIDAD: es el equilibrio entre eficacia y eficiencia, donde la eficacia es el logro de los objetivos y la eficiencia, el buen manejo de los recursos.

ENTORNO: Conjunto de agentes externos a la organización- jurídicos, políticos, sociales, económicos, tecnológicos, de la competencia, etc.- que afectan a su supervivencia, mantenimiento o desarrollo y que provoca en ella una determina respuesta en sus propios agentes internos.

EMPRENDEDORES: personas con capacidad de ver una oportunidad para obtener el capital, el trabajo y otros insumos necesarios, así como los conocimientos para estructurar exitosamente una operación. También deben estar dispuestos a correr el riesgo personal del éxito o del fracaso.

ENFOQUE ADMINISTRATIVO, COMPORTAMIENTO DE GRUPO: análisis que examina el comportamiento de las personas en grupos el enfoque se basa en la sociología y la psicología social. La tensión se centra en los comportamientos grupales.

ESTRATEGIA: determinación del propósito (misión) y los objetivos básicos a largo plazo de una empresa y adopción de recursos de acción y asignación de los recursos necesarios para lograr estos propósitos.

TÁCTICA: planes de acción mediante los cuales se ponen en práctica las estrategias.

ÉTICA: sistema de principios o valores morales que se relacionan con el juicio moral, el deber y la obligación; disciplina que trata del bien y del mal.

KAIZEN: un término japonés que señala la importancia del mejoramiento continúo. La idea es que dar continuamente pequeños pasos en mejorías será la clave para el éxito a largo plazo.

LIDERAZGO: influencia, arte o proceso de influir sobre las personas para que se esfuercen en forma voluntaria y con entusiasmo para el logro de las metas del grupo.

ORGANIZACIÓN: concepto utilizado en diversas formas, como por ejemplo 1 sistemas o patrón de cualquier grupo de relaciones en cualquier clase de operación 2 la empresa en si misma 3 cooperaciones de dos o más personas 4 la conducta de los integrantes de un grupo y 5 la estructura intencional de papeles en una empresa “formalmente organizada”

PLANES: propósitos o misión, objetivos, estrategias, políticas, procedimientos, reglas, programas y presupuestos.

PODER: capacidad de las personas o grupos para inducir o influir en las creencias o acciones de otras personas o grupos.

POLÍTICAS: declaraciones o interpretaciones generales que guían el pensamiento durante la toma de dediciones; la esencia de las políticas es la existencia de cierto grado de discrecionalidad para guiar la toma de decisiones.

PLAN DE ACCIÓN: Es una herramienta de planificación empleada para la gestión y control de tareas o proyectos. Como tal, funciona como una hoja de ruta que establece la manera en que se

organizará, orientará e implementará el conjunto de tareas necesarias para la consecución de objetivos y metas.

SISTEMA: conjunto de cosas relacionadas o interdependientes y que se afectan mutuamente para formar una unidad compleja; todo compuesto por partes en una disposición ordenada de acuerdo con algún programa o plan.

6. REFERENTES BILBIOGRAFICOS

- Moyano Jose. Administración de empresas: un enfoque teórico práctico, Editorial McGraw-Hill.
- Sanchez Vizcaino Gonzalo. Administración de empresas, Editorial McGraw-Hill.
- **http://biblioteca.sena.edu.co**

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Lindelia Peralta Paula**	**Instructora Instructora**	**Centro de Comercio y Turismo**	**Febrero 02 del año 2021**

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** TECNOLOGÍA EN DIRECCIÓN DE VENTAS.

- **Código del Programa de Formación:** 621111

- **Nombre del Proyecto:** Fortalecimiento del equipo de ventas de una empresa del departamento del Quindío.

- **Fases del Proyecto:** Planeación.

- **Actividad de Proyecto:**
  Programar la información y actividades de la estructura del área de comercial de la empresa seleccionada según el reconocimiento situacional de la misma.

- **Competencia:** 260101026 ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:**

1. Diseñar programas para la evaluación de vendedores con el apoyo de software aplicando métodos y técnicas de programación que permitan obtener resultados útiles en la retroalimentación y capacitación de la fuerza de ventas. (RAP 84)

2. Seleccionar la fuerza de vendedores requeridos en la acción de ventas mediante la Aplicación de técnicas y criterios de selección apoyados en herramientas de evaluación de personal para garantizar la fuerza de ventas acorde con la demanda de la empresa. (RAP 64)

3. Estructurar programas de incentivos para la fuerza de ventas con la aplicación de técnicas de programación en el diseño de estrategias de motivación y comunicación que propicien la productividad y efectividad de la fuerza de ventas según política empresarial. (RAP 3)

- **Actividad de aprendizaje**

1. Trazar programas para la evaluación de vendedores de acuerdo a técnicas y métodos.
2. Seleccionar la fuerza de vendedores requeridos mediante la aplicación de técnicas.
3. Estructurar programas de incentivos para la fuerza de ventas de acuerdo a técnicas establecidas.

- Duración de la Guía: 20 horas.

2. PRESENTACIÓN

El objetivo de esta guía es orientar a los aprendices en el desarrollo de las actividades de aprendizaje, de manera sistemática y organizada, con el fin de alcanzar la aplicación de conocimientos, conceptos y principios a la actividad de proyecto establecida. Como recomendación es necesario que lea toda la guía, para que se familiarice con las actividades, maneje los tiempos sugeridos y realice cada actividad propuesta. Para el desarrollo de cada actividad se requiere ejecutar trabajo individual y colectivo, algunos de los objetivos que se debe alcanzar en esta guía se desarrollaran a través de la plataforma Territorium. El programa de formación está diseñado para desarrollar una formación por competencias y aprendizaje por proyectos; por tanto, el aprendiz deberá lograr importantes actitudes hacia el autoaprendizaje, la autoconsulta, la autoevaluación y demás actitudes, que permitan la autonomía en su formación y en la toma de decisiones, respecto a la creación de conceptos, además el logro significativo de Aprendizajes que le permitirán un avance en su capacidad de creación y reflexión. El aprendiz debe adquirir la conciencia de la importancia del trabajo en equipo, de acuerdo con la temática vista y las necesidades de refuerzo, se realizarán talleres, sustentación conceptual individual y grupal, estudio de casos, reflexión y argumentación de lecturas pertinentes a la “Selección, evaluación e incentivos de la fuerza de ventas”.

3. FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Descripción de la(s) Actividad(es)

Taller de contextualización:

Reflexión videos “Las actitudes personales” y “El vendedor profesional” Esta actividad se debe realizar de forma individual y consiste en observar los links de los videos relacionados a continuación, cuyo tema a tratar son **“Las actitudes personales” y “El vendedor profesional”**, es importante que los aprendices reflexionen y argumenten sobre “La importancia que tiene las buenas actitudes y el rol del vendedor profesional en el crecimiento de cualquier organización”

La respuesta a este interrogante NO debe ser entregados a su instructor como evidencia, solamente constituyen una herramienta para activar conocimientos previos sobre el tema de la Actividad de Aprendizaje.

Links videos relacionados con el tema de publicidad:

Reflexión: " Sin disciplina ni esfuerzo, no hay Crecimiento"
https://www.youtube.com/watch?v=UHaJPVtS2SI

El jabón - un video para reflexionar
https://www.youtube.com/watch?v=gQxpPKJW5ww

"Cuerdas", Cortometraje completo
https://www.youtube.com/watch?v=4INwx_tmTKw

El Vendedor profesional
https://www.youtube.com/watch?v=g_AXxVmwDgc

Como ser exitoso en las ventas-psicología de las ventas-Brian Tracy-resumen animado.
https://www.youtube.com/watch?v=0cStlsQDvXA

Esta evidencia debe ser entregada en el espacio destinado para el envío de documentos de la Actividad de Aprendizaje en los tiempos establecidos por su instructor.

Taller de contextualización:

"La Profesión de Ventas": Ingresar a la plataforma Territorium en el espacio "Material de Apoyo" encontrará el contenido sobre **"La profesión de Ventas"**

Para realizar esta actividad es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. **Leer detenidamente el contenido de forma individual.**
2. **Extraer las palabras desconocidas.**
3. **Argumentar la idea principal del tema.**
4. **Desarrollar la autoevaluación la cual consta de 6 preguntas.**
5. **Sustentar en el ambiente de aprendizaje virtual.**

Esta evidencia debe ser entregada en el espacio destinado para el envío de documentos de la Actividad de Aprendizaje en los tiempos establecidos por su instructor.

Taller "Generalidades de la empresa": Ingresar a la plataforma Territorium, en el espacio material de apoyo encontrará el contenido relacionado con el tema **"Generalidades de la empresa"**. Para realizar esta actividad es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. **Leer el material detenidamente de forma individual**
2. **Consultar palabras desconocidas**
3. **Realizar taller anexo**
4. **Socializar en el ambiente de aprendizaje virtual**
5. **Realizar instrumento de evaluación**

Esta evidencia debe ser entregada en el espacio destinado para el envío de documentos de la Actividad de Aprendizaje en los tiempos establecidos por su instructor.

