GUÍA DE APRENDIZAJE Nº 5

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE				
Programa de Formación: TECNÓLOGO EN GESTIÓN DE MERCADOS		Código: 621113 Versión: 2		
Nombre del Proyecto: IMPLEMENTACIÓN DE MODELOS DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS		Código: 1239683		
Fase del proyecto: Planeación				
Actividad de Proyecto: Definir las características del producto y/o servicio	**Actividad (es) de Aprendizaje:** AA9.Diseñar la ficha técnica del producto o servicio para el mercado definido en la investigación, teniendo en cuenta la normatividad legal vigente. AA10.Establecer el ciclo de vida del producto o servicio de acuerdo con las características de los consumidores y el comportamiento del entorno económico, con el fin de lograr su penetración en el mercado meta.	Ambiente de formación ESCENARIO (Aula, Laboratorio, taller, unidad productiva) y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente.	MATERIALES DE FORMACIÓN DEVOLUTIVO (Herramienta - equipo)	CONSUMIBLE (unidades empleadas durante el programa)
Resultados de Aprendizaje: 26010101401 Definir las especificaciones del producto o servicio de acuerdo con los resultados del estudio de factibilidad y el mercado definido. 26010101403 Desarrollar el nombre y la marca del producto o servicio teniendo en cuenta sus características y los resultados de la investigación.	**Competencia:** 260101014 Diseñar prototipos de productos y/o servicios, qué satisfagan las necesidades y requerimientos de los clientes y cumplan la normatividad legal vigente	Ambiente Virtual de Aprendizaje dispuesto en el Sistema de Gestión de Aprendizaje (LMS).	**N/A**	**N/A**

Resultados de Aprendizaje: 26010100302 Valorar el ciclo de vida del producto o servicio de acuerdo con las características del consumidor y las variables del mercado.	**Competencia:** 260101003 Implementar las acciones de penetración del producto o servicio en el mercado de acuerdo con la rentabilidad y estrategias de mercadeo.			
Resultados de Aprendizaje: 24020150106 Comunicarse en tareas sencillas y habituales que requieren un intercambio simple y directo de información cotidiana y técnica.	**Competencia:** 240201501 Comprender textos en inglés en forma escrita y auditiva.			
Duración de la guía: 240 horas				

2. INTRODUCCIÓN

Avanzando en el proceso formativo se continúa con el desarrollo de la Actividad de Proyecto 5 "***Definir las características del producto y/o servicio",*** en ella se revisa la conceptualización de producto identificando tipos y características, usos y aplicaciones, aportando elementos relacionados con la creación de nuevas propuestas que satisfagan necesidades, gustos y deseos como resultado de la investigación en mercados que continuamente deben realizar las empresas.

El tiempo asignado para el desarrollo de esta actividad de proyecto es de 240 horas y en ella se realizarán dos actividades de aprendizaje, así: la primera actividad de aprendizaje ***"Diseñar e implementar la ficha técnica del producto o servicio para el mercado definido en la investigación, teniendo en cuenta la normatividad legal vigente***", en esta temática se abordan temas como el **Diseño de prototipos de productos o servicios** en relación con aspectos para el diseño, construcción, pruebas y métodos para su evaluación; la **Construcción y desarrollo de la marca** como elemento diferenciador y herramienta para la fidelización de los consumidores teniendo en cuenta las **Especificaciones del producto o servicio** para su desarrollo y posicionamiento; el desarrollo del **Estudio de mercado y el estudio técnico** como herramientas de viabilidad para su comercialización. Es importante que se conozcan los términos y expresiones adecuadas para determinar las características de los productos (**Product features**) en aras de establecer una comunicación efectiva en idioma inglés.

La segunda actividad de aprendizaje "***Establecer el ciclo de vida del producto o servicio de acuerdo con las características de los consumidores y el comportamiento del entorno económico, con el fin de lograr su penetración en el mercado meta"***; una vez identificado el producto o servicio, el análisis se centra en cada una de las fases del **Ciclo de vida del producto o servicio**, observando el comportamiento de las ventas de los bienes o servicios a través de su período de permanencia en el mercado, definiendo y aplicando **Estrategias de mercadeo,** donde se establezcan acciones y se destinen recursos que permitan sortear situaciones en cada uno de los

momentos presentados a lo largo del ciclo de vida del producto o servicio.

Se explicarán los **Lineamientos para el diseño del plan de monitoreo para el seguimiento del ciclo de vida de un producto o de un servicio,** a fin de poder identificar posibles desviaciones que impidan el cumplimiento de los objetivos; y la **Planeación del monitoreo de las fases del ciclo de vida**, como herramienta de seguimiento y control de las variables más representativas, como por ejemplo, el nivel de ventas, participación de la competencia, utilidades, entre otras.

Con la realización de la actividad de proyecto 5, el aprendiz en formación apropiará contenidos para desarrollo de competencias referidas a la elaboración de fichas técnicas de productos, creación de marca, diseño del ciclo de vida de producto o servicio, lineamientos para el diseño del plan de monitoreo y planeación del mismo.

¡Adelante!

3. ESTRUCTURACION DIDACTICA DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de Reflexión inicial.

Antes de realizar las lecturas propuestas para el desarrollo de las actividades, y de acuerdo a los temas propuestos para esta guía de aprendizaje como son: el diseño de prototipos, la marca y las características de los ciclos de vida de producto o servicios. Como actividad de reflexión inicial es importante que el aprendiz se responda a sí mismo y mediante un proceso de análisis a los siguientes cuestionamientos:

- ¿Es la marca un elemento diferenciador a la hora de adquirir un producto? ¿Por qué?
- ¿Las características intrínsecas y extrínsecas de un producto o servicio son importantes al momento de definir su compra?
- ¿En qué radica la importancia de contar con un prototipo? ¿Qué le puede ocurrir a una compañía si no compromete su procedimiento de mercadeo con el previo diseño de un prototipo?
- ¿Se pueden presentar desviaciones en algunas de las fases del ciclo de vida del producto o servicio? ¿Por qué?

