Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología

Cegesictt
Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia Tecnológica



Guía para el desarrollo de las actividades prácticas de la asignatura Gestión y Marketing de la carrera de Tricología y Cosmiatría en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología

FASSS
FACULTAD DE SALUD Y SERVICIOS SOCIALES

Guía para el desarrollo de las actividades prácticas de la asignatura Gestión y Marketing de la carrera de Tricología y Cosmiatría en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología

Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología

Material elaborado por:
Nelson Felix Villalta Ortega
Estefanía Elizabeth Moreno Plúas
Gabriela Francesca Torres Sánchez
Irina García Martínez
Graciela Gioconda Vera Cortázar
Maritza Graciela Quinche Vera
Teresita De Jesús Sánchez Jaramillo

Edición:
Elena Tolozano - Vicerrectora Académica de ITB
María José Orellana - Directora del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia Tecnológica de ITB

Fuente de imagen de portada:
http://goo.su/2qXnjOQ

Dirección:
Campus Matriz - Víctor Manuel Rendón y Pedro Carbo

978-9942-17-105-4

Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología	**FACULTAD DE SALUD Y SERVICIOS SOCIALES**

GUÍA DE CLASE PRÁCTICA	
Carrera a la que pertenece:	Tecnología Superior en Tricología y Cosmiatría
Nombre oficial de la asignatura:	Gestión y Marketing
Forma organizativa docente:	Aula

DATOS GENERALES	
No. Clase práctica	Modelo de negocio: Business Model Canvas
Tiempo de duración	4 horas
Objetivo	Aplicar de manera práctica y efectiva del Business Model Canvas (BMC) como una herramienta estratégica fundamental para la conceptualización y diseño de modelos de negocio innovadores y sostenibles, en función de la formación práctica integral del Tecnólogo Superior en Tricología y Cosmiatría.
Contenido	Aplicación del Business Model Canvas.
Materiales y/o recursos requeridos	• Casos como ejemplo de empresas que hayan aplicado el Business Model Canvas. • Espacio Físico adecuado que permita el desarrollo útil del taller. • Gráficos de la estructura del Business Model Canvas. • Papel, bolígrafos y otros materiales de escritura para que los participantes tomen nota de las ideas más relevantes para posterior pasar a la toma de decisiones. • Herramientas de la plataforma zoom, Diapositivas, Material formativo, como guía para el desarrollo de la práctica.

Forma de evaluación	Se realizará evaluación de los elementos teórico y práctico de acuerdo a su desempeño, teniendo en cuenta la rúbrica correspondiente**.**

I. INTRODUCCIÓN

- En el panorama empresarial, la capacidad de comprender, comunicar y adaptar modelos de negocio es esencial. El Business Model Canvas proporciona un marco visual y estructurado que nos permite analizar de manera integral todos los elementos cruciales que conforman una empresa, desde cómo creamos valor hasta cómo generamos ingresos.
- **Visual y Sencillo:** El BMC simplifica la complejidad de un modelo de negocio en un formato visual fácil de entender.
- **Fomenta la innovación:** Alienta el pensamiento creativo y la innovación al desafiar las convenciones tradicionales.
- **Adaptabilidad:** Permite a las empresas adaptarse rápidamente a los cambios del mercado y a las demandas de los clientes.

II. ORIENTACIONES PARA EL DESARROLLO DE LA PRÁCTICA DE LABORATORIO

- **Tamaño de los grupos:** Formaremos grupos de 5 a 7 estudiantes para fomentar la diversidad de perspectivas y promover la participación activa y efectiva.
- **Organización por equipos:** Cada grupo designará a un líder para facilitar la discusión y recopilación de los datos expuestos entre los miembros del equipo, garantizando la participación de todos.
- **Duración del ejercicio práctico:** La aplicación del análisis se llevará a cabo en dos etapas: discusión inicial y toma de decisiones. Se asignan 4h en total para la actividad.

Procedimientos a emplear:

- **Repaso Teórico Básico:** Realiza un breve repaso teórico de los conceptos clave del Business Model Canvas para asegurar la retroalimentación de todos los participantes y tener una comprensión sólida de la herramienta.
- **Aplicación de la actividad:** Los grupos discuten activamente, aplicando las nueve claves que se deben desarrollar en el Business Model Canvas según su MODELO DE NEGOCIO.
- El líder del grupo deberá asegurarse que la participación sea de manera equitativa y el respeto hacia todas las opiniones vertidas en correspondencia al caso de estudio.
- Se deben introducir todas las herramientas y recursos que puedan apoyar el proceso del BMC, como plantillas, software especializado, etc.
- **Toma de decisiones y reflexión:** Después de la discusión, cada grupo llegará a una decisión ética consensuada.
- Se reservará el tiempo para que los equipos reflexionen sobre el proceso, las dificultades encontradas y el aprendizaje del caso.

