GUÍA DE CLASES PRÁCTICA DE LA ASIGNATURA	
CARRERA: Tecnología Superior En Marketing	**ASIGNATURA:** Proyecto Desarrollador en Competencias Profesionales
UNIDAD 1: Competencias profesionales	
TÍTULO DE LA CLASE PRÁCTICA: Definición de estrategias: mercado y fidelización.	
OBJETIVO: Identificar las competencias profesionales del tecnólogo superior en Marketing.	
TIEMPO DE DURACIÓN: 13	

1. FUNDAMENTOS:

La clase práctica permite a los estudiantes aplicar el concepto de competencias y las estrategias de gestión por competencias en un estudio de caso, enfocándose en la recuperación y aumento de la cuota de mercado de Fullmarket. A través de la elaboración de un cuadro Bechmarketing, los estudiantes desarrollarán habilidades para identificar competencias clave y diseñar estrategias para fidelizar clientes y promover nuevos productos.

2. OBJETIVOS A ALCANZAR:

- Desarrollar actividades prácticas (Informe y presentación) para realizar un estudio de caso que implica elaborar un cuadro Bechmarketing: Definiendo las estrategias que deberán llevarse a cabo para que Fullmarket recupere y aumente su cuota de mercado, fidelice sus clientes y dé a conocer sus nuevos productos.

3. BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS CAPACIDADES PRÁCTICAS A DESARROLLAR:

***Habilidades de pensamiento**: Los estudiantes desarrollarán su capacidad para analizar estrategias de marketing, identificar competencias clave y aplicar modelos como el cuadro Bechmarketing para resolver casos prácticos de gestión empresarial.*

***Destrezas sensoriales**: Los estudiantes mejorarán su capacidad para interpretar datos y gráficos visuales relacionados con el análisis de mercado y las estrategias de marketing, aplicando criterios sensoriales para evaluar resultados.*

***Destrezas motoras:** Los estudiantes perfeccionarán sus habilidades en la elaboración de informes y presentaciones, utilizando herramientas tecnológicas para crear y presentar cuadros Bechmarketing de manera efectiva.*

4. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE:

La evaluación del aprendizaje estará orientada a valorar la capacidad del estudiante para aplicar los conceptos de competencias y la gestión por competencia en un estudio

de caso práctico, utilizando el cuadro Bechmarketing como herramienta para desarrollar estrategias que permitan a Fullmarket recuperar y aumentar su cuota de mercado. Se considerará la claridad y organización del informe, asegurando que incluya adecuadamente la introducción, desarrollo, conclusiones y referencias. Además, se evaluará la capacidad del estudiante para identificar las competencias profesionales clave del tecnólogo en Marketing y su aplicación en la resolución del caso.

Se valorará el uso correcto de los conceptos relacionados con la evaluación del desempeño por competencias y la comparación entre el sistema tradicional y el sistema por competencias. La evaluación técnica se centrará en la precisión con que el estudiante aplique los términos y modelos de marketing correspondientes, demostrando un dominio tanto de los contenidos como de las herramientas necesarias para desarrollar estrategias de marketing efectivas.

Asimismo, se evaluará la habilidad del estudiante para comunicar de manera clara y efectiva sus hallazgos, tanto en el informe escrito como en la presentación oral, mostrando competencias en comunicación profesional, justificación de estrategias y análisis del mercado. La participación en debates y la capacidad para defender las estrategias propuestas también serán evaluadas, con énfasis en la coherencia y fundamentación técnica de las decisiones tomadas.

5. PREPARACIÓN PREVIA DEL ESTUDIANTE:

Se recomienda al estudiante que, para llevar a cabo la actividad práctica relacionada con el estudio de caso de Fullmarket, revise detalladamente los conceptos clave sobre competencias y gestión por competencia. Es fundamental que comprendan la importancia de identificar las competencias profesionales del tecnólogo en Marketing, así como las diferencias entre el sistema tradicional y el sistema por competencias en el ámbito de la evaluación del desempeño.

