

GUIA DE APRENDIZAJE**ESTRUCTURA CURRICULAR:** TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE NEGOCIOS**NOMBRE DEL PROYECTO:**DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE GESTION PARA NEGOCIOS ENCADENADOS EN SECTORES CLAVES DE DESARROLLO REGIONAL Y NACIONAL**Centro de Servicios Financieros**

F08-9405-045/ 01-11 Versión 01

PROCESO: Ejecución de la Formación Profesional**PROCEDIMIENTO:** Desarrollo CurricularSistema de
Mejora Continua**GUÍA DE APRENDIZAJE
SEMANA 41****ESTRATEGIAS DE PRODUCTO Y PRECIO****1. Objetivo general del proyecto:**

Diseñar estrategias de gestión con visión prospectiva que posibiliten el desarrollo de un negocio clave en la economía regional o nacional.

2. Identificación de la guía de aprendizaje:

Diseñar estrategias de acuerdo con el plan de mercadeo, involucrando productos, precios y clientes

Fase del proyecto: Ejecución.**Duración:**1 semana 40 HORAS**Modalidad(es) de Formación:**

- B-Learning E-Learning

Resultados de Aprendizaje:**Resultados de Aprendizaje Componente Técnico**

- Formular estrategias de mercadeo a partir de la información obtenida del diagnóstico, con referencia a las expectativas de los clientes y a los objetivos de la empresa.

Resultados de Aprendizaje Componente Social

- Interactuar en los contextos Productivos y Sociales en función de los Principios y Valores Universales.
- Asumir actitudes críticas, argumentativas y propositivas en función de la resolución de problemas de carácter productivo y social.
- Realizar intercambios sociales y prácticos muy breves, con un vocabulario suficiente para hacer una exposición o mantener una conversación sencilla sobre temas técnicos.

GUIA DE APRENDIZAJE

ESTRUCTURA CURRICULAR: TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE NEGOCIOS

NOMBRE DEL PROYECTO: DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE GESTION PARA NEGOCIOS ENCADENADOS EN SECTORES CLAVES DE DESARROLLO REGIONAL Y NACIONAL

Centro de Servicios Financieros

F08-9405-045/ 01-11 Versión 01

PROCESO: Ejecución de la Formación Profesional

PROCEDIMIENTO: Desarrollo Curricular



Sistema de
Mejora Continua

3. Presentación



En las últimas décadas, los negocios han cambiado para siempre las reglas de la estrategia de marketing. En la actualidad las compañías enfrentan un entorno de fijación de precios feroz y de rápidos cambios. El aumento en la concienciación de los consumidores sobre los precios y los tipos de productos ha generado que los negocios adopten nuevos modelos y nuevas estrategias comerciales a los clientes.

Por ésta razón, en ésta guía se estudiará el diseño de estrategias de marketing orientadas al cliente en relación con el producto y el servicio.

Para empezar analizaremos el concepto de **Estrategia de producto**, sus clasificaciones y características; posteriormente abordaremos el análisis de estrategias de desarrollo de marca el marketing de servicios; más adelante se tratará el tema de desarrollo de nuevos productos y estrategias de ciclo de vida de los productos.

Con lo anterior, durante el estudio de éste tema, el aprendiz debe estudiar las diferentes estrategias de marketing orientadas al cliente que podrían aplicarse para el tipo de negocio en relación a producto(s) o servicio(s) que ofrece.

Luego se analizarán las **Estrategias de fijación de precios**, aspecto que puede ser crítico para el éxito de una compañía e incluso para su supervivencia en el entorno de su negocio. Las compañías que tienen

GUIA DE APRENDIZAJE**ESTRUCTURA CURRICULAR:** TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE NEGOCIOS**NOMBRE DEL PROYECTO:**DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE GESTION PARA NEGOCIOS ENCADENADOS EN SECTORES CLAVES DE DESARROLLO REGIONAL Y NACIONAL**Centro de Servicios Financieros**

F08-9405-045/ 01-11 Versión 01

Sistema de
Mejora Continua**PROCESO:** Ejecución de la Formación Profesional**PROCEDIMIENTO:** Desarrollo Curricular

éxito al crear valor para el cliente mediante las otras actividades de la mezcla de marketing deben capturar este valor en los precios que obtienen; respondiendo las siguientes preguntas:

- ¿Qué es precio?
- Percepciones de valor para el cliente, los costos, y otros factores que se deben considerar al fijar los precios.
- Estrategias necesarias para efectuar la fijación de precios de nuevos productos, la fijación de precios de la mezcla de productos, los ajustes de precios, y el manejo del cambio en los precios.