Vocabulario administración de ventas (30%): Ingresar a la plataforma Territorium, en el espacio material de apoyo encontrará el contenido del tema **"Vocabulario administración de ventas".** Para realizar esta actividad es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. **Leer detenidamente el contenido en grupos de trabajo.**
2. **Consultar los conceptos del vocabulario.**
3. **Diseñar historieta que contenga los conceptos asignados.**
4. **Sustentar en el ambiente de aprendizaje virtual.**

Esta evidencia debe ser entregada en el espacio destinado para el envío de documentos de la Actividad de Aprendizaje en los tiempos establecidos por su instructor.

Mapa conceptual (30%)

"Introducción a la fuerza de ventas"
"La administración de ventas"
"Organización de la fuerza de ventas": Ingresar a la plataforma Territorium, en el espacio material de apoyo encontrará los temas relacionados a continuación:

1. **Introducción a la fuerza de ventas.**
2. **La administración de ventas.**
3. **Organización de la fuerza de ventas.**

En la realización de esta actividad es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. **Leer detenidamente en grupos de trabajo el contenido del material.**
2. **Consultar palabras desconocidas.**
3. **Realizar mapa conceptual.**
4. **Sustentar en el ambiente de aprendizaje virtual.**

El mapa conceptual debe contener los siguientes elementos:

1. **Los conceptos:** estos se refieren a los eventos, objetos, situaciones o hechos y se suelen representarse dentro de círculos o figuras geométricas que reciben el nombre de nodos. A su vez, existen 3 tipos de conceptos: los supra ordinarios que tienen un nivel mayor de inclusividad. Los coordinados que poseen un nivel igualitario de inclusividad y los subordinados que tienen un nivel menor de inclusividad.

   Cada concepto representado en el mapa es relevante para el significado del concepto de mayor jerarquía (que en ocasiones puede ser el título o tema central) y debe ser presentado de forma organizada, de forma que existan relaciones solo entre los conceptos más significativos, puesto que, si relacionan todos ellos entre sí, resultaría en una red de conexiones incomprensible.

   Además, los conceptos no deben tener verbos ni deben formar oraciones completas, ni tampoco repetirse dentro del mapa.

2. **Las palabras de enlace:** normalmente están conformadas por verbos y expresan la relación que existe entre dos o varios conceptos para que sean los más explícito posibles, estos se representan mediante líneas conectoras.
   Las líneas conectoras no son suficientes para determinar la relación existente entre los conceptos, por esto suelen acompañarse de palabras de enlace que determinan la jerarquía conceptual y especifican la relación entre los conceptos. Algunas palabras de enlace pueden ser: “Es parte de”, “se clasifican en”, “es”, “depende de”, “para”, “contribuyen a”, “son”, etc.

3. **Las proposiciones:** están compuestas por la unión de uno o varios conceptos o términos que se relacionan entre sí, a través de una palabra de enlace. Estas deben formar oraciones con sentido propio y no deben necesitar de otras proposiciones para tener coherencia.

4. **Líneas conectoras o de unión:** se utilizan para unir los conceptos y para acompañar las palabras de enlace. Las líneas conectoras ayudan a dar mejor significado a los conceptos uniéndolos entre sí.

Esta evidencia debe ser entregada en el espacio destinado para el envío de documentos de la Actividad de Aprendizaje en los tiempos establecidos por su instructor.

Informe "Estructura fuerza de ventas" de la empresa asignada (40%): Ingresar a la plataforma Territorium en el espacio "Material de Apoyo" encontrará el contenido sobre **Estructura fuerza de ventas"**

Para realizar esta actividad es necesario tener en cuenta las siguientes acciones:

1. **Leer detenidamente el contenido en grupos de trabajo.**
2. **Extraer las palabras desconocidas y definirlas.**
3. **Realizar informe propuesta selección, evaluación de desempeño y programa de incentivos de la fuerza de ventas de la empresa asignada.**
4. **Sustentar en el ambiente de aprendizaje virtual.**

Para realizar el "Informe propuesta de selección, evaluación de desempeño y programa de incentivos de la fuerza de ventas de la empresa asignada, tener en cuenta los siguientes conceptos:

ESTRUCTURA DE LA FUERZA DE VENTAS

1. **Portada**
2. **Introducción**
3. **Antecedentes de la empresa**
    a. Razón social
    b. Logotipo
    c. eslogan
    d. Reseña histórica
    e. Misión
    f. Visión
    g. Portafolio de productos y/o servicios
4. **Estructura organizacional de la empresa (Organigrama).**
5. **Estructurar el departamento de mercadeo y ventas (Organigrama).**
6. **Definición del perfil de los vendedores.**
7. **Reclutamiento y seleccionar la fuerza de vendedores.**
8. **Diseñar programas para la evaluación del vendedor.**
9. **Compensación e incentivos para la fuerza de ventas.**
10. **Conclusión**

Referencia bibliográfica

Compensación en el personal de ventas
https://www.slideserve.com/ivria/compensaci-n-en-el-personal-de-ventas

Esta evidencia debe ser entregada en el espacio destinado para el envío de documentos de la Actividad de Aprendizaje en los tiempos establecidos por su instructor.

Ambiente Requerido

El ambiente de aprendizaje del centro Comercio y turismo debe cumplan con los siguientes requerimientos:
Elementos mínimos de salud ocupacional, como ventilación, luz, fácil acceso y salida en momentos de emergencia.

Materiales de formación

DEVOLUTIVOS

Tablero
Borrador
Videobeam
Computadores

CONSUMIBLES

Resma de papel tamaño oficio
Marcadores
Carpetas tamaño oficio
Ganchos para legajar
Lápiz
Lapicero borrador
Material impreso
Material fotocopiado
Guías de aprendizaje

11. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Tome como referencia la técnica e instrumentos de evaluación citados en la guía de Desarrollo Curricular.

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento: Efectuar mesa redonda, donde se diserte sobre el tema "Estructura fuerza de ventas" para la empresa asignada.	Expone sus ideas y defiende sus opiniones e intereses.	Mesa redonda. Lista de chequeo.
Evidencias de Desempeño y Producto: Elaborar y sustentar "Informe propuesta "Estructura fuerza de ventas" para para la empresa asignada"	Actitud de compromiso. Manejo del tema. Formular ideas con relación al tema. Manejo de equipos audiovisuales.	Presentación PowerPoint. Lista de chequeo.

12. GLOSARIO DE TERMINOS

ADMINISTRACIÓN: Actividades administrativas que incluyen planeación, organización, dotación de personal, dirección y control de las operaciones de una empresa.

ADMINISTRACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS: Es gestionar, planificar, estructurar, las fortalezas, para que un equipo de ventas, logre los objetivos y de esta forma sea más eficiente. Se considera como la parte más importante de una empresa para su crecimiento. Es planificar, como podemos lograr de manera eficiente, las ventas y conversiones con toda la fuerza de ventas o equipo de trabajo, que puede incluir personas, plataformas virtuales, aplicaciones, que puedan ayudar a generar la venta. En este caso en la fuerza de ventas pueden estar involucrados los coordinadores, formularios, las campañas, etc.

Es el análisis, planeación, ejecución y control de actividades de la fuerza de ventas y quienes actúan como enlaces, entre la empresa y clientes potenciales. Dentro de ellas, se puede observar:

13. Diseño, estrategia y estructura de la fuerza de ventas
14. Reclutamiento y selección de vendedores

15. Capacitación de los vendedores
16. Remuneración de los vendedores
17. Supervisión y motivación de los vendedores
18. Evaluación de los vendedores

Ejemplo

Cuando una empresa recibe un formulario de un cliente potencial a través de un anuncio. El anuncio se convierte en un recurso de ventas de forma virtual para obtener los leads. Una vez obtenido el lead, este formulario pasa a un vendedor, quien también es parte del equipo de ventas. El vendedor gestiona una llamada telefónica para que la persona vaya al caunter o punto de venta, en donde se encuentra la persona que atiende al cliente. Este le vende el producto al cliente potencial, y así tenemos, la administración de la fuerza de ventas.

ADMINISTRACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS: Análisis, planeación, ejecución y control de las actividades de la fuerza de ventas, incluyendo los objetivos fijados a ésta; diseño de su estrategia; y reclutamiento, selección, capacitación, supervisión y evaluación de los vendedores de la compañía.

SELECCIÓN DE PERSONAL: La selección de personal es el proceso que se sigue para la contratación de un empleado. Para cubrir la vacante se evalúan las cualidades, conocimientos, habilidades o la experiencia para cubrir la vacante que demanda la organización. ... El objetivo del proceso es elegir al candidato más valioso para la organización.

