



**ORGANIZADOR GRÁFICO DE UNIDAD DIDÁCTICA**

**Asignatura: Emprendimiento**

**Unidad N°: 2**

**Grado: 9**

**Fecha: Abril 15/2024**

**Profesor: Lina María Cabrales-**

**TÍTULO**

**MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

**HILOS CONDUCTORES**

1. ¿Qué es el marketing y cuál es su importancia en las empresas?
2. ¿Qué papel juega la publicidad en el marketing?
3. ¿Cómo se lleva a cabo el proceso de marketing desde la investigación y el proceso de mercadeo?

**TÓPICO GENERATIVO**



**METAS DE COMPRENSIÓN**

<p>Identificará el concepto de marketing que puede utilizar a través de sus distintos enfoques, mediante la interpretación de infografías y revisión de ejemplos, para lograr reconocer la importancia del marketing para lograr los objetivos de negocio de la empresa.</p>	<p>Explicará la manera en que las investigaciones de mercado se utilizan para tomar decisiones estratégicas de marketing, por medio del análisis de datos de mercado, la identificación de tendencias y la comprensión de las necesidades de los clientes, para mejorar la manera de llegar a los clientes</p>
--	--

	DESEMPEÑOS DE COMPRENSIÓN	TIEMPO	VALORACIÓN CONTINUA	
	ACCIONES REFLEXIONADAS		FORMAS	CRITERIOS DEL ÁREA
<b>ETAPA EXPLORATORIA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Examinar los conceptos fundamentales del marketing y explicar su importancia en el éxito de las empresas.</li> <li>Reconocer los diferentes enfoques del marketing y su aplicación en la toma de decisiones estratégicas.</li> </ul>	<b>3 SEMANAS</b>	<p>Reproduciendo el video : "Marketing Estratégico y Plan de Marketing" disponible en <a href="https://campusvirtual.iep.edu.es/recursos/recursos_premium/prograhabilidades/pdf/marketing/pdf1.pdf">https://campusvirtual.iep.edu.es/recursos/recursos_premium/prograhabilidades/pdf/marketing/pdf1.pdf</a></p> <p>a partir de este se divide a los estudiantes en grupos para realizar un mapa mental con los conceptos aprendidos.</p> <p>Interpretando el cuadro comparativo: "Enfoques de la mercadotecnia" la cual puede encontrarse a través del siguiente enlace: <a href="https://prezi.com/p/of3kae-opm/cuadrocomparativo/">https://prezi.com/p/of3kae-opm/cuadrocomparativo/</a> ; con base en este y con ayuda de la docente los estudiantes trabajan en grupos para responder algunas preguntas propuestas por la docente.</p> <p><b>Avance de proyecto:</b></p>	Espacio ambientales

<p style="text-align: center;"><b>ETAPA GUIADA</b></p>	<p>Enunciar las etapas del proceso de marketing, las estrategias que se pueden encontrar, el neuro marketing y la manera más adecuada para desarrollarlas.</p> <p>Analizar las diferentes técnicas de investigación de mercado y como ayudan estas en la toma de decisiones estratégicas de marketing de la empresa.</p>	<p style="text-align: center;"><b>3 SEMANAS</b></p>	<p>Reproduciendo el video: “Instituciones o Psicopatas” disponible en: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=PZqyaT7Rtww">https://www.youtube.com/watch?v=PZqyaT7Rtww</a>; a partir de este se divide a los estudiantes en grupos para realizar un foro con los conceptos aprendidos.</p> <p>Reproduciendo el video: “El proceso del marketing” disponible en: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=JDo1afKEhi4">https://www.youtube.com/watch?v=JDo1afKEhi4</a></p> <p>_generar un debate sobre temas de actualidad en marketing: se pedirá a los estudiantes que investiguen y discutan temas de actualidad en marketing, como la publicidad engañosa, la influencia de las redes sociales en el comportamiento del consumidor, la responsabilidad social corporativa, etc.</p> <p>Analizando los slides de la presentación en Prezi: “Técnicas de investigación de mercados” el cual se encuentra en el siguiente enlace: <a href="https://prezi.com/419hlfbo8ma/tecnicas-deinvestigacion-de-mercados/">https://prezi.com/419hlfbo8ma/tecnicas-deinvestigacion-de-mercados/</a>, con el fin de que los estudiantes comprendan las técnicas de investigación de mercados; luego en grupos realizarán una actividad de unir en la que la docente presentará algunos ejemplos y ellos deberán escoger que técnica de investigación es la utilizada.</p> <p><b>AVANCE PROYECTO DE SINTESIS:</b></p>	
<p style="text-align: center;"><b>PROYECTO DE SÍNTESIS</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>FERIA GASTRONÓMICA</b></p> <p>Diseñar la publicidad correspondiente a la feria gastronómica</p>	<p style="text-align: center;"><b>2 SEMANAS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñando por grupos de trabajo el folleto donde se evidencie la publicidad relacionada con la feria gastronómica y los beneficios del alimento seleccionado.</li> </ul>	