Teniendo en cuenta lo anterior, el aprendiz debe analizar los constantes cambios y estrategias utilizadas en el transcurrir de los tiempos para encontrar la estrategia de fijación de precios justa y adecuada aplicable al tipo de negocios.

GUIA DE APRENDIZAJE**ESTRUCTURA CURRICULAR:** TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE NEGOCIOS**NOMBRE DEL PROYECTO:**DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE GESTION PARA NEGOCIOS ENCADENADOS EN SECTORES CLAVES DE DESARROLLO REGIONAL Y NACIONAL**Centro de Servicios Financieros**

F08-9405-045/ 01-11 Versión 01

Sistema de
Mejora Continua**PROCESO:** Ejecución de la Formación Profesional**PROCEDIMIENTO:** Desarrollo Curricular**4. Planteamiento de las Actividades y Estrategias de Aprendizaje****ACTIVIDAD DEL PROYECTO: FORMULAR EN PLAN INTEGRAL DE MERCADEO DEACUERDO A LOS OBJETIVOS DEL NEGOCIO**

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	ESTRATEGIAS (DIDACTICAS ACTIVAS)	TIEMPO- HORAS
<ul style="list-style-type: none"> • Identificar el mercado: tipos de mercado y de productos, métodos de fijación de precios para el tipo de negocio. • Calcular los precios de los bienes y servicios ofrecidos por el tipo de negocio, a través de estudios de caso. • Determinar con claridad, objetividad y ética los precios de los productos y servicios del negocio de acuerdo a los tipos de mercados existentes. • Proponer del plan de mercadeo, las estrategias de precio y de producto de acuerdo al tipo de negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo (colaborativo). • Estudio de casos. • Método de proyectos. • Búsqueda y análisis de información. • Análisis y discusión en grupos. • Participación en los foros de discusión. 	<p>Autónomo:14</p> <p>Virtual:8</p> <p>Ambiente: 18</p>

GUIA DE APRENDIZAJE**ESTRUCTURA CURRICULAR:** TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE NEGOCIOS**NOMBRE DEL PROYECTO:**DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE GESTION PARA NEGOCIOS ENCADENADOS EN SECTORES CLAVES DE DESARROLLO REGIONAL Y NACIONAL**Centro de Servicios Financieros**

F08-9405-045/ 01-11 Versión 01

Sistema de
Mejora Continua**PROCESO:** Ejecución de la Formación Profesional**PROCEDIMIENTO:** Desarrollo Curricular**Conceptualización (mientras aprende)**

Estos serán los conceptos que se identificarán ésta semana:

Estrategias de Gestión del Producto y de la marca

- **Productos frente a marcas**
- **Creación de marca (Branding de marca)**
- **Construcción de las marcas.**
- **Cuestiones relativas a la gestión de las marcas.**
- **Gestión de cartera de productos y marcas.**
- **Gestión de marcas y líneas de productos.**
- **Ciclo de vida del producto.**
- **Desarrollo de nuevos productos.**
- **Gestión del proceso de desarrollo de nuevos productos.**
- **Cuestiones éticas sobre los productos.**

4

2

Estrategias de Fijación de precios

- **Métodos básicos para fijar los precios.**
- **Factores clave que influyen sobre las decisiones de fijación de precios.**
- **Gestión de variaciones de precios.**
- **Estimación de la reacción del competidor.**
- **Reacción ante las variaciones de precios de los competidores.**
- **Cuestiones éticas relativas a la estrategia de fijación de precios.**

GUIA DE APRENDIZAJE**ESTRUCTURA CURRICULAR:** TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE NEGOCIOS**NOMBRE DEL PROYECTO:**DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE GESTION PARA NEGOCIOS ENCADENADOS EN SECTORES CLAVES DE DESARROLLO REGIONAL Y NACIONAL**Centro de Servicios Financieros**

F08-9405-045/ 01-11 Versión 01

Sistema de
Mejora Continua**PROCESO:** Ejecución de la Formación Profesional**PROCEDIMIENTO:** Desarrollo Curricular