MOTIVACIÓN LABORAL: Hace referencia a la capacidad que tiene una empresa de mantener implicados a sus empleados para ofrecer el máximo rendimiento y conseguir así, los objetivos empresariales marcados por la organización.

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO: es un proceso sistemático y periódico de estimación cuantitativa y cualitativa del grado de eficacia con el que las personas llevan a cabo las actividades y responsabilidades de los puestos que desarrollan.

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE 90 GRADOS: es el Supervisor el que realiza la valoración del empleado.

Lo que nuestro responsable opina de nuestro trabajo es fundamental para el desarrollo de las tareas que éste nos ha encomendado. Él es el encargado de articular los mecanismos que guiarán nuestro Plan de Carrera profesional y, además, él es la persona que nos dará el feedback necesario para conocer nuestras fortalezas y debilidades. Su visión es importantísima, pero... ¿es la única?

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO 180º: En una evaluación de 180 grados, también intervienen los Pares como evaluadores de un empleado.

Muchas veces nuestro jefe nos conoce en función de cómo nos comportamos con él o en función del resultado final de nuestro trabajo, pero en el día a día compartimos responsabilidades, opiniones, información y modos de hacer las cosas con nuestros colegas (Peer review). Ellos, que comparten tareas y objetivos similares, también pueden aportarnos opiniones de gran valor

sobre aquello que hacemos muy bien y sobre aquello en que debemos poner de nuestra parte para mejorar.

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO 270º: En una evaluación de desempeño de 270 grados, los Subordinados (personas a cargo de un líder de equipo) dan su valoración sobre cómo su Supervisor lleva a cabo su actividad.

Dar la opinión sobre nuestro jefe (Upward review) es algo que, de manera informal, hacemos continuamente e incluso, compartimos con numerosos miembros de nuestra organización, ¿no es así? Pero si, mediante un mecanismo formal ofrecemos una visión constructiva y respetuosa, es algo que no sólo ayudará a nuestro Supervisor, sino que también nos puede ayudar a mejorar nuestra relación profesional. Por supuesto, también podemos facilitar que este proceso sea anónimo, de manera que el equipo pueda expresar su valoración de forma cómoda.

Para la alta dirección conocer qué opinión tienen los empleados de nuestros mandos intermedios nos ayudará a potenciar aquellos estilos de liderazgo que más éxito tienen y detectar problemas sin que éstos queden estancados en el nivel de supervisión.

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO 360º: En una evaluación del desempeño profesional de metodología 360 grados buscamos una visión integral de todos aquellos que interactúan con un profesional: jefe, Colegas, Subordinados y, además Clientes y/o Proveedores.

Calcular el grado de desempeño de un comportamiento es más subjetivo que calcular el grado de consecución de un objetivo de ventas, por ejemplo, en el que llegar al nivel requerido viene dictaminado por un número.

¿Cómo llegar a una conclusión objetiva cuando las variables que medimos son, en gran parte, subjetivas?: cuantas más muestras subjetivas tengamos, más objetivo conseguiremos que sea el resultado final que obtengamos.
¡Imagina el poder que puede dar a una organización conocer qué piensan los clientes de nuestro trabajo!

Nuestro objetivo es trabajar cada día mejor para ellos, ¿por qué no darles la palabra para que nos orienten a tomar el camino correcto?
Hay que recordar que no sólo trabajamos con clientes externos a nuestra organización, muchas veces trabajamos para otras áreas de la empresa: ellos serán nuestros “clientes internos” y también pueden valorar cómo realizamos nuestras tareas.

EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO POR COMPETENCIAS: es un proceso recurrente en el tiempo que tiene como finalidad principal medir el desempeño de cada integrante de la organización en las competencias propias de su puesto de trabajo.

ACCESIBILIDAD: Grado hasta el cual es posible llegar a servir en un segmento de mercado.

ACERCAMIENTO: Etapa del proceso de venta en el que el vendedor conoce y saluda al comprador para establecer una buena relación desde el principio.
ACTITUD: Valoraciones favorables o desfavorables, opiniones y tendencias que sistemáticamente, presenta una persona respecto de un objeto o idea.

ADMINISTRACIÓN DE MERCADOTECNIA: Análisis, planeación, ejecución y control de programas diseñados para crear, construir y mantener intercambios provechosos con compradores objetivo a fin de lograr los objetivos de la organización.

ADOPCIÓN: La decisión de un individuo de convertirse en usuario regular de un producto.

AGENTE: Mayorista que representa a compradores o vendedores de manera relativamente permanente; desempeña sólo algunas funciones y no tiene derechos sobre los productos.

CULTURA ORGANIZACIONAL: Sistema de valores y creencias que comparten las personas de una misma organización; identidad y significado colectivo de la compañía.

CAPACITACIÓN: es un proceso que posibilita al capacitando la apropiación de ciertos conocimientos, capaces de modificar los comportamientos propios de las personas y de la organización a la que pertenecen.

CAPACITACIÓN EN TEMAS VENTAS: es un proceso que brinda herramientas nuevas a los vendedores que les ayudarán a vender más y mejor. Como podrás imaginar, esto repercute directamente en los resultados de tu empresa. De hecho, el objetivo principal de una capacitación es aumentar el volumen de ventas del negocio.

6. REFERENTES BILBIOGRAFICOS

1. Leslie W. Rue, PhD. y Lloyd L. Byars, PhD. Administración teoría y aplicaciones, Alfa omega.

2. Demostenes Rojas Risco. La Biblia del Marketing, Lexus

3. https://nagoregarciasanz.com/plan-de-comunicacion/

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Lindelia Peralta Paula**	**Instructora**	**Centro de Comercio y Turismo**	**Febrero 03 del año 2021**

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Tecnología en Gestión Empresarial.
- **Código del Programa de Formación:** 621201
- **Nombre del Proyecto:** Propuesta de mejora integral a los procesos administrativos y comerciales, para una mipyme de la región, aplicando la tecnología, la investigación, el desarrollo experimental y la innovación (i+d+i).
- **Fase del Proyecto:** Planeación
- **Actividad de Proyecto:** Definir las actividades administrativas, evaluar su efectividad y proponer acciones de mejora; teniendo en cuenta el entorno y propósitos de la unidad productiva.
- **Competencia:** 210601003 INTERVENIR EN EL DESARROLLO DE LOS PROGRAMAS DE MEJORAMIENTO ORGANIZACIONAL QUE SE DERIVEN DE LA FUNCIÓN ADMINISTRATIVA.
- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:** Realizar actividades administrativas, tendientes al desarrollo de los programas de la unidad, aplicando los estándares de calidad y procedimientos establecidos. (RAP 72).
- **Actividades de aprendizaje:**

  Aplicar los procesos administrativos a la empresa asignada.

- **Duración de la Guía:** 60 horas

2. PRESENTACION

El objetivo de esta guía es orientar a los aprendices en el desarrollo de las actividades de aprendizaje, de manera sistemática y organizada, con el fin de alcanzar la aplicación de conocimientos, conceptos y principios a la actividad de proyecto establecida. Como recomendación es necesario que lea toda la guía, para que se familiarice con las actividades, maneje los tiempos sugeridos y realice cada actividad propuesta. Para el desarrollo de cada actividad se requiere ejecutar trabajo individual y colectivo, algunos de los objetivos que se debe alcanzar en esta guía se desarrollaran a través de la plataforma Territorium. El programa de formación está diseñado para desarrollar una formación por competencias y aprendizaje por proyectos; por tanto, el aprendiz deberá lograr importantes actitudes hacia el autoaprendizaje, la autoconsulta, la autoevaluación y demás actitudes, que permitan la autonomía en su formación y en la toma de decisiones, respecto a la creación de conceptos, además el logro significativo de Aprendizajes que le permitirán un avance en su capacidad de creación y reflexión. El aprendiz debe adquirir la conciencia de la importancia del trabajo en equipo, de acuerdo con la temática vista y las necesidades de refuerzo, se realizarán talleres, sustentación conceptual individual y grupal, estudio de casos, reflexión y argumentación de lecturas relacionadas con las actividades administrativas.

2. FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Descripción de la(s) Actividad(es)

Taller de contextualización: Ingresar a la plataforma Territorium, en el espacio material de apoyo encontrará el contenido relacionado con el tema **"Generalidades de la empresa"**. Para realizar esta actividad es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. **Leer el material detenidamente de forma individual**
2. **Consultar palabras desconocidas**
3. **Realizar taller anexo**
4. **Socializar en el ambiente de aprendizaje virtual**
5. **Realizar instrumento de evaluación oral.**

Esta evidencia debe ser entregada en el espacio destinado para el envío de documentos de la Actividad de Aprendizaje en los tiempos establecidos por su instructor.