- **Criterios de entrega:** Al tratarse de una actividad grupal, el documento debe ser elaborado en formato Word con la resolución del caso y una presentación resumen en nombre del equipo (se aconseja hacerlo en Powerpoint y exportarlo a pdf). Cada miembro del equipo debe presentar además el documento en Word con la resolución del caso para cargarlo en la plataforma.

III. ORIENTACIONES PARA LA EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

- **Instrumento de evaluación:** A continuación, se les indica la rúbrica de evaluación sobre la base de 100 puntos, para la aplicación del BMC.

Indicadores de evaluación.	**Categorías**		
	M (0ptos.)	**R (1.5 pts.)**	**B (2.5 pts.)**
1.-Comprensión y Aplicación del BMC:			
Demuestra una comprensión profunda de cada bloque del BMC, identificando claramente la interconexión entre los elementos			
Aplica el BMC de manera excepcional a un escenario empresarial real, identificando oportunidades de innovación y soluciones efectivas.			
Aplica correctamente las nueve claves del BMC.			
2.-Presentación y Participación:	**M (0 pts.)**	**R (0.5 pts.)**	**B (1 pts.)**
Presenta de manera clara y estructurada, utilizando visualizaciones efectivas y comunicando de manera persuasiva.			
Participa activamente en actividades de grupo, contribuye de manera significativa y demuestra colaboración efectiva.			
3.-Innovación y Creatividad:			
Demuestra un pensamiento innovador al abordar el modelo de negocio, presentando soluciones originales.			

Demuestra un pensamiento creativo al abordar el modelo de negocio.			
4.-Pensamiento Crítico:	**M (0 pts.)**	**R (1 pts.)**	**B (2 pts.)**
Pensamiento crítico excepcional y reflexión profunda.			
Demuestra un pensamiento crítico y correspondiente para un modelo de negocio rentable.			
5.-Presentación:	**M (0 pts.)**	**R (1 pts.)**	**B (2 pts.)**
Presentación clara y bien estructurada.			
Presentación con las bases del criterio de entrega.			

Leyenda:

Categoría		**Significado**
M	No logrado	El indicador no se precisa
R	Parcialmente logrado	El indicador está parcialmente cumplido, le falta llegar al 100%
B	Logrado	El indicador lo cumple completamente

DATOS GENERALES	
No. Clase práctica	Aplicación del análisis FODA
Tiempo de duración	4 horas
Objetivo	Desarrollar un análisis FODA en profundidad de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de una entidad específica, en función de la formación práctica integral del Tecnólogo Superior en Tricología y Cosmiatría.
Contenido	Desarrollo del análisis FODA de un Modelo de negocio
Materiales y/o recursos requeridos	• Casos como ejemplo de empresas que hayan aplicado un FODA.

	• Espacio Físico adecuado que permita el desarrollo útil del taller. • Gráficos de la estructura del FODA para la lluvia de ideas de cada participante. • Papel, bolígrafos y otros materiales de escritura para que los participantes tomen nota de las ideas más relevantes para posterior pasar a la toma de decisiones. • Herramientas de la plataforma zoom, Diapositivas, Material formativo
Forma de evaluación	Se realizará evaluación de los elementos teórico y práctico de la aplicación del análisis FODA acuerdo a su desempeño, teniendo en cuenta la rúbrica correspondiente**.**

I. INTRODUCCIÓN

- Bienvenidos a la clase práctica centrada en el Análisis FODA, una herramienta estratégica fundamental para comprender la posición actual y las posibilidades futuras de una entidad, ya sea una empresa, proyecto o incluso a nivel personal. El Análisis FODA nos proporciona una visión integral al explorar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que enfrentamos.
- En esta sesión, nos sumergimos en la metodología del Análisis FODA, explorando cómo identificar factores internos y externos que impactan directamente en el desempeño y las decisiones estratégicas. Analizaremos cómo convertir este entendimiento en propuestas de acción sólidas y orientadas al éxito.