<p>3. Reúnase en GAES y realice lectura del capítulo 6 “Gestión del producto y de la marca” del libro: FUNDAMENTOS DE MARKETING de David JOBBER y John FANY, segunda edición, Pág. 137 a 164.</p> <p>Luego de realizar la lectura, determine:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Defina producto y las principales clasificaciones de productos y servicios. • Describa las decisiones que las compañías toman al desarrollar sus productos y servicios individuales, líneas de productos y mezclas de productos. • Analice la estrategia de marca y las decisiones que las compañías toman para crear y administrar sus marcas. • Elabore un diagrama de las cuatro características que afectan al marketing de un servicio y las consideraciones de marketing adicionales que los servicios requieren. 	3	2	1
<p>4. Reúnase en GAES y realice lectura del capítulo 7 “Gestión del marketing de servicios” David JOBBER y John FANY, segunda edición, Pág. 171 a 187.</p> <p>Luego de realizar la lectura, determine:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Individualmente, elabore un escrito de una página explicando cómo las compañías obtienen y desarrollan ideas sobre nuevos productos. • Elabore un cuadro sinóptico donde enumere y defina los pasos del proceso de desarrollo de nuevos productos. • Elabore un gráfico de las etapas de ciclo de vida de los productos. • Describa cómo cambian las estrategias de marketing durante el ciclo de vida del producto. 	4 3	2 2	1

GUIA DE APRENDIZAJE**ESTRUCTURA CURRICULAR:** TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE NEGOCIOS**NOMBRE DEL PROYECTO:**DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE GESTION PARA NEGOCIOS ENCADENADOS EN SECTORES CLAVES DE DESARROLLO REGIONAL Y NACIONAL**Centro de Servicios Financieros**

F08-9405-045/ 01-11 Versión 01

Sistema de
Mejora Continua**PROCESO:** Ejecución de la Formación Profesional**PROCEDIMIENTO:** Desarrollo Curricular

<p>5. Realice lectura autorregulada del material virtual que será colgado en plataforma. Libro FUNDAMENTOS DE MARKETING de David JOBBER y John FANY, Capítulo 8. Tema Fijación de precios: Comprender y captar el valor del cliente. Pág. 193 a 212.</p>	4	2	1
<p>6. Con base a las anteriores lecturas del libro Fundamentos de Marketing de David JOBBER y John FANY, cada GAES, debe realizar:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ CASO 6: Gestión de una Marca Paraguas. PÁG 166. ○ CASO 7: Pret a Manger: Apasionados por la comida. PÁG 190. ○ CASO 8: RYANAIR Compañía aérea de bajo coste. Pág 214. 	4		1
<p>7. Realice las demás actividades asignadas por su tutor.</p>	7	1	1
<p>8. Participe en el FORO DE DISCUSION disponible en la plataforma.</p>			
<p>9. Presente la evaluación correspondiente a la semana 41.</p>			
<p>10. Participe activamente en las actividades de cultura física, emprendimiento, humanística.</p>			

GUIA DE APRENDIZAJE**ESTRUCTURA CURRICULAR:** TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE NEGOCIOS**NOMBRE DEL PROYECTO:**DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE GESTION PARA NEGOCIOS ENCADENADOS EN SECTORES CLAVES DE DESARROLLO REGIONAL Y NACIONAL**Centro de Servicios Financieros**

F08-9405-045/ 01-11 Versión 01

Sistema de
Mejora Continua**PROCESO:** Ejecución de la Formación Profesional**PROCEDIMIENTO:** Desarrollo Curricular**Contextualización (después de aprender)**

10. En GAES: Presente un informe que contenga:

- Un diagnóstico realizado al tipo de negocios, donde se determine el tipo de política y estrategias enfocadas al producto y la fijación precios.
- Las ventajas y desventajas relacionadas con la gestión comercial que actualmente se están dando en el tipo de negocio, enfocado tanto a los productos y/o servicios, así como la gestión realizada para la fijación de precios.
- Plan o Estrategias de mercadeo relacionadas con producto y precio, para implementarse en el negocio de acuerdo al mercado objetivo actual y futuro.