Taller de contextualización: Esta actividad se debe realizar de forma individual y consiste en observar los videos relacionados a continuación cuyo tema a tratar es **"La administración".** Después de observar los videos es necesario construir el vocabulario el cual le va a permitir entender de una forma fundada la idea principal de cada uno de los videos, posteriormente debe efectuar un escrito cuya estructura está dada por los siguientes elementos:

a. **Portada**
b. **Titulo**
c. **Introducción**
d. **Desarrollo o contenido (Mínimo tres páginas)**
e. **Conclusión**
f. **Bibliografía**
g. **Vocabulario**

Links video:

Evolución del pensamiento administrativo
https://www.youtube.com/watch?v=1BJBCDE-2kw

Qué es ADMINISTRACIÓN (Parte 1) | Capítulo 01 | Curso de Administración
Profesor Sergio Bazo Bertrán
https://www.youtube.com/watch?v=EY07a0nzr7Y

Características del ADMINISTRADOR y de las ORGANIZACIONES | Capítulo 02 | Curso de Administración
Profesor Sergio Bazo Bertrán
https://www.youtube.com/watch?v=uVqq7jfWMaM

14 PRINCIPIOS de la ADMINISTRACIÓN | Capítulo 03 | Curso de Administración
Profesor Sergio Bazo Bertrán
https://www.youtube.com/watch?v=qTwi-irYWiA&list=RDCMUCxtlinrEU9jrFkjaZ_udq0Q&index=1

Concepto de EMPRESA y 5 CLASIFICACIONES | Capítulo 04 | Curso de Administración
Profesor Sergio Bazo Bertrán
https://www.youtube.com/watch?v=x-wQR_FgUms

Características de un buen EMPRESARIO | Capítulo 05 | Curso de Administración
Profesor Sergio Bazo Bertrán
https://www.youtube.com/watch?v=6hwylgdLhkY

El proceso administrativo

https://www.youtube.com/watch?v=QavuO28eVpM

Se sustentará mediante herramienta pedagógica mesa redonda virtual, aportando ideas y aclarando dudas e inquietudes.

Vocabulario de empresa y administración: Ingresar a la plataforma Territorium, en el espacio material de apoyo encontrará el contenido del tema **"Vocabulario de empresa y administración".** Para realizar esta actividad es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. **Leer detenidamente el contenido en grupos de trabajo.**
2. **Consultar los conceptos del vocabulario.**
3. **Diseñar historieta que contenga los conceptos asignados.**
4. **Sustentar en el ambiente de aprendizaje virtual.**

Esta evidencia debe ser entregada en el espacio destinado para el envío de documentos de la Actividad de Aprendizaje en los tiempos establecidos por su instructor.

Mapa conceptual "Procesos administrativos": Ingresar a la plataforma Territorium, en el espacio material de apoyo encontrará el contenido del tema relacionado con **"Procesos administrativos".** Para realizar esta actividad es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. **Leer detenidamente de forma individual.**
2. **Consultar palabras desconocidas.**
3. **Realizar mapa conceptual pertinente al tema.**
4. **Sustentar la actividad en el ambiente de aprendizaje virtual de forma aleatoria.**

El mapa conceptual debe contener los siguientes elementos:

1. **Los conceptos:** estos se refieren a los eventos, objetos, situaciones o hechos y se suelen representarse dentro de círculos o figuras geométricas que reciben el nombre de nodos. A su vez, existen 3 tipos de conceptos: los supra ordinarios que tienen un nivel mayor de inclusividad. Los coordinados que poseen un nivel igualitario de inclusividad y los subordinados que tienen un nivel menor de inclusividad.

Cada concepto representado en el mapa es relevante para el significado del concepto de mayor jerarquía (que en ocasiones puede ser el título o tema central) y debe ser presentado de forma organizada, de forma que existan relaciones solo entre los conceptos más significativos, puesto que, si relacionan todos ellos entre sí, resultaría en una red de conexiones incomprensible.

Además, los conceptos no deben tener verbos ni deben formar oraciones completas, ni tampoco repetirse dentro del mapa.

2. **Las palabras de enlace:** normalmente están conformadas por verbos y expresan la relación que existe entre dos o varios conceptos para que sean los más explícito posibles, estos se representan mediante líneas conectoras.
   Las líneas conectoras no son suficientes para determinar la relación existente entre los conceptos, por esto suelen acompañarse de palabras de enlace que determinan la jerarquía conceptual y especifican la relación entre los conceptos. Algunas palabras de enlace pueden ser: “Es parte de”, “se clasifican en”, “es”, “depende de”, “para”, “contribuyen a”, “son”, etc.

3. **Las proposiciones:** están compuestas por la unión de uno o varios conceptos o términos que se relacionan entre sí, a través de una palabra de enlace. Estas deben formar oraciones con sentido propio y no deben necesitar de otras proposiciones para tener coherencia.

4. **Líneas conectoras o de unión:** se utilizan para unir los conceptos y para acompañar las palabras de enlace. Las líneas conectoras ayudan a dar mejor significado a los conceptos uniéndolos entre sí.

Esta evidencia debe ser entregada en el espacio destinado para el envío de documentos de la Actividad de Aprendizaje en los tiempos establecidos por su instructor.

Informe “Proceso administrativo aplicado a la empresa asignada” (100%): Realizar informe relacionado con el **“Proceso administrativo”** aplicado a la empresa asignada teniendo en cuenta el proyecto formativo, dicho informe debe contener la siguiente estructura:

1. **Portada**
2. **Tabla de contenido**
3. **Introducción**
4. **Antecedentes de la empresa según proyecto formativo**
5. **Procesos administrativos**
   a. **Planeación**
   b. **Organización**
   c. **Dirección**
   d. **Ejecución**

e. **Control**
f. **Plan de mejoramiento**

6. **Conclusión**

Esta evidencia debe ser entregada en el espacio destinado para el envío de documentos de la Actividad de Aprendizaje en los tiempos establecidos por su instructor.

Ambiente Requerido

El ambiente de aprendizaje del centro Comercio y turismo debe cumplan con los siguientes requerimientos:

Elementos mínimos de salud ocupacional, como ventilación, luz, fácil acceso y salida en momentos de emergencia.

Materiales de formación

DEVOLUTIVOS

Tablero
Borrador
Videobeam
Computadores

CONSUMIBLES

Resma de papel tamaño oficio
Marcadores
Carpetas tamaño oficio
Ganchos para legajar
Lápiz
Lapicero borrador
Material impreso
Material fotocopiado
Guías de aprendizaje

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Tome como referencia la técnica e instrumentos de evaluación citados en la guía de Desarrollo Curricular.

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento: Efectuar mesa redonda, donde se diserte sobre las experiencias vividas en la realización del informe de "Procesos administrativos" de la empresa según proyecto formativo.	Expone sus ideas y defiende sus opiniones e intereses.	Mesa redonda. Lista de chequeo.
Evidencias de Desempeño: Presentar y argumentar el mapa conceptual relacionado con el tema "Procesos administrativos"	Actitud de compromiso. Manejo del tema. Formular ideas con relación al tema. Manejo de equipos audiovisuales.	Presentación PowerPoint. Lista de chequeo.
Evidencias de Producto: "Informe procesos administrativos" aplicado a la empresa según proyecto formativo.	Comprensión y manejo del tema.	Producto. Lista de chequeo

1. GLOSARIO DE TERMINOS

PROCESO ADMINISTRATIVO: Es un conjunto de etapas (planificación, organización, dirección y control) cuya finalidad es conseguir los objetivos de una empresa u organización de la forma más eficiente posible. ... A esta serie de etapas, que son comunes en la consecución de objetivos, lo llamamos proceso administrativo.

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA: Es la elaboración, desarrollo y puesta en marcha de distintos planes operativos por parte de las empresas u organizaciones, con la intención de alcanzar objetivos y metas planteadas. Estos planes pueden ser a corto, mediano o largo plazo.

ANÁLISIS: Acción de dividir una cosa o problema en tantas partes como sea posible, para reconocer la naturaleza de las partes, las relaciones entre éstas y obtener conclusiones objetivas del todo.

Análisis de costo – beneficio: búsqueda de la mejor razón entre beneficios y costos.

PROCESO: es una secuencia de pasos dispuesta con algún tipo de lógica que se enfoca en lograr algún resultado específico. Los **procesos** son mecanismos de comportamiento que diseñan los hombres para mejorar la productividad de algo, para establecer un orden o eliminar algún tipo de problema.

ANÁLISIS DE RIESGOS: Enfoque del análisis de problemas que pondera los riesgos de una situación al incluir probabilidades para obtener una evaluación más exacta de los riesgos existentes.

ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO: Gráfica y análisis de relaciones, por lo general entre ventas y gastos, para determinar el tamaño o volumen en que una operación alcanza el punto de equilibrio entre las pérdidas y las utilidades; se puede usar en cualquier área problemática donde sea posible determinar con precisión los efectos marginales.

PROCEDIMIENTO: planes que establecen un método para manejar las actividades futuras. Son series cronológicas de acciones requeridas, guías para la acción, que detallan la forma exacta en que se deben realizar ciertas actividades.