La anterior reflexión permitirá al aprendiz identificar componentes que contribuyen a la construcción de su producto y servicio, permitiendo incorporarle elementos diferenciadores frente a los productos o servicios de la competencia.

3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje.

Teniendo en cuenta los interrogantes planteados en las actividades de reflexión inicial, el aprendiz deberá profundizar en temas que le direccionarán sobre la definición de especificaciones tanto para un producto como para un servicio, teniendo como pauta a seguir los resultados arrojados por el estudio de factibilidad y el mercado seleccionado; temas explicativos para el desarrollo de la marca según características establecidas como fruto de la investigación a realizar y, por último, la valoración del ciclo de vida de acuerdo a particularidades del consumidor y variables del mercado.

Para alcanzar los objetivos de contextualización, entorno a los conocimientos de estudio requeridos, se hace necesario desarrollar la Actividad de Aprendizaje (AA9): ***"Diseñar e implementar la ficha técnica del producto o servicio para el mercado definido en la investigación, teniendo en cuenta la normatividad legal vigente***"

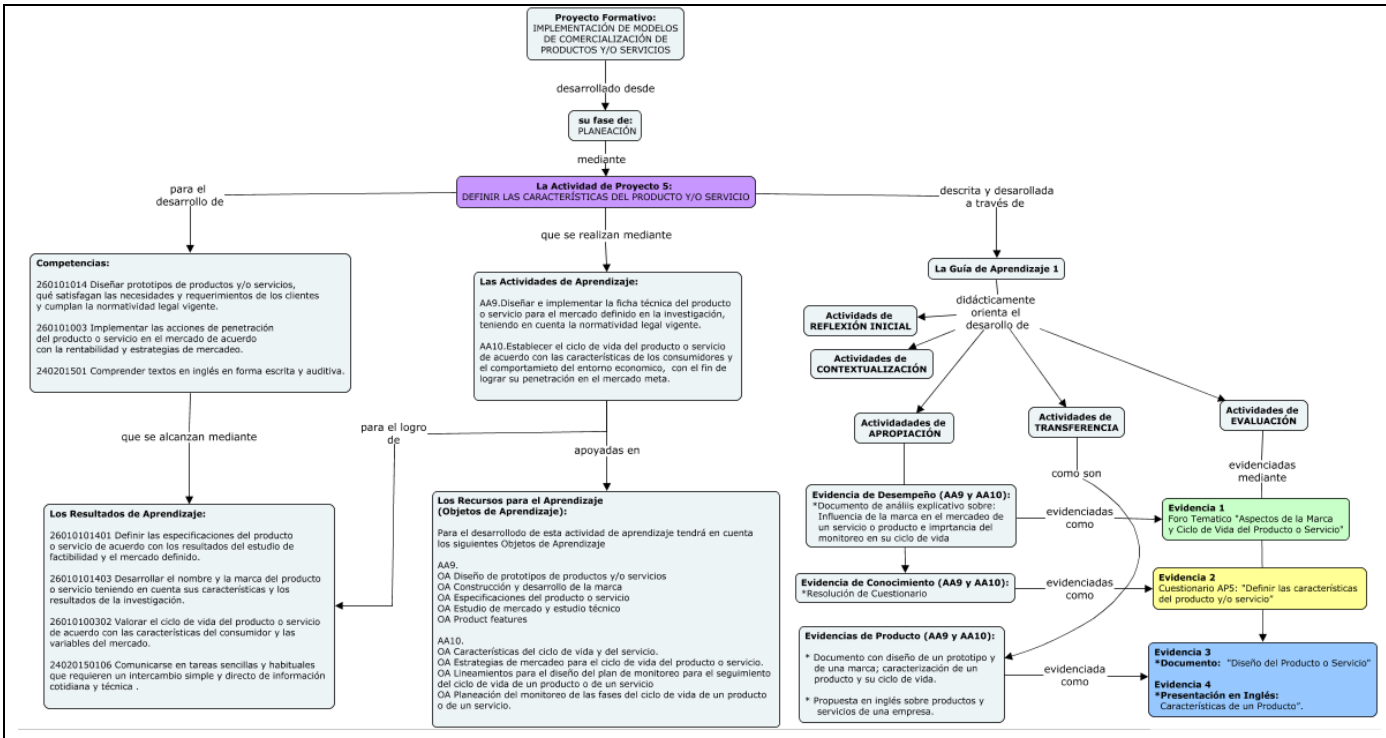
Con el estudio de los contenidos propuestos, el aprendiz estará en capacidad de estructurar un prototipo ya sea para un producto o para un servicio y, de abordar la construcción y desarrollo de la marca que les corresponde. Los procedimientos a seguir son expuestos en los materiales de estudio. Es importante que se exploren otras herramientas y se profundice sobre este tema. Los objetos de aprendizaje propuestos para el desarrollo de la actividad, son los siguientes:

- Diseño de prototipos de productos y/o servicios
- Construcción y desarrollo de la marca
- Especificaciones del producto o servicio
- Estudio de mercado y estudio técnico
- Product features

La propuesta temática que enfoca contenidos sobre el ciclo de vida de un producto o servicio, sus estrategias de mercadeo y el diseño de un plan de monitoreo con aplicación a cada una de esas fases, es desarrollado mediante la Actividad de Aprendizaje (AA10): "***Establecer el ciclo de vida del producto o servicio de acuerdo con las características de los consumidores y el comportamiento del entorno económico, con el fin de lograr su penetración en el mercado meta".*** Estos contenidos son los siguientes:

- Características del ciclo de vida y del servicio.
- Estrategias de mercadeo para el ciclo de vida del producto o servicio.
- Lineamientos para el diseño del plan de monitoreo para el seguimiento del ciclo de vida de un producto o de un servicio.
- Planeación del monitoreo de las fases del ciclo de vida de un producto o de un servicio.