El estudiante debe realizar una búsqueda exhaustiva de fuentes confiables, preferentemente académicas, sobre la gestión de competencias, para poder fundamentar adecuadamente las estrategias a aplicar en el caso práctico. También es recomendable que estudien ejemplos de cuadros Bechmarketing y analicen cómo se pueden utilizar estos modelos para mejorar la cuota de mercado, fidelizar a los clientes y promover los nuevos productos de Fullmarket.

Para estructurar correctamente el informe, se sugiere que el estudiante organice sus ideas mediante un esquema preliminar que contemple las secciones esenciales: introducción, desarrollo, conclusiones y referencias. Además, debe practicar la redacción de párrafos claros y concisos, asegurándose de que la información esté bien organizada y sea fácil de comprender.

Es importante que los estudiantes revisen el material básico de la asignatura disponible en la plataforma Classroom y complementen esta información con la bibliografía básica recomendada. Esto les permitirá fortalecer su comprensión de los temas y aplicar correctamente los conceptos en su informe y presentación.

Para una mejor preparación, los estudiantes deben practicar la exposición oral,

enfocándose en cómo presentar sus ideas de manera estructurada y profesional, y estar listos para defender las estrategias propuestas en base al análisis realizado.

6. PROCEDIMIENTOS A EMPLEAR:

- **Selección del tema:** El estudiante deberá enfocarse en el estudio de caso de Fullmarket, asegurándose de que el análisis esté alineado con los objetivos de la actividad. Es importante que identifiquen las estrategias necesarias para que Fullmarket recupere y aumente su cuota de mercado, fidelice a sus clientes y dé a conocer sus nuevos productos.

- **Búsqueda y recopilación de información:** El estudiante debe investigar en fuentes confiables, como libros sobre marketing, artículos académicos, casos de estudio y materiales específicos relacionados con la gestión por competencias. Además, deberán recopilar información sobre la identificación de competencias profesionales en el ámbito del marketing, la evaluación del desempeño por competencias y los sistemas tradicionales frente a los sistemas por competencias.

- **Organización del contenido:** Una vez recopilada la información, el estudiante deberá elaborar un esquema o bosquejo que incluya las secciones principales del informe, tales como introducción, desarrollo, conclusiones y referencias. Deben definir los subtemas a tratar, como las competencias necesarias para la recuperación de cuota de mercado, las estrategias para fidelizar clientes y las acciones para dar a conocer los nuevos productos. La secuencia lógica del contenido debe ser clara y estructurada**.**

- **Redacción inicial:** El estudiante debe escribir un primer borrador del informe, aplicando un estilo de redacción profesional, claro y conciso. Es importante que utilicen las Normas APA para citar y referenciar correctamente las fuentes, asegurándose de que el informe sea técnico y coherente en el uso de términos y conceptos clave relacionados con la gestión por competencias y las estrategias de marketing.

- **Revisión y ajustes:** Después de redactar el borrador, el estudiante deberá revisar y corregir el informe, prestando atención a posibles errores gramaticales, de formato y de contenido. Deberán evaluar la coherencia y cohesión del informe, asegurándose de que las estrategias definidas estén bien fundamentadas y alineadas con los objetivos establecidos en la actividad.

- **Presentación final:** Finalmente, el estudiante debe elaborar la versión final del informe, aplicando los ajustes necesarios en términos de formato y contenido, y asegurándose de cumplir con todos los requisitos establecidos por el docente. El informe debe entregarse en el plazo estipulado, acompañado de una presentación oral que resuma los hallazgos y justifique las estrategias propuestas para Fullmarket. En esta presentación, el estudiante deberá exponer de manera clara y efectiva sus ideas, utilizando recursos visuales para apoyar la explicación de las estrategias y resultados obtenidos.

7. NORMAS DE SEGURIDAD:

- **Ambiente seguro:**

Es fundamental garantizar un entorno seguro y ordenado para la clase práctica. El aula o en casa (modalidad en línea) debe contar con condiciones adecuadas de ventilación, iluminación y espacio para la realización de actividades dinámicas. Se deberá identificar y minimizar riesgos potenciales, como obstáculos o mobiliario inadecuado, que puedan interferir con la movilidad o la interacción grupal.