EFECTIVIDAD: es el equilibrio entre eficacia y eficiencia, donde la eficacia es el logro de los objetivos y la eficiencia, el buen manejo de los recursos.

ENTORNO: Conjunto de agentes externos a la organización- jurídicos, políticos, sociales, económicos, tecnológicos, de la competencia, etc.- que afectan a su supervivencia, mantenimiento o desarrollo y que provoca en ella una determina respuesta en sus propios agentes internos.

EMPRENDEDORES: personas con capacidad de ver una oportunidad para obtener el capital, el trabajo y otros insumos necesarios, así como los conocimientos para estructurar exitosamente una operación. También deben estar dispuestos a correr el riesgo personal del éxito o del fracaso.

ENFOQUE ADMINISTRATIVO, COMPORTAMIENTO DE GRUPO: análisis que examina el comportamiento de las personas en grupos el enfoque se basa en la sociología y la psicología social. La tensión se centra en los comportamientos grupales.

ESTRATEGIA: determinación del propósito (misión) y los objetivos básicos a largo plazo de una empresa y adopción de recursos de acción y asignación de los recursos necesarios para lograr estos propósitos.

TÁCTICA: planes de acción mediante los cuales se ponen en práctica las estrategias.

ÉTICA: sistema de principios o valores morales que se relacionan con el juicio moral, el deber y la obligación; disciplina que trata del bien y del mal.

KAIZEN: un término japonés que señala la importancia del mejoramiento continúo. La idea es que dar continuamente pequeños pasos en mejorías será la clave para el éxito a largo plazo.

LIDERAZGO: influencia, arte o proceso de influir sobre las personas para que se esfuercen en forma voluntaria y con entusiasmo para el logro de las metas del grupo.

ORGANIZACIÓN: concepto utilizado en diversas formas, como por ejemplo 1 sistemas o patrón de cualquier grupo de relaciones en cualquier clase de operación 2 la empresa en si misma 3 cooperaciones de dos o más personas 4 la conducta de los integrantes de un grupo y 5 la estructura intencional de papeles en una empresa “formalmente organizada”

PLANES: propósitos o misión, objetivos, estrategias, políticas, procedimientos, reglas, programas y presupuestos.

PODER: capacidad de las personas o grupos para inducir o influir en las creencias o acciones de otras personas o grupos.

POLÍTICAS: declaraciones o interpretaciones generales que guían el pensamiento durante la toma de dediciones; la esencia de las políticas es la existencia de cierto grado de discrecionalidad para guiar la toma de decisiones.

PLAN DE ACCIÓN: Es una herramienta de planificación empleada para la gestión y control de tareas o proyectos. Como tal, funciona como una hoja de ruta que establece la manera en que se organizará, orientará e implementará el conjunto de tareas necesarias para la consecución de objetivos y metas.

SISTEMA: conjunto de cosas relacionadas o interdependientes y que se afectan mutuamente para formar una unidad compleja; todo compuesto por partes en una disposición ordenada de acuerdo con algún programa o plan.

6. REFERENTES BILBIOGRAFICOS

- Moyano Jose. Administración de empresas: un enfoque teórico práctico, Editorial McGraw-Hill.
- Sanchez Vizcaino Gonzalo. Administración de empresas, Editorial McGraw-Hill.
- **http://biblioteca.sena.edu.co**

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Lindelia Peralta Paula**	**Instructora Instructora**	**Centro de Comercio y Turismo**	**Febrero 02 del año 2021**

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Tecnología en Gestión Empresarial.
- **Código del Programa de Formación:** 621201
- **Nombre del Proyecto:** Propuesta de mejora integral a los procesos administrativos y comerciales, para una mipyme de la región, aplicando la tecnología, la investigación, el desarrollo experimental y la innovación (i+d+i).
- **Fase del Proyecto:** Planeación
- **Actividad de Proyecto:** Definir las actividades administrativas, evaluar su efectividad y proponer acciones de mejora; teniendo en cuenta el entorno y propósitos de la unidad productiva.
- **Competencia:** 210601003 INTERVENIR EN EL DESARROLLO DE LOS PROGRAMAS DE MEJORAMIENTO ORGANIZACIONAL QUE SE DERIVEN DE LA FUNCIÓN ADMINISTRATIVA.
- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:** Realizar actividades administrativas, tendientes al desarrollo de los programas de la unidad, aplicando los estándares de calidad y procedimientos establecidos. (RAP 72).
- **Actividades de aprendizaje:**

  Aplicar los procesos administrativos a la empresa asignada.

- **Duración de la Guía:** 60 horas

2. PRESENTACION

El objetivo de esta guía es orientar a los aprendices en el desarrollo de las actividades de aprendizaje, de manera sistemática y organizada, con el fin de alcanzar la aplicación de conocimientos, conceptos y principios a la actividad de proyecto establecida. Como recomendación es necesario que lea toda la guía, para que se familiarice con las actividades, maneje los tiempos sugeridos y realice cada actividad propuesta. Para el desarrollo de cada actividad se requiere ejecutar trabajo individual y colectivo, algunos de los objetivos que se debe alcanzar en esta guía se desarrollaran a través de la plataforma Territorium. El programa de formación está diseñado para desarrollar una formación por competencias y aprendizaje por proyectos; por tanto, el aprendiz deberá lograr importantes actitudes hacia el autoaprendizaje, la autoconsulta, la autoevaluación y demás actitudes, que permitan la autonomía en su formación y en la toma de decisiones, respecto a la creación de conceptos, además el logro significativo de Aprendizajes que le permitirán un avance en su capacidad de creación y reflexión. El aprendiz debe adquirir la conciencia de la importancia del trabajo en equipo, de acuerdo con la temática vista y las necesidades de refuerzo, se realizarán talleres, sustentación conceptual individual y grupal, estudio de casos, reflexión y argumentación de lecturas relacionadas con las actividades administrativas.

2. FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Descripción de la(s) Actividad(es)

Taller de contextualización: Ingresar a la plataforma Territorium, en el espacio material de apoyo encontrará el contenido relacionado con el tema **"Generalidades de la empresa"**. Para realizar esta actividad es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. **Leer el material detenidamente de forma individual**
2. **Consultar palabras desconocidas**
3. **Realizar taller anexo**
4. **Socializar en el ambiente de aprendizaje virtual**
5. **Realizar instrumento de evaluación oral.**

Esta evidencia debe ser entregada en el espacio destinado para el envío de documentos de la Actividad de Aprendizaje en los tiempos establecidos por su instructor.

Taller de contextualización: Esta actividad se debe realizar de forma individual y consiste en observar los videos relacionados a continuación cuyo tema a tratar es **"La administración".** Después de observar los videos es necesario construir el vocabulario el cual le va a permitir entender de una forma fundada la idea principal de cada uno de los videos, posteriormente debe efectuar un escrito cuya estructura está dada por los siguientes elementos:

a. **Portada**
b. **Titulo**
c. **Introducción**
d. **Desarrollo o contenido (Mínimo tres páginas)**
e. **Conclusión**
f. **Bibliografía**
g. **Vocabulario**

Links video:

Evolución del pensamiento administrativo
https://www.youtube.com/watch?v=1BJBCDE-2kw

Qué es ADMINISTRACIÓN (Parte 1) | Capítulo 01 | Curso de Administración
Profesor Sergio Bazo Bertrán
https://www.youtube.com/watch?v=EY07a0nzr7Y

Características del ADMINISTRADOR y de las ORGANIZACIONES | Capítulo 02 | Curso de Administración
Profesor Sergio Bazo Bertrán
https://www.youtube.com/watch?v=uVqq7jfWMaM

14 PRINCIPIOS de la ADMINISTRACIÓN | Capítulo 03 | Curso de Administración
Profesor Sergio Bazo Bertrán
https://www.youtube.com/watch?v=qTwi-irYWiA&list=RDCMUCxtlinrEU9jrFkjaZ_udq0Q&index=1

Concepto de EMPRESA y 5 CLASIFICACIONES | Capítulo 04 | Curso de Administración
Profesor Sergio Bazo Bertrán
https://www.youtube.com/watch?v=x-wQR_FgUms

Características de un buen EMPRESARIO | Capítulo 05 | Curso de Administración
Profesor Sergio Bazo Bertrán
https://www.youtube.com/watch?v=6hwylgdLhkY

El proceso administrativo

https://www.youtube.com/watch?v=QavuO28eVpM

Se sustentará mediante herramienta pedagógica mesa redonda virtual, aportando ideas y aclarando dudas e inquietudes.