Para un mejor entendimiento por parte del aprendiz quien cuenta con mayor claridad sobre los procesos y conocimientos asociados a esta guía de aprendizaje, en su **Fase II Planeación**, correspondiente a la Actividad de Proyecto 5: ***"Definir las características del producto y/o servicio"***; se hace necesario que estudie y comprenda el **esquema de contenidos de la guía** presentado a continuación, donde se muestran las actividades de aprendizaje a realizar, frente a los contenidos, resultados de aprendizaje, competencias y evidencias a desarrollar.



Dedicación horaria

Esta primer actividad de proyecto tiene una duración de **240 horas**, las cuales incluyen tiempo de **trabajo independiente** que debe dedicar el aprendiz para su desarrollo, representado en un 80%; y el tiempo de **acompañamiento directo del instructor** equivalente al 20%.

Relación horaria Actividad de Proyecto en consideración de las evidencias a desarrollar.

Descripción	Peso %	Intensidad Horaria	Evidencia 1 (Foro)	Evidencia 2 (Cuestionario)	Evidencia 3 (Producto)	Evidencia 4 (Producto)	Subtotales
			25%	20%	35%	20%	
Trabajo Independiente del Aprendiz:	80%	192	48	38,4	67,2	38,4	192
Trabajo con acompañamiento directo del instructor:	20%	48	12	9,6	16.8	9,6	48
Tiempo desarrollo de Actividad de Proyecto:	**100%**	**240**	60	48	84	48	240

Conceptos:

- **Trabajo Independiente del Aprendiz:** Corresponde al tiempo que el aprendiz debe dedicar en su proceso de formación de manera independiente al tiempo que normalmente recibe con acompañamiento directo del instructor.
- **Trabajo de acompañamiento directo del Instructor:** Corresponde al tiempo directo que el instructor debe dedicar al aprendiz en el proceso formativo, este acompañamiento se enfoca en el seguimiento, la realimentación, orientación y evaluación.

Orientación del Instructor

Para el desarrollo de estas actividades de aprendizaje y sus correspondientes evidencias, el instructor orientará la revisión y posterior profundización en los contenidos y recursos didácticos (objetos de aprendizaje, videos, enlaces externos, bibliografía, otros) dispuestos en el ambiente virtual. Igualmente, brindará retroalimentación oportuna sobre sus resultados de aprendizaje y competencias en desarrollo.

Así mismo, el instructor, es el encargado de orientar el proceso formativo mediante explicaciones específicas, aclaración de inquietudes, direccionamiento de actividades, recomendaciones para el aprendizaje y desarrollo de ejercicios prácticos; fomentando en el aprendiz una cultura de investigación, de respeto a los derechos de autor y de acción basada en la calidad; todo esto, circunscrito al concepto de mejoramiento continuo, con el ánimo de añadir valor agregado a la actividad de proyecto encargada de caracterizar el comportamiento del mercado, enfatizando de manera inclusiva y pertinente, un proceso formativo sustentado en principios y valores.

Encuentro Sincrónico Actividad de Proyecto: Cada vez que inicie a una Actividad de Proyecto, el instructor(es) deberá(n) realizar un encuentro sincrónico con el grupo de aprendices donde explicará(n) el objetivo de la Actividad de Proyecto, las actividades de aprendizaje a realizar y las evidencias solicitadas, los criterios de evaluación con que se evaluarán, entre otros aspectos, como por ejemplo resolver dudas e inquietudes, explicar temas técnicos específicos, orientar en la búsqueda de información y entrega de evidencias, etc. El encuentro debe realizarse antes del envío de evidencias y publicar su grabación en el foro “Encuentros Sincrónicos”, indicando en el nombre de la secuencia la fecha del encuentro, y al interior de la publicación el detalle de los temas tratados y los documentos soportes utilizados en la sesión, por ejemplo: diapositivas, documentos, artículos, videos, entre otros.

Relación de Actividades de Aprendizaje en consideración de los Resultados de Aprendizaje y las Evidencias a desarrollar.

A continuación se observa la interrelación entre actividades de aprendizaje y los resultados de aprendizaje abordados desde las evidencias que se desarrollarán, las cuales fueron diseñadas para el logro de aprendizajes de forma integral dando respuesta a las actividades de proyecto como elemento integrador del proceso formativo.

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	Evidencia 1 (Foro) AP05-EV01-Foro: "Aspectos de la Marca y Ciclo de Vida del Producto o Servicio"	Evidencia 2 (Cuestionario) AP05-EV02-Cuestionario de Preguntas: "Definir las características del producto y/o servicio"	Evidencia 3 (Producto) AP02-EV03-: "Diseño del Producto o Servicio".	Evidencia 4 (Producto)AP05-EV04 – "Presentación en Inglés: Características de un Producto"
AA9.Diseñar la ficha técnica del producto o servicio para el mercado definido en la investigación, teniendo en cuenta la normatividad legal vigente.	26010101401 Definir las especificaciones del producto o servicio de acuerdo con los resultados del estudio de factibilidad y el mercado definido.	X	X	X	
	26010101403 Desarrollar el nombre y la marca del producto o servicio teniendo en cuenta sus características y los resultados de la investigación.	X		X	
	26010100302 Valorar el ciclo de vida del producto o servicio de acuerdo con las características del consumidor y las variables del mercado.				
	24020150106 Comunicarse en tareas sencillas y habituales que requieren un intercambio simple y directo de información cotidiana y técnica.				X
AA10.Establecer el ciclo de vida del producto o servicio de acuerdo con las características de los consumidores y el comportamiento del entorno económico, con el fin de lograr su penetración en el mercado meta.	26010100302 Valorar el ciclo de vida del producto o servicio de acuerdo con las características del consumidor y las variables del mercado.	X	X		
	24020150106 Comunicarse en tareas sencillas y habituales que requieren un intercambio simple y directo de información cotidiana y técnica.				X

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

Es importante tener presente que los conocimientos adquiridos mediante el estudio y aplicación de la presente guía, son fundamentales para establecer y realizar el planteamiento del problema, necesidad u oportunidad del proyecto de formación.