II. ORIENTACIONES PARA EL DESARROLLO DE LA PRÁCTICA DE LABORATORIO

Organización del trabajo:

- **Tamaño de los grupos:** Formaremos grupos de 5 a 7 estudiantes para fomentar la diversidad de perspectivas y promover la participación activa y efectiva.
- **Organización por equipos:** Cada grupo designará a un líder para facilitar la discusión y recopilación de los datos expuestos entre los miembros del equipo, garantizando la participación de todos.
- **Duración del ejercicio práctico:** La aplicación del análisis se llevará a cabo en dos etapas: discusión inicial y toma de decisiones. Se asignan 4h en total para la actividad.

Procedimientos a emplear:

- **Repaso Teórico Básico:** Realiza un breve repaso teórico de los conceptos clave del Análisis FODA para asegurar la retroalimentación de todos los participantes y tener una comprensión sólida de la herramienta.
- **Aplicación de la actividad:** Los grupos discuten activamente, aplicando las funciones que se deben desarrollar en el análisis **FODA** de su **MODELO DE NEGOCIO.**
- El líder del grupo deberá asegurarse que la participación sea de manera equitativa y el respeto hacia todas las opiniones vertidas en correspondencia al caso de estudio.
- Se deben introducir todas las herramientas y recursos que puedan apoyar el proceso de Análisis FODA, como plantillas, software especializado, etc.
- **Toma de decisiones y reflexión:** Después de la discusión, cada grupo llegará a una decisión ética consensuada.
- Se reservará el tiempo para que los equipos reflexionen sobre el proceso, las dificultades encontradas y el aprendizaje del caso.
- **Criterios de entrega:** Al tratarse de una actividad grupal, el documento debe ser elaborado en formato Word con la resolución del caso y una presentación resumen en nombre del equipo (se aconseja hacerlo en Powerpoint y exportarlo a pdf). Cada miembro del equipo debe presentar además el documento en Word con la resolución del caso para cargarlo en la plataforma.

III. ORIENTACIONES PARA LA EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

- **Instrumento de evaluación:** A continuación, se les indica la rúbrica de evaluación sobre la base de 100 puntos, para la aplicación del análisis FODA.

Indicadores de evaluación	**Categorías**		
	M (0ptos.)	**R (1.5 pts.)**	**B (2.5 pts.)**
1.-Comprensión del Análisis FODA:			
Comprende los elementos básicos del Análisis FODA			
Demuestra comprensión sólida y aplica conceptos clave			
Profunda comprensión y aplicación avanzada de los conceptos.			
2.-Identificación de Factores:	**M**	**R**	**B**

	(0 pts.)	(0.5 pts.)	(1 pts.)
Identifica algunos factores relevantes.			
Identifica la mayoría de los factores importantes.			
Identifica todos los factores críticos de manera precisa.			
3.-Aplicación del Marco FODA:			
Aplicación del marco FODA incoherente o incorrecto.			
Aplica el marco FODA de manera básica.			
Aplica el marco FODA de manera efectiva y estructurada.			
4.-Pensamiento Crítico:	**M (0 pts.)**	**R (1 pts.)**	**B (2 pts.)**
Muestra cierto nivel de pensamiento crítico.			
Evidencia un pensamiento crítico sólido.			
Pensamiento crítico excepcional y reflexión profunda.			
5.-Presentación:	**M (0 pts.)**	**R (1 pts.)**	**B (2 pts.)**
Presentación clara y bien estructurada.			
Presentación con las bases del criterio de entrega.			

Leyenda:

Categoría		Significado
M	No logrado	El indicador no se precisa
R	Parcialmente logrado	El indicador está parcialmente cumplido, le falta llegar al 100%
B	Logrado	El indicador lo cumple completamente

DATOS GENERALES	
No. Clase práctica	Redes más relevantes: Instagram y Whatsapp Business.
Tiempo de duración	4 horas
Objetivo	Diseñar de forma efectiva y estratégica los perfiles en redes sociales, fomentando la comprensión de las dinámicas clave y las mejores prácticas para establecer una presencia sólida en plataformas digitales, en función de la formación práctica integral del Tecnólogo Superior en Tricología y Cosmiatría.
Contenido	Creación de redes más relevantes: Instagram y Whatsapp Business.
Materiales y/o recursos requeridos	• Herramientas tecnológicas, tales como: Smartphone, Tablets o PC. • Espacio Físico adecuado que permita el desarrollo útil del taller. • Papel, bolígrafos y otros materiales de escritura para que los participantes tomen nota de las ideas más relevantes para posterior pasar a la toma de decisiones. • Herramientas de la plataforma zoom, Diapositivas, Material formativo.
Forma de evaluación	Se realizará evaluación de los elementos teórico y práctico de acuerdo a su desempeño, teniendo en cuenta la rúbrica correspondiente**.**

I. INTRODUCCIÓN

II.