- **Supervisión:**

El docente deberá supervisar todas las actividades prácticas para asegurar que se desarrollen de manera segura y conforme a las normas establecidas. Esto incluye brindar orientación oportuna, resolver dudas y garantizar la correcta implementación de las estrategias educativas diseñadas por los estudiantes.

- **Protocolos de interacción:**

Dado que la clase requiere trabajo en equipo e interacción continua, se promoverá el respeto mutuo, la comunicación asertiva y la prevención de conductas que puedan generar conflictos. Se establecerán reglas claras para garantizar un ambiente inclusivo y colaborativo.

- **Materiales y recursos:**

El uso de materiales educativos o tecnológicos deberá realizarse bajo la supervisión del docente. Los estudiantes deberán asegurarse de que los recursos sean utilizados de forma adecuada y en condiciones que eviten accidentes o daños.

- **Salud y bienestar:**

Se promoverá la atención a la salud física y emocional de los participantes. En caso de que un estudiante requiera atención por malestar o algún incidente, se activarán los protocolos correspondientes y se notificará de inmediato al personal responsable

8. FORMACIÓN EN VALORES Y DESARROLLO DE HABILIDADES BLANDAS. (Revisar PEA)

Durante el desarrollo del Proyecto Desarrollador en Competencias Profesionales en Marketing, los estudiantes fortalecerán su capacidad para trabajar en equipo,

resolver conflictos de manera constructiva y demostrar respeto y solidaridad dentro de sus entornos académicos y profesionales.

9. CONCLUSIONES:

En conclusión, los estudiantes desarrollarán una comprensión integral de las estrategias necesarias para recuperar y aumentar la cuota de mercado de Fullmarket, así como para fidelizar a sus clientes y promover sus nuevos productos. Aplicando el cuadro Bechmarketing, los estudiantes aprenderán a identificar y definir las tácticas más efectivas para alcanzar estos objetivos. A lo largo del proceso, mejorarán sus habilidades de análisis, organización y comunicación, lo que les permitirá proponer soluciones estratégicas viables y bien fundamentadas para una empresa en el sector competitivo del marketing.

10. RECOMENDACIONES:

Para aprovechar al máximo la clase práctica, se recomienda que los estudiantes enfoquen sus esfuerzos en comprender profundamente las estrategias de marketing necesarias para que Fullmarket recupere y aumente su cuota de mercado. Deben investigar diversas tácticas de fidelización de clientes y promoción de nuevos productos, basándose en fuentes confiables y ejemplos previos de éxito en el sector.

Se sugiere que los estudiantes realicen una práctica intensiva en la aplicación del cuadro Bechmarketing, asegurándose de identificar correctamente las estrategias clave que pueden ser implementadas para alcanzar los objetivos establecidos en el estudio de caso. Es recomendable que utilicen herramientas visuales, como gráficos o diagramas, para ilustrar sus propuestas de manera clara y efectiva en el informe y presentación.

Además, los estudiantes deben organizar sus ideas de manera lógica, asegurándose de que el informe sea preciso y bien estructurado. Es importante que practiquen su presentación oral, enfocándose en explicar sus hallazgos y justificaciones con claridad y persuasión. Durante la presentación, se recomienda que los estudiantes resalten la importancia de cada estrategia propuesta, relacionándola con los conceptos aprendidos sobre análisis de mercado y gestión estratégica.

Por último, se sugiere que los estudiantes reflexionen sobre las posibles consecuencias de implementar las estrategias propuestas, considerando tanto los beneficios a corto plazo como los desafíos a largo plazo, para garantizar que sus soluciones sean viables y sustentables en un entorno competitivo.