Para el desarrollo de esta actividad de aprendizaje es importante que usted como aprendiz:

- Fortalezca sus conocimientos a través de la consulta de los diferentes objetos de aprendizaje y recursos que se proporcionan en el ambiente virtual; igualmente válida como herramienta de apoyo, resulta la obtención de información a partir de búsqueda y consulta propia.
- Construya todas las evidencias requeridas y aplique el proceso de autoevaluación a través de los instrumentos de evaluación proporcionados, con el fin de verificar el cumplimiento de las exigencias pedidas.
- Publique las evidencias en la plataforma virtual de aprendizaje con el fin de que sean evaluadas por el instructor, o equipo de instructores que apoyan la ejecución del proceso; como resultado de esta evaluación recibirá la retroalimentación de logros alcanzados, de tal manera que pueda reflexionar frente a su aprendizaje y avance en el proceso formativo**.**

Para el desarrollo de **la novena y décima actividad de aprendizaje,** se proporcionan en plataforma LMS una serie de objetos de aprendizaje (OA), que el aprendiz debe leer, comprender y asimilar, toda vez, que en ellos, encontrará la información que le permitirá analizar la conceptualización técnica necesaria para la caracterización del comportamiento de un mercado.

Ahora proceda con la lectura y análisis de los siguientes materiales de estudio:

Objetos de Aprendizaje de la Actividad de Aprendizaje 9

- Diseño de prototipos de productos y/o servicios
- Construcción y desarrollo de la marca
- Especificaciones del producto o servicio
- Estudio de mercado y estudio técnico
- Product features

Objetos de Aprendizaje de la Actividad de Aprendizaje 10

- Características del ciclo de vida y del servicio
- Estrategias de mercadeo para el ciclo de vida del producto o servicio
- Lineamientos para el diseño del plan de monitoreo para el seguimiento del ciclo de vida de un producto o de un servicio
- Planeación del monitoreo de las fases del ciclo de vida de un producto o de un servicio

En cada objeto de aprendizaje (OA), usted encontrará una Actividad de Afianzamiento como instrumento de realimentación que le permitirá verificar el alcance de conocimientos adquiridos, podrá revisar el mapa orientador de contenidos, analizar el glosario de términos relevantes al tema de estudio, cotejar la bibliografía para la exploración y seguimiento de la temática desarrollada y estudiar los contenidos en general. Recuerde que cada objeto de aprendizaje podrá revisarlo desde su PC previa conexión a internet, podrá descargar el PDF general y el Objeto de Aprendizaje a su computador para la revisión de material de estudio cuantas veces desee.

A continuación se presenta de forma general los conceptos y contenidos diseñados para el desarrollo de la actividad de aprendizaje (AA9) denominada: ***Diseñar e implementar la ficha técnica del producto o servicio para el mercado definido en la investigación, teniendo en cuenta la normatividad legal vigente".*** Recuerde que la revisión de los materiales de estudio es fundamental para su proceso formativo como Tecnólogo en Gestión de Mercados.

- **OA Diseño de prototipos de productos y/o servicios:** Este objeto de aprendizaje da a conocer los elementos a tener cuenta para el diseño del prototipo, tanto del producto como del servicio a desarrollar dentro del proyecto formativo. Para lo cual se definen los siguientes pasos:

    - **Diseño preliminar del producto o servicio**: Establece los elementos principales a tener en cuenta al momento del diseño preliminar del producto o servicio. Explica los efectos al aplicar las estrategias de competitividad en el desarrollo de bienes y servicios, como son: incremento de la productividad, incremento de los precios, reducción del riesgo e incremento de la cuota de mercado.

    - **Construcción del Prototipo**: Precisa aspectos necesarios para diseñar un prototipo y su proceso. Da a conocer el tipo de pruebas y análisis a los cuales son sometidos, sus conceptos de diferenciación, describe la etapa de la elaboración del boceto final del producto, los métodos para construcción de nuevos productos, la cultura de pertinencia de los prototipos en las empresas y, por último, define el proceso de estructuración de los prototipos de servicios.

- **OA Product Features:** El tema desarrollado por este objeto de aprendizaje enfatiza las características del producto, explicando la importancia de concebir una presentación en donde se dé a conocer el motivo de su creación, los componentes que lo estructuran y los beneficios que le aportan al consumidor. Uno de los principales objetivos al determinar los componentes de un producto, tiene que ver con la definición de las características a involucrar como valor añadido para el usuario final, así como, hacer entender el alcance del producto a todos los actores involucrados en su procesamiento y mercadeo.

- **OA: Construcción y Desarrollo de la Marca**: Da a conocer la contextualización de la marca y su importancia frente la incidencia en el éxito de una empresa o institución de mercado. Dentro de la temática a abordar presenta temas de su evolución, tipos de marca, elementos constitutivos, proceso de construcción, estrategias claves para el éxito, posicionamiento en la WEB y aspectos normativos legales que rigen las marcas en Colombia.

- **OA Especificaciones del Producto o Servicio**: Aborda temas referentes al conocimiento e identificación de las principales características que definen un producto o servicio; esto con el propósito de establecer los objetivos de marketing y la planificación de las estrategias para su logro.

Los subtemas incluidos dentro la temática de estudio son:

- **Tipos de Productos:** Define su clasificación de acuerdo a características, atributos y gustos del consumidor.
- **Ciclo de Vida del Producto:** Contextualiza las fases que intervienen, definiendo características y elementos en cada una de ellas.
- **Características intrínsecas de un producto o servicio:** Explica los elementos físicos propios de los productos, como son: color, forma, olor y tamaño.
- **Características extrínsecas de un producto o servicio:** Define elementos como marca, precio, calidad y seguridad.