Vocabulario de empresa y administración: Ingresar a la plataforma Territorium, en el espacio material de apoyo encontrará el contenido del tema **"Vocabulario de empresa y administración".** Para realizar esta actividad es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. **Leer detenidamente el contenido en grupos de trabajo.**
2. **Consultar los conceptos del vocabulario.**
3. **Diseñar historieta que contenga los conceptos asignados.**
4. **Sustentar en el ambiente de aprendizaje virtual.**

Esta evidencia debe ser entregada en el espacio destinado para el envío de documentos de la Actividad de Aprendizaje en los tiempos establecidos por su instructor.

Mapa conceptual "Procesos administrativos": Ingresar a la plataforma Territorium, en el espacio material de apoyo encontrará el contenido del tema relacionado con **"Procesos administrativos".** Para realizar esta actividad es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. **Leer detenidamente de forma individual.**
2. **Consultar palabras desconocidas.**
3. **Realizar mapa conceptual pertinente al tema.**
4. **Sustentar la actividad en el ambiente de aprendizaje virtual de forma aleatoria.**

El mapa conceptual debe contener los siguientes elementos:

1. **Los conceptos:** estos se refieren a los eventos, objetos, situaciones o hechos y se suelen representarse dentro de círculos o figuras geométricas que reciben el nombre de nodos. A su vez, existen 3 tipos de conceptos: los supra ordinarios que tienen un nivel mayor de inclusividad. Los coordinados que poseen un nivel igualitario de inclusividad y los subordinados que tienen un nivel menor de inclusividad.

Cada concepto representado en el mapa es relevante para el significado del concepto de mayor jerarquía (que en ocasiones puede ser el título o tema central) y debe ser presentado de forma organizada, de forma que existan relaciones solo entre los conceptos más significativos, puesto que, si relacionan todos ellos entre sí, resultaría en una red de conexiones incomprensible.

Además, los conceptos no deben tener verbos ni deben formar oraciones completas, ni tampoco repetirse dentro del mapa.

2. **Las palabras de enlace:** normalmente están conformadas por verbos y expresan la relación que existe entre dos o varios conceptos para que sean los más explícito posibles, estos se representan mediante líneas conectoras.
   Las líneas conectoras no son suficientes para determinar la relación existente entre los conceptos, por esto suelen acompañarse de palabras de enlace que determinan la jerarquía conceptual y especifican la relación entre los conceptos. Algunas palabras de enlace pueden ser: “Es parte de”, “se clasifican en”, “es”, “depende de”, “para”, “contribuyen a”, “son”, etc.

3. **Las proposiciones:** están compuestas por la unión de uno o varios conceptos o términos que se relacionan entre sí, a través de una palabra de enlace. Estas deben formar oraciones con sentido propio y no deben necesitar de otras proposiciones para tener coherencia.

4. **Líneas conectoras o de unión:** se utilizan para unir los conceptos y para acompañar las palabras de enlace. Las líneas conectoras ayudan a dar mejor significado a los conceptos uniéndolos entre sí.

Esta evidencia debe ser entregada en el espacio destinado para el envío de documentos de la Actividad de Aprendizaje en los tiempos establecidos por su instructor.

Informe “Proceso administrativo aplicado a la empresa asignada” (100%): Realizar informe relacionado con el **“Proceso administrativo”** aplicado a la empresa asignada teniendo en cuenta el proyecto formativo, dicho informe debe contener la siguiente estructura:

1. **Portada**
2. **Tabla de contenido**
3. **Introducción**
4. **Antecedentes de la empresa según proyecto formativo**
5. **Procesos administrativos**
   a. **Planeación**
   b. **Organización**
   c. **Dirección**
   d. **Ejecución**

e. **Control**
f. **Plan de mejoramiento**

6. **Conclusión**

Esta evidencia debe ser entregada en el espacio destinado para el envío de documentos de la Actividad de Aprendizaje en los tiempos establecidos por su instructor.

Ambiente Requerido

El ambiente de aprendizaje del centro Comercio y turismo debe cumplan con los siguientes requerimientos:

Elementos mínimos de salud ocupacional, como ventilación, luz, fácil acceso y salida en momentos de emergencia.

Materiales de formación

DEVOLUTIVOS

Tablero
Borrador
Videobeam
Computadores

CONSUMIBLES

Resma de papel tamaño oficio
Marcadores
Carpetas tamaño oficio
Ganchos para legajar
Lápiz
Lapicero borrador
Material impreso
Material fotocopiado
Guías de aprendizaje

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Tome como referencia la técnica e instrumentos de evaluación citados en la guía de Desarrollo Curricular.

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento: Efectuar mesa redonda, donde se diserte sobre las experiencias vividas en la realización del informe de "Procesos administrativos" de la empresa según proyecto formativo.	Expone sus ideas y defiende sus opiniones e intereses.	Mesa redonda. Lista de chequeo.
Evidencias de Desempeño: Presentar y argumentar el mapa conceptual relacionado con el tema "Procesos administrativos"	Actitud de compromiso. Manejo del tema. Formular ideas con relación al tema. Manejo de equipos audiovisuales.	Presentación PowerPoint. Lista de chequeo.
Evidencias de Producto: "Informe procesos administrativos" aplicado a la empresa según proyecto formativo.	Comprensión y manejo del tema.	Producto. Lista de chequeo

1. GLOSARIO DE TERMINOS

PROCESO ADMINISTRATIVO: Es un conjunto de etapas (planificación, organización, dirección y control) cuya finalidad es conseguir los objetivos de una empresa u organización de la forma más eficiente posible. ... A esta serie de etapas, que son comunes en la consecución de objetivos, lo llamamos proceso administrativo.

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA: Es la elaboración, desarrollo y puesta en marcha de distintos planes operativos por parte de las empresas u organizaciones, con la intención de alcanzar objetivos y metas planteadas. Estos planes pueden ser a corto, mediano o largo plazo.

ANÁLISIS: Acción de dividir una cosa o problema en tantas partes como sea posible, para reconocer la naturaleza de las partes, las relaciones entre éstas y obtener conclusiones objetivas del todo.

Análisis de costo – beneficio: búsqueda de la mejor razón entre beneficios y costos.

PROCESO: es una secuencia de pasos dispuesta con algún tipo de lógica que se enfoca en lograr algún resultado específico. Los **procesos** son mecanismos de comportamiento que diseñan los hombres para mejorar la productividad de algo, para establecer un orden o eliminar algún tipo de problema.

ANÁLISIS DE RIESGOS: Enfoque del análisis de problemas que pondera los riesgos de una situación al incluir probabilidades para obtener una evaluación más exacta de los riesgos existentes.

ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO: Gráfica y análisis de relaciones, por lo general entre ventas y gastos, para determinar el tamaño o volumen en que una operación alcanza el punto de equilibrio entre las pérdidas y las utilidades; se puede usar en cualquier área problemática donde sea posible determinar con precisión los efectos marginales.

PROCEDIMIENTO: planes que establecen un método para manejar las actividades futuras. Son series cronológicas de acciones requeridas, guías para la acción, que detallan la forma exacta en que se deben realizar ciertas actividades.

EFECTIVIDAD: es el equilibrio entre eficacia y eficiencia, donde la eficacia es el logro de los objetivos y la eficiencia, el buen manejo de los recursos.

ENTORNO: Conjunto de agentes externos a la organización- jurídicos, políticos, sociales, económicos, tecnológicos, de la competencia, etc.- que afectan a su supervivencia, mantenimiento o desarrollo y que provoca en ella una determina respuesta en sus propios agentes internos.

EMPRENDEDORES: personas con capacidad de ver una oportunidad para obtener el capital, el trabajo y otros insumos necesarios, así como los conocimientos para estructurar exitosamente una operación. También deben estar dispuestos a correr el riesgo personal del éxito o del fracaso.

ENFOQUE ADMINISTRATIVO, COMPORTAMIENTO DE GRUPO: análisis que examina el comportamiento de las personas en grupos el enfoque se basa en la sociología y la psicología social. La tensión se centra en los comportamientos grupales.

ESTRATEGIA: determinación del propósito (misión) y los objetivos básicos a largo plazo de una empresa y adopción de recursos de acción y asignación de los recursos necesarios para lograr estos propósitos.

TÁCTICA: planes de acción mediante los cuales se ponen en práctica las estrategias.

ÉTICA: sistema de principios o valores morales que se relacionan con el juicio moral, el deber y la obligación; disciplina que trata del bien y del mal.

KAIZEN: un término japonés que señala la importancia del mejoramiento continúo. La idea es que dar continuamente pequeños pasos en mejorías será la clave para el éxito a largo plazo.

LIDERAZGO: influencia, arte o proceso de influir sobre las personas para que se esfuercen en forma voluntaria y con entusiasmo para el logro de las metas del grupo.

ORGANIZACIÓN: concepto utilizado en diversas formas, como por ejemplo 1 sistemas o patrón de cualquier grupo de relaciones en cualquier clase de operación 2 la empresa en si misma 3 cooperaciones de dos o más personas 4 la conducta de los integrantes de un grupo y 5 la estructura intencional de papeles en una empresa “formalmente organizada”

PLANES: propósitos o misión, objetivos, estrategias, políticas, procedimientos, reglas, programas y presupuestos.