TECNOLÓGICO DE FORMACIÓN
CONDICIÓN UNIVERSITARIO
CÓDIGO SENESCYT 2258

GUÍA DE CLASES PRÁCTICA DE LA ASIGNATURA	
CARRERA: Tecnología Superior En Marketing	**ASIGNATURA:** Proyecto Desarrollador en Competencias Profesionales
UNIDAD 2: Estudio de proyectos de inversión	
TÍTULO DE LA CLASE PRÁCTICA: Rentabilidad del abordaje estratégico de marketing.	
OBJETIVO: Diseñar, desarrollar, implementar y evaluar sistemas de información de mercadeo basados en tecnología y procesos que cumplan necesidades específicas.	
TIEMPO DE DURACIÓN: 13	

1. **FUNDAMENTOS:**

   La clase práctica permitirá a los estudiantes aplicar conceptos clave en la generación y análisis de proyectos de inversión, evaluando la rentabilidad socioeconómica del programa "¡Yo soy Máximo y ya volví!". A través del estudio de factores como el mercado, los costos de transporte y la financiación, los estudiantes desarrollarán habilidades para realizar análisis económicos detallados y tomar decisiones informadas en proyectos privados y públicos.

2. **OBJETIVOS A ALCANZAR:**
   - Desarrollar actividades prácticas (Informe y presentación) para realizar un análisis de un estudio de caso: ¡Yo soy Máximo y ya volví!. El alumno realiza un análisis del programa de inversión con el fin de determinar la rentabilidad socioeconómica del proyecto.

3. BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS CAPACIDADES PRÁCTICAS A DESARROLLAR:

Habilidades de pensamiento*: Los estudiantes desarrollarán su capacidad para analizar y evaluar proyectos de inversión, considerando variables como rentabilidad, mercado, financiación y localización, con un enfoque crítico y estratégico.*

Destrezas sensoriales*: Los estudiantes mejorarán su capacidad para interpretar y analizar datos numéricos, gráficos y representaciones visuales, aplicando la información en la evaluación socioeconómica del proyecto.*

Destrezas motoras: *Los estudiantes perfeccionarán sus habilidades en la elaboración de informes y presentaciones, utilizando herramientas tecnológicas para estructurar y comunicar sus análisis de manera clara y profesional.*

4. **EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE:**

   La evaluación del aprendizaje estará orientada a valorar la capacidad del estudiante para realizar un análisis integral del estudio de caso "¡Yo soy Máximo y ya volví!", enfocándose en la determinación de la rentabilidad socioeconómica del proyecto. Se

considerará la calidad del informe entregado, evaluando la correcta estructuración (introducción, desarrollo, conclusión y referencias), y el uso apropiado de conceptos clave como la generación de proyectos de inversión, financiación, estudios de mercado, costos de transporte, y localización.

Además, se evaluará la capacidad del estudiante para aplicar correctamente los principios de cálculo de inversiones, la evaluación de proyectos públicos y privados, y su habilidad para identificar proyectos como instrumentos de desarrollo. La claridad y coherencia en la organización del contenido, el uso de datos relevantes y su justificación, así como la adecuada presentación de la información, serán criterios fundamentales en la evaluación.

También se valorará la precisión técnica y conceptual del análisis, verificando que el estudiante haya entendido y aplicado correctamente los elementos de cada fase del proyecto, desde el estudio de mercado hasta la determinación de fuentes de abastecimiento. Finalmente, la capacidad de los estudiantes para comunicar sus hallazgos de manera efectiva en la presentación oral será evaluada, destacando su habilidad para argumentar y defender sus conclusiones de forma profesional y clara.

5. PREPARACIÓN PREVIA DEL ESTUDIANTE:

Se recomienda al estudiante que, para llevar a cabo el análisis del estudio de caso "¡Yo soy Máximo y ya volví!", se enfoque en comprender todos los elementos que componen el programa de inversión, especialmente en lo que respecta a la generación de proyectos de inversión y la identificación de los factores que impactan la rentabilidad socioeconómica del proyecto. Es crucial que realicen una investigación exhaustiva sobre conceptos clave como los proyectos privados y públicos, la financiación, el estudio de mercado y los costos de transporte, utilizando fuentes confiables y actualizadas, preferentemente académicas.

Además, es fundamental que los estudiantes se familiaricen con las herramientas y métodos utilizados para calcular inversiones y evaluar la viabilidad de proyectos. Deben revisar ejemplos prácticos que ilustren cómo calcular los costos asociados y analizar los factores de localización que pueden influir en el éxito del proyecto.