- **OA Estudio de Mercado y Estudio Técnico**: Brinda lineamientos para realizar el estudio de mercado y el estudio técnico de un proyecto, con el fin de establecer el horizonte de un proyecto o plan de negocios. Dentro de la temática de estudio de mercados se abordan los siguientes temas: importancia, usos y pasos. Para el caso del estudio técnico se analiza la contextualización, su importancia y componentes.

Los conceptos y contenidos diseñados para el desarrollo de la actividad de aprendizaje (AA10): "***Establecer el ciclo de vida del producto o servicio de acuerdo con las características de los consumidores y el comportamiento del entorno económico, con el fin de lograr su penetración en el mercado meta. ",*** son los siguientes:

- **OA Características del Ciclo de Vida del Producto del Servicio:** El propósito fundamental de este objeto de aprendizaje es que el aprendiz pueda tomar decisiones para el diseño de estrategias competitivas, mediante el conocimiento de las fases del ciclo de vida de un producto o de un servicio, reconociendo sus implicaciones. El estudio de este ciclo genera una planeación y un pronóstico, los cuales permiten minimizar riesgos y aprovechar las oportunidades a futuro, referenciando su acción desde la introducción hasta el declive del producto o del servicio. Dentro de los temas que se abordan en este OA tenemos:

  - **Fundamentos del ciclo de vida:** Se presenta una definición y los beneficios del ciclo de vida del producto.
  - **Fases del Ciclo de Vida de un Producto:** Identifica las cuatro fases del ciclo de vida del producto, definiéndolas, caracterizándolas y clasificándolas.
  - **Fases del Ciclo de Vida de un Servicio**: Permite identificar las cuatro fases del ciclo de vida del servicio, exponiéndolo, caracterizándolo y clasificándolo.

- **OA Estrategias de Mercadeo para el Ciclo de Vida del Producto o Servicio**: Orienta el diseño e implementación de estrategias para el cumplimiento de los objetivos en el ciclo de vida del producto o servicios, junto con las variables internas y externas de cada una de ellas.

- **OA Lineamientos para el Diseño del Plan de Monitoreo para el Seguimiento del Ciclo de Vida de un Producto o de un Servicio:** Explica el plan de monitoreo como herramienta para el seguimiento y control de

procesos y actividades; el objetivo de aprendizaje es el de brindar directrices para su construcción, definición y aplicación en el ciclo de vida del producto o servicio.

- **OA Planeación del Monitoreo de las Fases del Ciclo de Vida de un Producto o de un Servicio**: Describe la planeación y ejecución del monitoreo al ciclo de vida del producto, con el fin de identificar las posibles desviaciones que pueden presentarse en cada una de sus fases. En el desarrollo de la temática planteada se presentan los factores que pueden ser aplicados en cualquiera de las fases y finaliza presentando las diferentes técnicas de monitoreo para el seguimiento al ciclo de vida del producto o servicio.

Evidencia 1 (De Desempeño)
AP05-EV01- Foro: "Aspectos de la Marca y Ciclo de Vida del Producto o Servicio"; para el desarrollo de esta evidencia el aprendiz deberá haber leído el material de estudios correspondientes a Diseño de prototipos de productos y/o servicios; Construcción y desarrollo de la marca; Especificaciones del producto o servicio; Características del ciclo de vida y del servicio; Estrategias de mercadeo para el ciclo de vida del producto o servicio. Una vez el aprendiz realice las lecturas sugeridas, deberá ingresar al Foro temático y dar respuesta a los siguientes interrogantes:

Aspectos de la Marca en cada una de sus fases

- ¿Por qué los consumidores están dispuestos a pagar más por productos o servicios que tengan una marca reconocida?
- ¿Qué aspectos técnicos, legales y de mercado tendría en cuenta a la hora de construir la marca para su proyecto y patentarla?
- ¿Cuál es la mejor forma de posicionar con éxito una marca en la web?

Ciclo de Vida del Producto o Servicio

- ¿Cuáles serían las técnicas de color, de diseño, y normas de composición de texto que utilizaría para diseñar la marca de su producto o servicio?

- ¿Qué aspectos tendría en cuenta a la hora de monitorear el ciclo de vida del producto o servicio? ¿Qué instrumento emplearía para efectuar dicho proceso?

- ¿Cuál es la importancia de los indicadores de desempeño de la industria para hacer seguimiento al ciclo de vida del producto o servicio? Enuncie y argumente los más apropiados para el producto o servicio de su proyecto formativo.

Para el desarrollo de esta actividad el aprendiz debe apoyarse en investigaciones para profundizar sobre los temas propuestos, en la participación deberá justificar su respuesta a las preguntas realizadas y efectuar un comentario a la participación de otros aprendices; de esta actividad se evaluará el análisis y la interpretación. El instructor deberá dar respuesta mediante la aplicación de la rúbrica tigre, propiciando que se genere un ambiente de debate e intercambio de conocimientos y criterios.

Encuentro Sincrónico Orientación Desarrollo Evidencia: Para la elaboración de esta evidencia se realizará encuentro sincrónico (videoconferencia), el cual será citado por el(los) instructor(es) a cargo, mediante el cual se darán a conocer las pautas para la correcta interpretación de la evidencia a realizar, aclaración de dudas y explicación de la temática abordada.

Documentos asociados a la evidencia: Siga las pautas y orientaciones consignadas en los siguientes documentos para el adecuado desarrollo de la evidencia.

- Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP05-EV01"**
- Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-RubricaTIGRE-ForosDiscusion"**

Forma de entrega:
En el menú principal de la plataforma ubique el área de "*Actividades*" e ingrese al enlace "*Fase Planeación*", posteriormente acceda a la carpeta de la Actividad de Proyecto correspondiente, participe en el foro haciendo clic en el enlace: **AP05-EV01- Foro: "Aspectos de la Marca y Ciclo de Vida del Producto o Servicio"**, para participar en el foro también puede ir directamente al link de "foros" desde el menú principal.

