COORDINACIÓN TÉCNICA ADMINISTRATIVA
No.14-06-08 CHICHICASTENANGO, QUICHÉ.

GUÍAS DE APRENDIZAJE A DISTANCIA COVID-19

Nombre del Centro Educativo: I.N.E.E.B., "PEM. DANIEL ADÁN GARCÍA BARRIOS"
Código del Establecimiento: 14-06-0298-45 **Mes de Aplicación:** SEPTIEMBRE
Nombre del Director: PEM. LUIS GILBERTO YAX TZUL **No. de Tel.** 58767600

Docente: Oralia Josefa Mejía Tiriquiz	**No. de Tel. 41735596**
Grado: Segundo Básico	**Sección:** C
Nombre del estudiante:	**Clave:**
Área: Emprendimiento para la productividad, Organización de Pequeñas empresas.	
Fecha de aplicación: del 1 al 14 de septiembre de 2020	

1. COMPONENTE CURRICULAR

Tema a desarrollar: Estudio de mercado.

Competencia(s) Ejecuta propuestas de emprendimiento productivo, escolar o comunitario que enfatizan la integración del liderazgo y procesos administrativos y comerciales.

Indicador(es) de logro: Promueve la organización que satisfaga las necesidades productivas y personales y se orienta al desarrollo sostenible.

2. COMPONENTE METODOLÓGICO

Metodología:

Desarrollo del tema: Estudio de mercado

Los estudios de mercado tienen una función primordial en el mundo de las ventas, permite apuntar bien antes de disparar. Entonces antes de realizar el lanzamiento de un producto o servicio es necesario conocer los puntos claves para saber cómo responder ante los gustos y expectativas. Al realizar un estudio de mercado se puede medir si el producto o servicio que se planea lanzar es viable o no.

En la actualidad, son muchos los productos y servicios que son lanzados al mercado y que fracasan, *¿cuál es la razón?*
La razón es que precisamente la mayoría de las personas se deja llevar por sus gustos propios y lanza algún producto o servicio sin antes haber realizado un estudio de mercado. En este sentido, los resultados de un estudio pueden predecir si efectivamente el producto o servicio es lo que los consumidores o usuarios esperan o si por el contrario será un fracaso total.

Entonces un estudio de mercado es la investigación que se realiza para conocer la respuesta de los clientes y de la competencia antes del lanzamiento de un producto o servicio. También, sirve para hacer mejoras en los aspectos del proceso de ventas (precio, calidad o características del producto, distribución y publicidad) y así aumentar el número de clientes.

Un estudio de mercado puede hacerse de muchas formas, tiene diversas formas de segmentación y puede dividirse en primario o secundario.

Primario: Los estudios de mercado primarios incluyen pruebas tradicionales y confiables como los focus group (grupos de concentración o prueba), encuestas, entrevistas, investigaciones de campo y observaciones del producto o punto de venta.

Para hacer los estudios de mercado secundarios, la empresa usa los datos obtenidos de otras fuentes que son aplicables al producto nuevo o existente, asimismo, el estudio de mercado secundario tiene la ventaja de ser relativamente barato y accesible para todos, sin embargo; la desventaja de este tipo de estudios es que los resultados no son específicos al área de investigación, debido que los datos utilizados vienen de las tendencias y son difíciles de validar.

Algunos objetivos de un estudio de mercado:

1. Comprobar la existencia de una necesidad en el mercado y que satisfacen esa necesidad insatisfecha.
2. Realizar una estimación de la cantidad de productos que el mercado está demandando más.
3. Determinación de los principales canales de distribución y comercialización de los productos a través de los cuales se llega de la mejor manera al consumidor final.
4. Medir posicionamiento de la marca en el público consumidor
5. Comparar precios
6. Estar conscientes de las ventajas y limitaciones del producto o servicio.

Actividad No. 1

Utilice las 5 palabras que se le dan para definir el tema (estudio de mercado) luego subráyelas. No es necesario que lo use en orden, debe usar sus propias palabras para ir conectando las palabras dadas.

1. Mercado
2. Clientes
3. Respuestas
4. Éxito
5. Procedimiento

Estudio de mercado es: _____

_____

_____

_____

Actividad No. 2. Realice un cuadro comparativo sobre estudio de mercado de forma primario y secundario.

Estudio de mercado primario	**Estudio de mercado secundario**
Lo que tienen en común es:	

Actividad 3. Pegue un recorte o realice un dibujo que ejemplifique el tema estudiado.

Actividad 4: En el espacio siguiente, represente el tema a través de un comic, puede utilizar recortes o dibujos. Recuerde que un comic es un relato de imágenes acompañado de texto y que expone cada situación de su historia en cuadros. Predomina la acción y los símbolos, su función es recreativa y descriptiva y su finalidad es divertir utilizando la temática de manera creativa.

Modalidad: Se utilizará la red social whatsApp**,** como apoyo, para la orientación, explicación, evaluación y resolución de dudas e inquietudes sobre las actividades a realizar o el tema respectivo.

3. COMPONENTE DE EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

A. Herramienta De Evaluación De Desempeño: (portafolio) al finalizar sus actividades y después de enviar las fotografías al whatsApp archive las hojas con las actividades anteriores.

B. Herramienta De Evaluación De Observación: (uso exclusivo del docente) La actividades se evaluarán con una lista de cotejo con los siguientes aspectos:

1. Define el tema de manera clara y adecuada.
2. Integra los temas dados
3. Imagen adecuada al tema
4. Adecuación del tema a través de un comic
5. Aplica correctamente normas ortográficas

Mecanismo de Reforzamiento: - Resolución de dudas y acompañamiento de docente por teléfono o WhatsApp (**41735596**) en horario de 7:30 am a 12:30 pm.