PODER: capacidad de las personas o grupos para inducir o influir en las creencias o acciones de otras personas o grupos.

POLÍTICAS: declaraciones o interpretaciones generales que guían el pensamiento durante la toma de dediciones; la esencia de las políticas es la existencia de cierto grado de discrecionalidad para guiar la toma de decisiones.

PLAN DE ACCIÓN: Es una herramienta de planificación empleada para la gestión y control de tareas o proyectos. Como tal, funciona como una hoja de ruta que establece la manera en que se organizará, orientará e implementará el conjunto de tareas necesarias para la consecución de objetivos y metas.

SISTEMA: conjunto de cosas relacionadas o interdependientes y que se afectan mutuamente para formar una unidad compleja; todo compuesto por partes en una disposición ordenada de acuerdo con algún programa o plan.

6. REFERENTES BILBIOGRAFICOS

- Moyano Jose. Administración de empresas: un enfoque teórico práctico, Editorial McGraw-Hill.
- Sanchez Vizcaino Gonzalo. Administración de empresas, Editorial McGraw-Hill.
- **http://biblioteca.sena.edu.co**

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Lindelia Peralta Paula**	**Instructora Instructora**	**Centro de Comercio y Turismo**	**Febrero 02 del año 2021**

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** TÉCNICO ASISTENCIA EN ORGANIZACIÓN DE ARCHIVOS.
- **Código del Programa de Formación:** 134400
- **Nombre del Proyecto:** Aplicación de los procesos archivísticos de gestión, trámite y organización documental para el mejoramiento de la prestación de servicio, el acceso, transparencia y protección de la información.
- **Fase del Proyecto:** Planeación
- **Actividad de Proyecto:** Presentar el protocolo de servicios archivísticos que son propios de la unidad de correspondencia y archivos de gestión, para evidenciar el acceso, la transparencia administrativa y la protección de datos.

2. FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Descripción de la(s) Actividad(es)

Taller de contextualización: para realizar esta actividad es necesario ejecutar las siguientes acciones:

1. **Leer el párrafo de la competencia y los resultados de aprendizaje.**
2. **Construir vocabulario y consultar su concepto.**
3. **Identificar por escrito la idea principal tanto de la competencia como de los resultados de aprendizaje.**

TALLER DE COMPETENCIA Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

240201529 GESTIONAR PROCESOS PROPIOS DE LA CULTURA EMPRENDEDORA Y EMPRESARIAL DE ACUERDO CON EL PERFIL PERSONAL Y LOS REQUERIMIENTOS DE LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIAL.

1. **Vocabulario de la competencia**

2. **Explicación de la idea principal de la competencia**

Resultados de Aprendizaje Alcanzar:

01 integrar elementos de la cultura emprendedora teniendo en cuenta el perfil personal y el contexto de desarrollo social.

1. **Vocabulario del primer resultado de aprendizaje**

2. **Explicación de la idea principal del primer resultado de aprendizaje**

02 caracterizar la idea de negocio teniendo en cuenta las oportunidades y necesidades del sector productivo y social.

1. **Vocabulario del segundo resultado de aprendizaje**

2. **Explicación de la idea principal del segundo resultado de aprendizaje**

03 estructurar el plan de negocio de acuerdo con las características empresariales y tendencias de mercado.

1. **Vocabulario del tercer resultado de aprendizaje**

2. **Explicación de la idea principal del tercer resultado de aprendizaje**

04 valorar la propuesta de negocio conforme con su estructura y necesidades del sector productivo y social.

1. **Vocabulario del cuarto resultado de aprendizaje**

2. **Explicación de la idea principal del cuarto resultado de aprendizaje:**

TALLER DE EMPRESA

Después de haber leído detenidamente el material de empresa y de haber consultado las palabras desconocidas desarrollar el siguiente cuestionario.

1. Consultar palabras desconocidas
2. ¿Qué es empresa?
3. Defina empresa según la administración.
4. ¿Cuáles son los elementos necesarios para formar una empresa, explique cada uno?
5. Clasificar las empresas de acuerdo a la actividad que desarrollen, definirlas y dar ejemplos.
6. Clasificar las empresas de acuerdo a su forma jurídica definirlas y dar ejemplos.
7. Clasificar las empresas según su dimensión, definirlas y dar ejemplos.
8. Clasificar las empresas según su ámbito de actuación, definirlas y dar ejemplos.
9. Clasificar las empresas según la titularidad del capital, definirlas y dar ejemplos.
10. Clasificar las empresas según su cuota de mercado, definirlas y dar ejemplos.
11. Identificar los elementos de la empresa, definirlos y clasificarlos.
12. ¿Quienes participan ampliamente en el desarrollo de la empresa? Explique.
13. En su idea de negocio o proyecto cual sería la posible división o departamentalización, explique.
14. ¿Explique en forma amplia y suficiente la responsabilidad social de las empresas, mencione las empresas líderes en responsabilidad social, exponga cual es esa actividad social?
15. Realizar ensayo cuyo tema principal es la Empresa; escrito que debe contener: Titulo, introducción, desarrollo, conclusión y bibliografía.

Esta evidencia debe ser entregada en el espacio destinado para el envío de documentos de la Actividad de Aprendizaje en los tiempos establecidos por su instructor.

TALLAR DE EMPRENDIMIENTO

Estimados aprendices esta actividad consiste en dar respuesta a cada uno de los interrogantes relacionados a continuación, y para ello debe tener en cuenta las siguientes evidencias:

1. Dar respuesta de forma individual en el cuaderno, es decir que no se efectuará de forma digital.
2. Consultar palabras desconocidas si las hay.
3. Después de realizar el taller tomar foto y enviarlo al correo de la instructora lindeliaperalta@misena.edu.co.

1. ¿Qué es el liderazgo?
2. ¿Qué es autogestión?
3. ¿Qué es participación?
4. ¿Cuáles son las competencias del emprendedor?
5. ¿Qué es emprendimiento?
6. Mocione y defina las 11 cualidades de un emprendedor
7. ¿Cuáles son los 10 errores que enfrenta un emprendedor?
8. ¿Cuál es la principal motivación que conduce al emprendimiento?
9. ¿Por qué no se logra lo que se sueña?
10. ¿En qué cosiste el proceso emprendedor o teoría del triángulo?
11. ¿Cuáles son los pasos a nivel de pensamiento, que debe tener un emprendedor exitoso?
12. ¿Cuáles son los pasos para estructurar un proyecto de vida, explique?
13. ¿Cuáles son las claves para negociar?
14. ¿Dónde podemos encontrar oportunidades de negocio?
15. Según la revista ser empresario a que se refiere cuando, “Escribe sobre tendencias”
16. Interprete y argumente la siguiente frase “Si piensas que estas vencido lo estas; si piensas que no te a treves, no lo harás; si piensas que te gustaría ganar, pero no puedes, no lo lograras; si piensas que perderás, ya has perdido; porque en el mundo encontraras que el éxito empieza con la voluntad del hombre” Fernando Vigorena Pérez.
17. ¿A qué edad debemos iniciar hacer negocios? Argumente.

Ambiente Requerido:

Ambiente dotado de mesas, sillas, computadores, internet, programas ofimáticos, tv plasma.

Materiales:

Computadores, internet, guías de aprendizaje, libros, acceso a Biblioteca Virtual, cuadernos, marcadores, borradores, papel, lápices, colores, hojas de examen.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje competencia: **Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales**	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
CONOCIMIENTO Y DESEMPEÑO: Resuelve ejercicios matemáticos básicos de acuerdo a problemas de cálculo planteados en procedimientos administrativos en las mipyme.	● Define el problema a resolver de acuerdo con las necesidades de su entorno • Define procedimientos matemáticos según la situación problemática ● Plantea ecuaciones de ner grado de acuerdo con los cicios planteados • Plantea reglas de tres de acuerdo a la relación entre las variables • Presenta solución a problemas mediante figuras geométricas • Resuelve ecuaciones de acuerdo con principios matemáticos • Calcula perímetros, áreas y volúmenes de acuerdo con los elementos de la figura geométrica ● Realiza conversiones según las equivalencias entre sistemas de medida	Cuestionarios Evaluación conocimiento AVA Talleres Evaluación desempeño Actividades grupales Pruebas escritas Lista de chequeo para evaluar desempeño y producto. Presentación del portafolio de evidencias. Informes avances de proyecto

Evidencias de Aprendizaje competencia: **Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.**	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento: Realiza mapa conceptual del desarrollo histórico de la ética teniendo en cuenta valores y principios universales. **Evidencias de Desempeño** Realiza un debate sobre los procedimientos administrativos de la mipyme con base en la cultura de paz y aspectos sociales de la comunidad. **Evidencias de Producto:** Elabora su proyecto de vida donde promueva la dignidad humana, la ecología y la convivencia.	• Define su proyecto de vida de acuerdo a los criterios de Dignidad, de Respeto, Creencias, ecología y Cultura. • Reconoce su valor y el valor del otro de acuerdo a los principios de dignidad y construcción cultural y autonomía. • Define su proyecto de vida con base en criterios axiológicos y culturales y hábitos de convivencia Utiliza herramientas que permiten la comunicación asertiva en diferentes entornos teniendo en cuenta la pedagogía para la paz. • Construye relaciones interpersonales a partir del enfoque diferencial y la promoción de una cultura de paz. ● Cambia actitudes frente a su comportamiento con base en la dignidad, aportando a la cultura de paz.	● Observación ● Lista de chequeo ● Portafolio de evidencias ● Evaluación de conocimiento ● Mapas conceptuales ● Observación ● Mapa mental ● Carpeta de evidencias ● Evaluación de desempeño ● Hoja de cotejo ● Reportes ● Carpeta de evidencias ● Proyecto productivo. ● Lista de chequeo con evidencias de visitas y/o salidas empresariales.