El instructor deberá dar respuesta mediante la aplicación de la rúbrica tigre, propiciando que se genere un ambiente de debate e intercambio de conocimientos y criterios.

Evidencia 2 (De Conocimiento)
AP05-EV02- Cuestionario de Preguntas: "Definir las características del producto y/o servicio". Con el fin de obtener evidencia del proceso de aprendizaje, con relación a los conocimientos adquiridos por el aprendiz para el logro de los resultados de aprendizaje previstos, mediante la interacción de éste con el material de estudio suministrado en cada uno de los Objetos de Aprendizaje dispuestos en plataforma, para las Actividades de Aprendizaje 9 y 10; se dispone de un cuestionario que determina si el aprendiz maneja adecuadamente los conceptos aplicados al proceso de diseño del producto o servicio, la construcción y desarrollo de la marca y las características del ciclo de vida.

Documentos asociados a la evidencia: Siga las pautas y orientaciones consignadas en los siguientes documentos para el adecuado desarrollo de la evidencia.

- Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP05-EV02"**

Forma de entrega:

En el menú principal de la plataforma ubique el área de "*Actividades*" e ingrese al enlace "*Fase Planeación*", posteriormente acceda a la carpeta de la Actividad de Proyecto correspondiente, conteste el cuestionario de preguntas a través del siguiente enlace: **AP05-EV02- Cuestionario AP05. "Definir las características del producto y/o servicio".**

3.4 Actividades de transferencia del conocimiento.

En este momento, usted como aprendiz, ha logrado reflexionar, contextualizar y apropiar los conceptos más representativos que le permiten reconocer la importancia del diseño e implementación de fichas técnicas acorde con la normatividad que le aplica al producto o servicio objeto de promoción y comercialización, de igual se han revisado los aspectos que intervienen en el ciclo de vida de un producto o servicio, teniendo en cuenta el comportamiento del económico respecto de los consumidores y sus características diferenciadoras, a fin de comprender la necesidad de implementar estrategias que permitan una adecuada penetración del producto en el mercado que lo reviste.

De otro lado, con la revisión de contenidos igualmente se reconoce la importancia de comprender adecuadamente el vocabulario y modismos básicos del idioma inglés necesarios para las actividades de mercadeo como del manejo de un segundo idioma en su desempeño laboral, especialmente para comunicarse en tareas sencillas y habituales que requieren un intercambio simple y directo de información cotidiana y técnica.

Evidencia 3 (De Producto)

AP05-EV03: "Diseño del Producto o Servicio". De acuerdo a las indicaciones del instructor sobre el desarrollo de la Actividad d Proyecto 5 **"**Definir las características del producto y/o servicio" y las actividades de aprendizaje AA9. Diseñar e implementar la ficha técnica del producto o servicio para el mercado definido en la investigación, teniendo en cuenta la normatividad legal vigente y AA10.Establecer el ciclo de vida del producto o servicio de acuerdo con las características de los consumidores y el comportamiento del entorno económico, con el fin de lograr su penetración en el mercado meta. El aprendiz elaborará un documento donde aplique conocimientos y competencias adquiridas; además de conceptos en los temas relacionados a: Diseño prototipos, Diseño de la marca, Especificaciones o características del producto o servicio y la aplicación del ciclo de vida del producto o servicio.

Para cumplir con esta evidencia, es importante que haya revisado, leído y comprendido el material de estudio presentando en esta guía. De acuerdo con las indicaciones de su instructor, posteriormente debe ingresar y entregar la actividad (evidencia) desarrollada en la plataforma.

Encuentro Sincrónico Orientación Desarrollo Evidencia: Para la elaboración de esta evidencia, es necesario que el instructor o instructores a cargo realicen los encuentros sincrónicos suficientes con los aprendices, específicamente para: describir la evidencia, brindar orientación y resolver dudas e inquietudes respecto de su elaboración, entendimiento, interpretación y entrega.

Documentos asociados a la evidencia: Siga las pautas y orientaciones consignadas en los siguientes documentos para el adecuado desarrollo de la evidencia.

- Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP05-EV03"**
- Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-AP0-EV03"**
- Rubrica Sustentación de Actividades **"TGM-IE-RS-Evidencias"**

Forma de entrega:

En el menú principal de la plataforma ubique el área de "*Actividades*" e ingrese al enlace "*Fase Análisis*",

posteriormente acceda a la carpeta de la Actividad de Proyecto correspondiente y realice el envío de la evidencia en el siguiente enlace: **AP05-EV03- "Diseño del Producto o Servicio"**

Evidencia 4 (De producto)
AP05-EV04 – "Presentación en Inglés: Características de un Producto". El aprendiz elaborará una presentación en idioma inglés donde muestre las características de un producto o servicio, junto con las opiniones de los clientes. La presentación del documento podrá hacerse en Power Point o en el formato de su preferencia.

Documentos asociados a la evidencia: Siga las pautas y orientaciones consignadas en los siguientes documentos para el adecuado desarrollo de la evidencia.

- Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP05-EV04"**
- Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-AP05-EV04"**

Forma de entrega:
En el menú principal de la plataforma ubique el área de "*Actividades*" e ingrese al enlace "*Fase Planeación*", posteriormente acceda a la carpeta de la Actividad de Proyecto correspondiente y realice el envío de la evidencia en el siguiente enlace: **AP05-EV04- "Presentación en Inglés: Características de un Producto".**

3.5 Actividades de evaluación

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Desempeño: **AP05-EV01- Foro: "**Aspectos de la Marca y Ciclo de Vida del Producto o Servicio"	Reporta los resultados de los análisis de los productos estudiados teniendo en cuenta el estudio del ciclo de vida de productos y servicios. Caracteriza las especificaciones del producto o servicio, de acuerdo con el estudio técnico de fabricación y lo compara con los resultados del estudio de mercado y factibilidad técnica. Observa el proceso de creación y desarrollo de nombres y marcas teniendo en cuenta aspectos técnicos, legales y de mercado**.**	Foro Temático: "Aspectos de la Marca y Ciclo de Vida del Producto o Servicio Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP05-EV01"** Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-RubricaTIGRE-ForosDiscusion"**

Evidencias de Conocimiento: **AP05-EV02-** Cuestionario de Preguntas: "Definir las características del producto y/o servicio"	Caracteriza las especificaciones del producto o servicio, de acuerdo con el estudio técnico de fabricación y lo compara con los resultados del estudio de mercado y factibilidad técnica. Observa el proceso de creación y desarrollo de nombres y marcas teniendo en cuenta aspectos técnicos, legales y de mercado.	Enlace LMS – Prueba de Conocimiento Formato para desarrollo de evidencia: "**TGM-AP05-EV02"**
Evidencias de Producto: **AP02-EV03-:** "Diseño del Producto o Servicio**".**	Caracteriza las especificaciones del producto o servicio, de acuerdo con el estudio técnico de fabricación y lo compara con los resultados del estudio de mercado y factibilidad técnica. Observa el proceso de creación y desarrollo de nombres y marcas teniendo en cuenta aspectos técnicos, legales y de mercado.	Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP05-EV03"** Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-AP0-EV03"** Rubrica Sustentación de Actividades **"TGM-IE-RS-Evidencias"**
Evidencias de Producto: **AP05-EV04 –** "Presentación en Inglés: Características de un Producto"	Estructura adecuadamente una opinión sobre un tema conocido de su especialidad.	Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP05-EV04"** Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-AP05-EV04"**

4. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

ACTIVIDADES DEL PROYECTO	DURACIÓN (Horas)	Materiales de formación devolutivos: (Equipos/Herramientas)		Materiales de formación (consumibles)		Talento Humano (Instructores)		AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS
		Descripción	Cantidad	Descripción	Cantidad	Especialidad	Cantidad	**ESCENARIO (Aula, Laboratorio, taller, unidad productiva)** y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente
Definir las características del producto y/o servicio	240	NA	NA	**Objetos de Aprendizaje Actividad de Aprendizaje 9** • Diseño de prototipos de productos y/o servicios • Construcción y desarrollo de la marca • Especificaciones del producto o servicio • Estudio de mercado y estudio técnico • Product features **Objetos de Aprendizaje Actividad de Aprendizaje 10** • Características del ciclo de vida y del servicio • Estrategias de mercadeo para el ciclo de vida del producto o servicio • Lineamientos para el diseño del plan de monitoreo para el seguimiento del ciclo de vida de un producto o de un servicio • Planeación del monitoreo de las fases del ciclo de vida de un producto o de un servicio	9	Mercados Idiomas	2	Ambiente Virtual de Aprendizaje dispuesto en el Sistema de Gestión de Aprendizaje (LMS) accedido a través de la plataforma SENA SOFIA PLUS.

5. GLOSARIO DE TERMINOS

Actitud: Evaluación que hace una persona de una idea o un objeto.

Análisis de ventas: Estudio de las cifras devenías con objeto de revisar, mejorar o corregir una situación de mercadeo. La información de ventas se disgrega en sus componentes individuales y se examinan en lo tocante a su relación con otros factores que operan dentro de la mezcla de mercadeo.

Aranceles: Publicaciones que indican las tasas de envío de diferentes productos. También se refieren a los impuestos asignados a bienes de importación.

Bienes de consumo: Productos elaborados expresamente para que los utilice el consumidor final, en contraposición a aquellos que se fabrican para revenderlos o utilizarlos en la fabricación de otros artículos. Productos, como cigarrillos, cerveza y goma de mascar que se compran con frecuencia, inmediatamente y con poco esfuerzo de venta.

Compañía: Empresa o sociedad mercantil: una compañía de seguros; una compañía de productos químicos.

Consumidor: Persona que compra productos de consumo. En mercadeo se aplica a todo comprador.

Demanda total: La demanda total del mercado para un producto es el volumen total que adquiriría un grupo de clientes definido, en un área geográfica definida, dentro de un período definido, en un ambiente de mercadeo definido, bajo un programa de mercadeo definido.

Distribución física: Proceso por el que los bienes se transfieren del fabricante, pasando por varios intermediarios, hasta llegar al cliente, que incluye funciones tales como envíos, control de inventario en almacenes, procesamiento de pedidos y servicio a la clientela.

Distribuidor: Comerciante mayorista que adquiere y se hace cargo de la distribución de productos a los detallistas.

Estímulo: Cualquier acontecimiento que un individuo sea capaz de percibir o sentir.

Estrategia: Arte de dirigir operaciones. Arte, traza para dirigir un asunto.

Idea: Se denomina idea a una experiencia mental que relaciona elementos, descubre causas de situaciones o crea a una nueva posibilidad de acción. Las ideas son parte de la capacidad de abstracción del hombre, un rasgo de la inteligencia que les separa del resto de los animales.

Instrumento**:** Elemento o herramienta de apoyo para una actividad.

Investigación de Mercados: Proceso para buscar información acerca de consumidores, el entorno de las

organizaciones, las necesidades de bienes o servicios para tomar decisiones relacionadas con el mercado.

Investigación: De acuerdo a las definiciones que presenta la Real Academia Española (RAE) sobre la palabra investigar (vocablo que tiene su origen en el latín investigare), este verbo se refiere al acto de llevar a cabo estrategias para descubrir algo. También permite hacer mención al conjunto de actividades de índole intelectual y experimental de carácter sistemático, con la intención de incrementar los conocimientos sobre un determinado asunto.

Investigación: Se hace referencia a la indagación de información para buscar solución a una posible situación problémica.

