



ACTIVIDAD 13

MARKETING



En estos documentos se utilizarán de manera inclusiva términos como: el estudiante, el docente, el compañero u otras palabras equivalentes y sus respectivos plurales, es decir, con ellas, se hace referencia tanto a hombres como a mujeres.

PROPUESTA DE ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE
MARKETING



Horas Pedagógicas
5 horas teóricas
10 horas prácticas



OBJETIVO DE APRENDIZAJE

OA 3 Hacer seguimiento y elaborar informes del desarrollo de un programa operativo de un departamento o área de una empresa, en base a evidencias, aplicando técnicas apropiadas, considerando todos los elementos del programa.

OA Genérico

A - B - C - D - H



APRENDIZAJE ESPERADO

4. Reporta a sus superiores los avances y/o retrasos del programa operativo de trabajo de un departamento, utilizando las evidencias, elementos y técnicas apropiadas.



CRITERIOS DE EVALUACIÓN

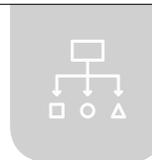
4.3 Presenta los avances y/o retrasos en la ejecución de un programa operativo de trabajo, utilizando las herramientas tecnológicas disponibles.



MARKETING

METODOLOGÍA SELECCIONADA

Estudio de Caso - Ludificación - Informe Técnico



COMPETENCIAS

Conocimientos: Área de marketing, producto, precio, plaza, promoción, marketing mix.

Habilidades: Reconocer los elementos que componen el marketing mix.

Actitudes: Colaborativa y prolijidad.

PREPARACIÓN DE LA ACTIVIDAD

Docente:

1	Revisa ticket de salida de la actividad anterior con el fin de considerar dudas que puedan ser contestadas durante la ejecución de la actividad.
2	Revisa todos los recursos de la actividad y en caso de ser necesario, realizar adecuaciones correspondientes.
3	Prepara video https://www.youtube.com/watch?v=eWULmSLfu3E
4	Organiza grupos utilizando técnicas de colaboración para conformar grupos heterogéneos.
5	Disponibiliza presentación PPT del área marketing.
6	Disponibiliza guía de actividad y pauta de evaluación.



MARKETING

Recursos:

- Acceso Internet
- Actividad Conocimientos Previos
- Presentación PPT
- Actividad ¿Cuánto Aprendimos?
- Actividad Práctica
- Pauta de Evaluación
- Infografía
- Ticket de Salida

EJECUCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Docente:

1	Presenta los aprendizajes, objetivos de la actividad y pauta de la evaluación.
2	Inicia actividad de reconocimiento de aprendizajes previos en base a un video y responder a las siguientes preguntas ¿por qué es tan importante el inventario para una empresa? ¿de qué manera se relaciona la administración del inventario con la demanda de productos que tiene una empresa?
3	Genera grupos de trabajo, aplicando técnicas de colaboración para crear grupos heterogéneos.
4	Guía la conversación, en base a los resultados obtenidos de la aplicación.
5	Realiza presentación PPT de área de producción y logística.
6	Organiza grupos de trabajo para desarrollar actividad conceptual de transición ¿Cuánto Aprendimos? respondiendo a preguntas de selección múltiple.
7	Revisa, a modo general, mostrando las respuestas correctas de la actividad de transición, retroalimentando y unificando criterios.
8	Da paso a la actividad práctica, entregando guía de trabajo y pauta de evaluación.
9	Retroalimenta y guía a los estudiantes durante el desarrollo de la actividad, según pauta entregada.



MARKETING

Estudiantes:

1	Se reúnen en grupos de acuerdo a las instrucciones señaladas.
2	Responden a la pregunta señalada en la aplicación.
3	Participan de conversación guiada en torno a las respuestas entregadas.
4	Revisan presentación PPT.
5	Realizan la actividad práctica siguiendo las instrucciones y revisando pauta de evaluación.
6	Los grupos entregan sus portafolios con el material elaborado.

CIERRE DE LA ACTIVIDAD

Docente:

1	Para dar cierre a la actividad, invita a los estudiantes a realizar un esquema de los principales temas trabajados durante la actividad.
2	Retroalimenta los esquemas presentados.
3	Finalmente, presenta una infografía tipo resumen e invita a los estudiantes a responder una autoevaluación y ticket de salida asociados al desarrollo de la actividad.

Estudiantes:

1	Realizan esquemas para resumir gráficamente lo trabajado durante la actividad.
2	Presentan los esquemas elaborados al resto de los grupos.
3	Participan revisando y aportando a los grupos que presentan.
4	Responden autoevaluación y ticket de salida de la actividad.

EVALUACIÓN
MARKETING

INSTRUMENTOS SELECCIONADOS

Rubrica

Que permite evaluar si los estudiantes reconocen los elementos del Marketing Mix. y si proponen marcas para un productos definido. Además, se utilizan Autoevaluación y Ticket de salida, como instrumentos de registro de evidencias individuales para finalizar la actividad.



RETROALIMENTACIÓN

La retroalimentación se realiza durante todo el desarrollo de la actividad, guiando y acompañando a los estudiantes, siguiendo pauta de evaluación entregada previamente. Finalmente, presenta **infografía** de resumen de contenidos.



RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE
MARKETING



RECURSOS

- 1 Acceso internet
- 2 Actividad Conocimientos Previos
- 3 Presentación PPT
- 4 Actividad ¿Cuánto Aprendimos?
- 5 Actividad Práctica
- 6 Pauta de Evaluación
- 7 Infografía
- 8 Ticket de Salida

MATERIAL ADJUNTO

- 1 Actividad Conocimientos Previos
- 2 Presentación PPT
- 3 Actividad ¿Cuánto Aprendimos?
- 4 Actividad Práctica
- 5 Pauta de Evaluación
- 6 Infografía
- 7 Ticket de Salida

AMBIENTE

Sala de clases distribuida en grupos de trabajo