Se sugiere que los estudiantes organice sus ideas mediante un esquema preliminar para estructurar el contenido del informe de manera clara y lógica. Este esquema debe incluir las secciones fundamentales: introducción (donde se contextualice el proyecto y sus objetivos), desarrollo (donde se aborden los aspectos técnicos del análisis como el cálculo de inversiones, la financiación y el estudio de mercado), conclusiones (donde se resuman los hallazgos y se hagan recomendaciones basadas en el análisis) y referencias (para documentar las fuentes utilizadas).

Es recomendable también que practiquen la redacción de párrafos claros y concisos, asegurándose de seguir las normas APA para el correcto uso de citas y referencias. Los estudiantes deben familiarizarse con la estructura y estilo de los informes de análisis económico y financiero. Para ello, se sugiere que revisen el texto básico disponible en la plataforma Classroom, así como la bibliografía básica de la asignatura.

Finalmente, para la presentación oral, los estudiantes deberán preparar una exposición clara y coherente, enfocándose en comunicar sus resultados y estrategias de manera profesional, utilizando los datos obtenidos de su análisis para sustentar sus conclusiones.

6. PROCEDIMIENTOS A EMPLEAR:

- **Selección del tema:** El estudiante deberá centrarse en el estudio de caso "¡Yo soy Máximo y ya volví!", asegurándose de comprender los aspectos clave del programa de inversión. Debe determinar la rentabilidad socioeconómica del proyecto, identificando las estrategias que se implementarán para evaluar la viabilidad del proyecto y su impacto en el mercado.

- **Búsqueda y recopilación de información:** El estudiante debe investigar en fuentes confiables y actualizadas sobre generación de proyectos de inversión, proyectos privados y públicos, y los distintos factores que inciden en la rentabilidad de un proyecto. Se recomienda revisar libros, artículos académicos y bases de datos especializadas que aborden el cálculo de inversiones, la financiación, el estudio de mercado, los costos de transporte y los factores de localización. Esta investigación debe servir como base para justificar cada análisis dentro del estudio de caso.

- **Organización del contenido:** Una vez recopilada la información, el estudiante debe organizar sus ideas a través de un esquema o bosquejo. Este debe incluir las secciones principales del informe: introducción (presentación del proyecto y contexto del análisis), desarrollo (análisis detallado de cada componente del proyecto, como las inversiones, los factores de localización y el estudio de mercado), conclusiones (determinación de la rentabilidad socioeconómica y posibles recomendaciones) y referencias (fuentes utilizadas). El esquema debe permitir una secuencia lógica que guíe al lector a través del análisis completo.

- **Redacción inicial:** El estudiante deberá escribir un primer borrador del informe, aplicando las Normas APA para el uso adecuado de citas y referencias bibliográficas. Es importante que el estudiante emplee un estilo claro, conciso y técnico, utilizando los conceptos y términos correspondientes a la evaluación de proyectos de inversión. La redacción debe ser coherente, con énfasis en la justificación de las decisiones tomadas durante el análisis y la evaluación del caso.

- **Revisión y ajustes:** Tras completar el borrador, el estudiante debe revisar y ajustar el informe, corrigiendo errores gramaticales, de formato y de contenido. Se recomienda evaluar la coherencia y la cohesión entre los puntos tratados en el informe, asegurándose de que cada sección esté bien integrada y que las conclusiones sean claras y respaldadas por los datos y análisis previos.

- **Presentación final:** Finalmente, el estudiante deberá elaborar la versión final del

informe, aplicando los ajustes necesarios según las indicaciones del docente. La versión final debe cumplir con los requisitos de formato establecidos, entregándose en el plazo estipulado. Además, el estudiante debe preparar una presentación oral que resuma los principales hallazgos y conclusiones del informe, destacando las decisiones clave y justificando las recomendaciones con base en el análisis realizado.

7. NORMAS DE SEGURIDAD:

- **Ambiente seguro:**

Es fundamental garantizar un entorno seguro y ordenado para la clase práctica. El aula o en casa (modalidad en línea) debe contar con condiciones adecuadas de ventilación, iluminación y espacio para la realización de actividades dinámicas. Se deberá identificar y minimizar riesgos potenciales, como obstáculos o mobiliario inadecuado, que puedan interferir con la movilidad o la interacción grupal.