5**4****3****5. Evaluación:****Criterios de Evaluación:**

- Formula estrategias para los diferentes niveles del mercado en su variación, participación, penetración y crecimiento de los productos y servicios a nivel nacional e internacional.
- Identifica la posición de la empresa, las ventajas competitivas, las características diferenciadoras y comunes en cada uno de los mercados para formular el plan estratégico de mercadeo.
- Diseña el plan estratégico de mercados a partir de la misión, visión, objetivos, políticas, estrategias corporativas y posición deseada por la

GUIA DE APRENDIZAJE**ESTRUCTURA CURRICULAR:** TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE NEGOCIOS**NOMBRE DEL PROYECTO:**DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE GESTION PARA NEGOCIOS ENCADENADOS EN SECTORES CLAVES DE DESARROLLO REGIONAL Y NACIONAL**Centro de Servicios Financieros**

F08-9405-045/ 01-11 Versión 01

Sistema de
Mejora Continua**PROCESO:** Ejecución de la Formación Profesional**PROCEDIMIENTO:** Desarrollo Curricular

empresa dentro del mercado y los requerimientos del cliente.

- Estructura el plan estratégico de mercadeo de acuerdo con los segmentos de mercado, las necesidades de los clientes, el comportamiento del consumidor y la demanda y oferta del producto o servicio.
- Formula el plan estratégico aplicando las técnicas y herramientas de diagnóstico, teniendo en cuenta las políticas, objetivos de la empresa y oportunidades de negocio del mercado.
- Define la mezcla de mercadeo para penetrar los mercados tanto nacionales como internacionales.
- Propone actividades de mercadeo de bienes, productos y servicios teniendo en cuenta el diagnóstico y los objetivos de la empresa.

Evidencias de Conocimiento:

- Cuestionario de evaluación.

Evidencias de Desempeño:

- Desarrolla las actividades asignadas y el resultado obtenido demuestra sus habilidades y actitudes de entender los conceptos relacionados con la información de las estrategias de mercadeo enfocadas a producto y precio.

Evidencia de Producto:

- Informe que contenga diagnóstico realizado al tipo de negocios, donde se determine el tipo de política y estrategias de fijación precios.
- Plan o Estrategias de mercadeo relacionadas con producto y precio para el tipo de negocio.

GUIA DE APRENDIZAJE**ESTRUCTURA CURRICULAR:** TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE NEGOCIOS**NOMBRE DEL PROYECTO:**DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE GESTION PARA NEGOCIOS ENCADENADOS EN SECTORES CLAVES DE DESARROLLO REGIONAL Y NACIONAL**Centro de Servicios Financieros**

F08-9405-045/ 01-11 Versión 01

Sistema de
Mejora Continua**PROCESO:** Ejecución de la Formación Profesional**PROCEDIMIENTO:** Desarrollo Curricular

6. Escenarios de aprendizajes, medios y recursos

Escenarios de Aprendizaje:

B-learning, ambientes de aprendizaje, biblioteca

Medios y Recursos Didácticos:

Video beam, portátil (internet, office), LCD tablero, marcadores, aula

7. Bibliografía

- JOBBER David. FANY John **FUNDAMENTOS DE MARKETING.** Segunda edición, Ed. Mc Graw Hill. España. 2007.

8. Infografía

BASES DE DATOS SENABiblioteca virtual Sena **Ingrese a las BASE DE DATOS SENA.**

Puede acceder a Colecciones de libros, revistas, artículos, índices bibliográficos, resúmenes y tesis en texto completo en inglés y español, que pueden ser consultadas desde la red del SENA.

<http://biblioteca.sena.edu.co/> dar clic en Bases de datos y puede acceder a: e-brary, Gale, Galé Cengage Learning, Océano para Administración, Knovel, Océano universitas P&M, Proquest.

GUIA DE APRENDIZAJE**ESTRUCTURA CURRICULAR:** TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE NEGOCIOS**NOMBRE DEL PROYECTO:**DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE GESTION PARA NEGOCIOS ENCADENADOS EN SECTORES CLAVES DE DESARROLLO REGIONAL Y NACIONAL**Centro de Servicios Financieros**

F08-9405-045/ 01-11 Versión 01

Sistema de
Mejora Continua**PROCESO:** Ejecución de la Formación Profesional**PROCEDIMIENTO:** Desarrollo Curricular**CONTROL DEL DOCUMENTO**

	NOMBRE	CARGO	DEPENDENCIA /RED	FECHA
Autores	Lida Álvarez	Instructor	(Área Economía Financiera y de Gestión) Centro de Servicios Financieros	10 de Abril de 2012
Revisión	Dilia Del Rosario Ceballos	Coordinadora Área Economía Financiera y de Gestión	(Área Economía Financiera y de Gestión) Centro de Servicios Financieros	
Aprobación	Jorge Alberto Betancourt	Subdirector Centro	Servicios Financieros	