	• Reconoce hitos históricos de violencia y paz como aporte a la construcción de una cultura de paz. • Modifica actitudes comportamentales a partir de la resolución pacífica de conflictos • Aplica acciones de prevención de acciones violentas con base en estrategias de comunicación Asertiva. • Evidencia respeto por el bien común, la alteridad y el diálogo con el otro con base en principios Axiológicos.	

Evidencias de Aprendizaje competencia: **Gestionar procesos propios de cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con los contextos productivo, social y personal.**	**Criterios de Evaluación**	**Técnicas e Instrumentos de Evaluación**
Evidencias de Conocimiento: Responde cuestionario sobre las principales características de emprendimiento. **Evidencias de Desempeño** Estructura una Mipyme con los parámetros establecidos de emprendimiento y empresarismo.	• Aplica acciones de emprendimiento de acuerdo con los elementos de desarrollo social y personal • Plantea apoyo a Mipyme a partir de oportunidades y necesidades del mercado conforme con el análisis sectorial.	• Observación • Lista de chequeo • Portafolio de evidencias • Evaluación de conocimiento • Mapas conceptuales • Observación • Mapa mental • Carpeta de evidencias • Evaluación de

Evidencias de Producto: Entrega informe sobre la Mipyme conforme a las necesidades y oportunidades de los diferentes sectores económicos. Entregar trabajos escritos informes en plataforma.	• Estructura un perfil de emprendedor teniendo en cuenta las habilidades y principios de la gestión empresarial • Integra elementos básicos de investigación de acuerdo con las necesidades descriptivas de la Mipyme. • Determina grupos focales de mercado de acuerdo con la Mipyme. • Construye propuestas de apoyo empresariales teniendo en cuenta las necesidades y segmentación del mercado. • Determina el impacto del plan de negocio conforme con las atribuciones y dinámicas del sector productivo • Argumenta el apoyo a la Mipyme conforme con la propuesta y necesidades del sector productivo	desempeño • Hoja de cotejo • Reportes • Carpeta de evidencias • Proyecto productivo. • Lista de chequeo con evidencias de visitas y/o salidas empresariales.

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Análisis: Descomposición de elementos que conforman la totalidad de datos, para clasificar y reclasificar el material recogido desde diferentes puntos de vista hacia optar por el más preciso y representativo.

Análisis multivariado: Análisis simultáneo de dos o más variables, bien sea para predicción o control de los factores Seleccionados.

Asociación: Relación estadística entre dos o más variables, bien por covariancia o simultaneidad.

Bibliografía: Conjunto de títulos de obras referente al tema de Investigación.

Bivariado: Dos variables expuestas por algún tipo de relación mutua. Carta: Comunicación escrita que se utiliza en las relaciones entre organizaciones personas naturales; igualmente en la relaciones entre las organizaciones y sus empleados en algunas entidades se denomina oficio

Certificado: Documento de carácter probatorio, público o privado que asegura la veracidad y la legalidad de un hecho o acto solemne.

Constancia: Documento de carácter probatorio, que no requiere solemnidad.

Circular: Comunicación escrita de interés común, con el mismo contenido o texto, dirigida a un grupo específico de personas tanto interna como externamente

Empresa: Unidad productora de bienes y servicios homogéneos para lo cual organiza y combina el uso de factores de la producción. Organización existente con medios propios y adecuados para alcanzar un fin económico determinado. Compañía o sociedad mercantil, constituida con el propósito de producir bienes y servicios para su venta en el mercado. Grupo social en el que a través de la administración de capital y el trabajo se producen bienes y/o servicios tendientes a

Emprendedor: Según la Ley 1014 de 2006, es una persona con capacidad de innovar, entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva.

Emprendimiento: Según la Ley 1014 de 2006, una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado. Su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad.
Memorando: Comunicación escrita que se emplea en las organizaciones para tratar asuntos internos.

Incubadora: Una incubadora se puede definir como una organización con la capacidad de asesorar a emprendedores para que sus ideas sean transformadas en proyectos de negocios que puedan ejecutarse.

Influencer: Es una persona u organización con presencia y seguidores (normalmente en redes sociales). Por lo que pasa a ser un elemento muy importante a la hora de dar a conocer o fortalecer una marca. Por eso se llama influencia, porque tienen gran influencia.

Ingresos: Es una de las palabras relacionadas con emprendimiento más fáciles. Sin embargo, hay quienes están interesados en saber su significado. Los ingresos son la cantidad de dinero que ganamos o recaudamos, en este caso por medio de nuestro emprendimiento.

Innovación: La innovación es un cambio que trae consigo novedades dentro de un producto, servicio, proceso o cualquier otra tarea. En materia de emprendimiento tiene mucha importancia, un emprendedor innovador tiene mucho futuro.

Inversión: Es la capital que se coloca para poder llevar a cabo algún proyecto o negocio. Normalmente se habla de una cantidad de dinero. A la persona u empresa que pone a disposición este dinero se le llama inversionista, mientras que a la acción como tal de colocar este dinero se le llama invertir.

Marketing: El marketing es un tema muy extenso e interesante. Pero podemos definirlo es pocas palabras como un conjunto de técnicas, estudios y estrategias que tienen como objetivo mejorar la venta de un producto en específico. Es decir, busca mejorar la comercialización. Por lo que es un área o herramienta que todo emprendedor debe conocer para sacar adelante su producto.

Mercado: Es un ambiente (físico y/o teórico) donde se encuentra el ofertante, el demandante y el producto con sus precios. Cuando decimos "El mercado de X producto", nos referimos a todo lo que tenga que ver con la demanda y oferta de ese producto X.

Startup: Es un término que se utiliza para referirse a los negocios o empresas emergentes que presentan ideas innovadoras que sobresalen y está fuertemente apoyada con la nueva tecnología.

Target: Su significado es nada más y nada menos que "Objetivo". Y si la utilizamos como una de las palabras relacionadas con el emprendimiento y marketing es nada más y nada menos el público objetivo de nuestro negocio.

Dignidad Humana: Es una manera de expresar el valor inherente y fundamental que se haya en la existencia individual de las personas. Se introduce desde la Declaración Universal de los Derechos Humanos de la ONU.

Cultura: Proviene del latín cultura que significa cultivo. Se entiende por cultura el conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico. También se considera el conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época o grupo social.

Cultura de Paz: Son los valores, actitudes, comportamientos y estilos de vida propicios para el fomento de la paz entre las personas, los grupos y las naciones.

Autonomía: Es la capacidad de los individuos o de los pueblos de gobernarse o determinarse a sí mismos
Responsabilidad. Concepto fundamental que consiste en la capacidad moral de todo sujeto de derecho para reconocer y aceptar las consecuencias, en la medida en que su acción u omisión se traduzca en agresión o daño para otro individuo

Valor ético-moral: Propiedades de elementos de la conciencia social previamente internalizados, así como de la conciencia individual y del subconsciente, que tienen una significación positiva para la

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- Estudios socioculturales del deporte: desarrollos, tránsitos y miradas / Armenia (Colombia) : Kinesis, c2012.
- Universidad santo tomás facultad de cultura física, deporte y recreación Revista de investigación Cuerpo, cultura y movimiento: Bogotá: Ediciones USTA, 2014.
- Balagué Serre, Natàlia Complejidad y deporte / Barcelona: INDE, 2016.
- Manual de la organización institucional del deporte / Barcelona: Editorial Paidotribo, ©2015.
- Biomecánica básica: aplicada a la actividad física y el deporte / Barcelona: Editorial Paidotribo, ©2015.
- Evaluación del estado de nutrición en el ciclo vital humano / México: McGraw-Hill AMMFEN, c2014.

3. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Lindelia Peralta Paula**	**Instructora Instructora**	**Centro de Comercio y Turismo**	**Marzo 16 del año 2021**

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					