- **Supervisión:**

El docente deberá supervisar todas las actividades prácticas para asegurar que se desarrollen de manera segura y conforme a las normas establecidas. Esto incluye brindar orientación oportuna, resolver dudas y garantizar la correcta implementación de las estrategias educativas diseñadas por los estudiantes.

- **Protocolos de interacción:**

Dado que la clase requiere trabajo en equipo e interacción continua, se promoverá el respeto mutuo, la comunicación asertiva y la prevención de conductas que puedan generar conflictos. Se establecerán reglas claras para garantizar un ambiente inclusivo y colaborativo.

- **Materiales y recursos:**

El uso de materiales educativos o tecnológicos deberá realizarse bajo la supervisión del docente. Los estudiantes deberán asegurarse de que los recursos sean utilizados de forma adecuada y en condiciones que eviten accidentes o daños

- **Salud y bienestar:**

Se promoverá la atención a la salud física y emocional de los participantes. En caso de que un estudiante requiera atención por malestar o algún incidente, se activarán los protocolos correspondientes y se notificará de inmediato al personal responsable

8. FORMACIÓN EN VALORES Y DESARROLLO DE HABILIDADES BLANDAS. (Revisar PEA)

Durante el desarrollo del Proyecto Desarrollador en Competencias Profesionales en Marketing, los estudiantes fortalecerán su capacidad para trabajar en equipo, resolver conflictos de manera constructiva y demostrar respeto y solidaridad dentro de sus entornos académicos y profesionales.

9. CONCLUSIONES:

En conclusión, los estudiantes desarrollarán una comprensión profunda de cómo realizar un análisis de rentabilidad socioeconómica en un proyecto de inversión, utilizando el estudio de caso "¡Yo soy Máximo y ya volví!". Aplicando las herramientas y técnicas adecuadas, los estudiantes serán capaces de evaluar la viabilidad del proyecto, identificando los factores clave que afectan su rentabilidad. Además, los estudiantes aprenderán a organizar y presentar sus hallazgos de manera clara y profesional, mejorando sus habilidades analíticas y de comunicación. Al finalizar, estarán capacitados para aplicar estos conocimientos en situaciones reales de evaluación de proyectos de inversión.

10. RECOMENDACIONES:

Para aprovechar al máximo la clase práctica, se recomienda que los estudiantes realicen una revisión exhaustiva del estudio de caso "¡Yo soy Máximo y ya volví!", enfocándose en los aspectos clave que influyen en la rentabilidad socioeconómica del proyecto. Es esencial que identifiquen y comprendan los factores determinantes como la financiación, los costos asociados, la localización y el mercado, ya que estos influirán directamente en la evaluación de la viabilidad del proyecto.

Además, los estudiantes deben familiarizarse con las herramientas y técnicas de análisis financiero, como el cálculo de inversiones y la evaluación de riesgos, para aplicar correctamente estos conceptos durante su análisis. Se sugiere practicar el uso de estos métodos a través de ejemplos previos y ejercicios prácticos, lo que les permitirá aplicar los conocimientos adquiridos de manera efectiva.

Se recomienda que los estudiantes organicen sus ideas y resultados mediante un esquema preliminar, estructurando su informe de manera clara y coherente. Este esquema debe incluir las secciones esenciales como introducción, desarrollo, conclusiones y referencias, y debe seguir una secuencia lógica que guíe al lector a través del análisis realizado.

Para la presentación final, los estudiantes deben prepararse para exponer sus hallazgos de forma profesional, destacando los elementos clave que afectan la rentabilidad del proyecto. Es recomendable que practiquen su exposición oral, enfocándose en comunicar sus resultados de manera clara, apoyándose en datos y justificaciones sólidas. Además, deben estar preparados para defender sus conclusiones y responder preguntas de manera efectiva.

Finalmente, se sugiere que los estudiantes mantengan una actitud crítica y reflexiva durante el proceso, evaluando no solo los resultados obtenidos, sino también las implicaciones de sus conclusiones en el contexto real de proyectos de inversión. Esto les permitirá estar mejor preparados para aplicar estos conocimientos en su futura carrera profesional..