Logística inversa: Acciones tendientes a proteger el medio ambiente, a través del re uso, re manufacturación o reutilización de productos.

Logística: Concepto amplio aplicado a todas las fases de distribución de los productos, incluyendo todos los eslabones de la cadena distribución, requeridos para hacer llegar el producto hasta el cliente final. La logística (término de origen militar) se encarga de optimizar fletes, asegurarse que los productos vayan bien transportados, calcular tiempos de espera y de descarga, manejo y control de almacenamiento. El objetivo final de la logística es disminuir los niveles de inventario y de optimizar el funcionamiento de toda la cadena de distribución.

Mayoreo: Proceso que consiste en comprar las existencias de un fabricante, almacenarlas, venderlas y enviarlas ya sea a usuarios industriales o a establecimientos al menudeo, dependiendo del tipo de productos.

Mercadeo: Proceso de planificación, ejecución, fijación de precios, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos individuales y organizacionales **(AMERICAN MARKETING ASOCIATION, 2016).**

Mercado: Todos aquellos compradores de un producto o un servicio.

Mercado: Todos aquellos compradores de un producto o un servicio.

Mercadotecnia: American Marketing Association (AMA), la mercadotecnia es la actividad, conjunto de instituciones y procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los consumidores, clientes, socios y la sociedad en general.

Necesidades: Condiciones insatisfechas o de carencias.

Nichos de mercado: En mercadeo describe pequeños grupos de consumidores que tienen necesidades muy estrechas, o combinaciones únicas de necesidades. Pequeños mercados no atendido por otras empresas.

Proyecto: Término proyecto proviene del latín *proiectus* y cuenta con diversas significaciones. Podría definirse a un proyecto como el conjunto de las actividades que desarrolla una persona o una entidad para alcanzar un

determinado objetivo.

Prueba de mercado: Proceso por el que se prueba un producto nuevo en una región limitada que se considera representativa del mercado general. La información de cada prueba se extrapola y proyecta al mercado completo para fines de planeación.

Servicio: Cualquier actividad, beneficio o satisfacción que se ofrece a la venta. Es esencialmente intangible y no puede resultar en propiedad de algo concreto. El servicio puede o no estar ligado a un producto físico o tangible.

Sistemático: Que sigue o se ajusta a un sistema o conjunto de elementos ordenados: una investigación sistemática es siempre más fiable.

Tendencias: Curso o direccionamiento que toman diferentes mercados

Utilidad: Valor que posee un bien o servicio para la persona que lo compran.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOSA

Bernal, P. (2009). *Que es prototipo de productos y/o servicios*. Recuperado el 17 de septiembre de 2012, de http://gerentesyemprendedores2009.blogspot.com/2009/03/que-esprototipo-de-productos-o.html

Barba, E. (1993). *La Excelencia en el proceso de desarrollo de nuevos productos*. Barcelona: Ed. EADA Gestión, p. 116 – 125.

Miranda, F. (2000). *La gestión del proceso de diseño y desarrollo de productos*. Recuperado el 17 de septiembre 2012, de http://www.ciberconta.unizar.es/LECCION/desapro/100.HTM.

Cruz, R., & Martínez, C. (s.f.). *Estrategias competitivas dinámicas.* Recuperado el 2 de abril de 2012, de http://www.elprisma.com/apuntes/curso.asp?id=11535.

Customer Care Associates. (s.f). *Estrategias del servicio*. Recuperado el 8 de agosto de 2012, De http://www.customercareassociates.com/index.php?option=com_content&view=article&id=40&Itemid=20

Galicia, L. (2010). *Estadística y Marketing*. Recuperado el 13 de agosto de 2012 de http:// suite101.net/article/la-estadistica-y-el-marketing-a9675

Maurera, C. (s,f). *Aplicabilidad de la investigación de mercados*. Recuperado el 8 de agosto de 2012, de http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/marketing/idm.htm

Muñiz, R. (2010). *Concepto del ciclo de vida del producto. Marketing en el Siglo XXI (3ª Ed).* Recuperado de http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-ciclo-de-vida-del-producto-36.

Muñiz, R. (2010). *Política internacional de producto*. Marketing en el Siglo XXI (3ª Ed). Recuperado de http://www.marketing-xxi.com/politica-internacional-de-producto-152.htm

Santesmases, M. (2009). *Fundamentos de Marketing. España*: Pirámide. Itil. (s.f). El ciclo de vida de los servicios. Recuperado el 09 de Abril de 2012, de http://itilv3.osiatis.es/contacto.php

Thomson Business. (2009). *Ciclo de vida en el mercado*. Recuperado el 2 de abril 2012, de http://www.dynamicbusinessplan.com/ciclo-de-vida-en-el-mercado/

Kotler, P., y Amstrong, G. (2010). *Principios de Marketing.* México: Pearson Education.

Kotler, P., y Keller, K. (2012). *Producto. Dirección de Marketing*. México: Pearson Education.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO (ELABORADO POR)

Nombre	Cargo	Centro de Formación	Fecha
Raúl Fabián Cadena Vidal	Líder Expertos Temáticos	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	Julio de 2016
John Ricardo Peñuela Vásquez	Expertos Temático	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Julio César Salgado	Experto Temático	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Luz Marina Medina Aguirre	Experta Temática	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Ismari Herrera Jeréz	Experto Competencias de Idioma Inglés	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Jorge Enrique Figueroa Chaparro	Experto Competencia Transversal- Ética y Emprendimiento	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Luz Dary Palomino González	Experto Competencia Transversal- Ambiental	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	

Marian Yarith Carvajal Castellanos	Experto Competencia Transversal- Salud Ocupacional	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Rosa Elvia Quintero Guasca	Asesor Pedagógico Línea de Producción Regional Santander	Centro Industrial de Mantenimiento Integral.	
Luis Orlando Beltrán Vargas	Asesor Pedagógico Línea de Producción Regional Santander	Centro Industrial de Mantenimiento Integral.	