- Bienvenidos al Taller Práctico de Redes Sociales! En un mundo cada vez más digitalizado, la presencia en línea se ha vuelto esencial tanto para individuos como para empresas. Este taller está diseñado para brindarles las habilidades prácticas necesarias para construir perfiles efectivos en redes sociales y aprovechar al máximo estas plataformas dinámicas.

- Las redes sociales no son solo herramientas de comunicación, sino comunidades vibrantes donde se comparten ideas, se establecen conexiones y se construyen marcas. Ya sea que busquen destacar personalmente o impulsar la visibilidad de su proyecto, este taller los guiará a través de los elementos clave para una presencia exitosa en redes sociales.
- Las redes sociales también te permiten lo siguiente:
- **Conexión y Comunicación:** Las redes sociales permiten establecer conexiones auténticas con audiencias globales y locales.
- **Visibilidad y Marca Personal:** Construir una presencia en redes sociales contribuye a la construcción de una marca personal sólida.
- **Oportunidades Profesionales:** Las plataformas digitales son lugares donde surgen oportunidades profesionales y colaboraciones.

III. ORIENTACIONES PARA EL DESARROLLO DE LA PRÁCTICA DE LABORATORIO

- **Tamaño de los grupos:** Formaremos grupos de 5 a 7 estudiantes para fomentar la diversidad de perspectivas y promover la participación activa y efectiva.
- **Organización por equipos:** Cada grupo designará a un líder para facilitar la discusión y recopilación de los datos expuestos entre los miembros del equipo, garantizando la participación de todos.
- **Duración del ejercicio práctico:** La aplicación del análisis se llevará a cabo en dos etapas: discusión inicial y toma de decisiones. Se asignan 4h en total para la actividad.

Procedimientos a emplear:

- **Repaso Teórico Básico:** Realiza un breve repaso teórico de los conceptos clave de Redes Sociales para asegurar la retroalimentación de todos los participantes y tener una comprensión sólida de la herramienta.
- **Aplicación de la actividad:** Los grupos discuten activamente sobre las características, formato y funciones de las redes sociales. A continuación, se detalla las redes sociales que deben de diseñar, aplicando las funciones específicas de la red social, se debe desarrollar la red social en base a su MODELO DE NEGOCIO.
- **Creación de Instagram:** Diseñar la red social de Instagram (Negocio).
    - Biografía del negocio: (Tipo de negocio, contacto, ubicación, etc)
    - Diseñar al menos 3 Highlights (Story destacadas), Ejem: Video de Ubicación, Catálogo de productos o servicios, Recomendaciones, etc.
    - Postear videos, fotos o reels con un FEED que el grupo elija, Ejem: Feed Ajedrez, Feed vertical, Feed horizontal, etc.
- **Diseño de Whatsapp Business:** Diseñar Whatsapp Business (Negocio).
    - Colocar el perfil de la empresa.
    - Establecer el catálogo de productos o servicios.

- En herramientas de mensajería, se deberá crear mensajes instantáneos para los clientes, tales como: Horarios de atención, luego atenderemos tu requerimiento, te compartimos nuestro catálogo, etc.

- **Toma de decisiones y reflexión:** Después de la discusión, cada grupo llegará a una decisión ética consensuada.
- Se reservará el tiempo para que los equipos reflexionen sobre el proceso, las dificultades encontradas y el aprendizaje del caso.

Criterios de entrega: Al tratarse de una actividad grupal, el documento debe ser elaborado en formato Word con la resolución del caso y una presentación resumen en nombre del equipo (se aconseja hacerlo en Powerpoint y exportarlo a pdf). Cada miembro del equipo debe presentar además el documento en Word con la resolución del caso para cargarlo en la plataforma.

IV. ORIENTACIONES PARA LA EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

- **Instrumento de evaluación:** A continuación, se les indica la rúbrica de evaluación sobre la base de 100 puntos, para la aplicación de creación de redes sociales.

Indicadores de evaluación	**Categorías**		
	M (0ptos.)	**R (1.5 pts.)**	**B (2.5 pts.)**
1.-Creación del Perfil en Instagram y WhatsApp Business:			
Información de perfil: Completa y precisa, incluyendo detalles comerciales importantes y marca.			
Biografía: Descripción creativa y concisa que refleje la identidad o propósito del perfil.			
Enlaces y Contacto: Inclusión de enlaces pertinentes y métodos de contacto.			
Configuración de Mensajes Automáticos: Implementación de mensajes automáticos útiles y relevantes.			
2.-Publicaciones y Contenido en Instagram:	**M (0 pts.)**	**R (0.5 pts.)**	**B (1 pts.)**

Calidad Visual: Publicaciones visualmente atractivas y coherentes con el tema del perfil.			
Variedad de Contenido: Inclusión de diferentes tipos de contenido (imágenes, videos, historias, etc.)			
3.-Uso Estratégico de WhatsApp Business:			
Comunicación con Clientes: Uso efectivo de WhatsApp Business para la comunicación con clientes.			
Gestión de Pedidos o Consultas: Manejo efectivo de pedidos o consultas a través de la plataforma.			
Aplica la herramienta de catálogo para ofertar productos o servicios.			
4.-Presentación:	**M (0 pts.)**	**R (1 pts.)**	**B (2 pts.)**
Presentación clara y bien estructurada.			
Presentación con las bases del criterio de entrega.			

Leyenda:

Categoría		**Significado**
M	No logrado	El indicador no se precisa
R	Parcialmente logrado	El indicador está parcialmente cumplido, le falta llegar al 100%
B	Logrado	El indicador lo cumple completamente

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA Y/O NORMATIVAS TÉCNICAS DE REFERENCIAS

International Labour Organization. (n.d.). *Entrepreneurship education and training: A guide for practitioners*. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/instructionalmaterial/wcms_553918.pdf

Garmendia, M., & Martínez, J. (n.d.). *Guía para el diseño de modelos de negocios basado en el Modelo Canvas*.

https://www.ehu.eus/documents/1432750/4992644/Gu%C3%ADa+para+el+dise%C3%B1o+de+modelos+de+negocios+basado+en+el+Modelo+Canvas.pdf

Rospigliosi, A. (2019, October). *Análisis FODA*. https://obgin.net/cursos/wp-content/uploads/2019/10/AnalisisFoda.pdf

Baena Graciá, V. (2010). *Instrumentos de marketing: Decisiones sobre producto, precio, distribución, comunicación y marketing directo*. Universitat Oberta de Catalunya.

Rodríguez Ardura, I. (2008). *Principios y estrategias de marketing*. Universitat Oberta de Catalunya. https://www.ehu.eus/documents/1432750/4992644/Gu%C3%ADa+para+el+dise%C3%B1o+de+modelos+de+negocios+basado+en+el+Modelo+Canvas.pdf

Ramirez, C. (2010). *Fundamentos de la administración*.

Robbins, S. P., & Coulter, M. (2017). *Fundamentos de la administración*. Pearson.

Hootsuite. (n.d.). *WhatsApp para empresas*. https://blog.hootsuite.com/es/whatsapp-para-empresas/

Instagram. (n.d.). *Getting started with Instagram for business*. https://business.instagram.com/getting-started/?locale=es_ES&content_id=cdWCbpf4xwenvW1&ref=sem_smb&utm_term=dsa-2032365252637&gclid=CjwKCAiA44OtBhAOEiwAj4gpOWNUJaknzBywpmJSvvEmLlZUthwRd_pDFum9k3JtWepQMElTeZp9SxoCZZcQAvD_BwE

YouTube. (2019, August 22). COMO CREAR CUENTA DE INSTAGRAM PARA NEGOCIO 2024. https://www.youtube.com/watch?v=7B8bGB0CZVI

YouTube. (2020, March 1). Cómo configurar WhatsApp Business (Tutorial). https://www.youtube.com/watch?v=zyMsLd9XZ6U

YouTube. (2021, June 15). Analisis FODA. https://www.youtube.com/watch?v=m3R-tncB28Y

YouTube. (2022, February 11). Modelo Canvas - Explicado paso a paso con ejemplo | Resumen libro. https://www.youtube.com/watch?v=janK9mfBS6g