

EMPRENDIMIENTO

MAILLA CURRICULAR

11º - 3ER PERIODO

PERIODO 3			
PREGUNTAS PROBLEMATIZADORAS ÁMBITO DE INVESTIGACIÓN O SITUACIÓN PROBLEMA	EJES DE LOS ESTÁNDARES O LINEAMIENTOS EN TÉRMINOS DE ACCIONES DE PENSAMIENTO Y PRODUCCIÓN		
	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	CONTENIDOS ACTITUDINALE S
<p>¿Por qué una unidad empresarial como negocio o empresa debe procurar la venta o comercialización de su producto o servicio para poder garantizar su existencia y continuación en el mercado?</p> <p>¿Por qué es necesario reconocer en el mercadeo como plan de una unidad empresarial un medio para financiarse?</p> <p>¿Cuándo se debe afirmar que el conocimiento sobre el Plan de Mercadeo o las cuatro P, se instalan en la idea de creación de unidad empresarial?</p>	<p>- Economía y financiera: propiciar la reflexión y generar cambios en las actitudes y comportamientos de los estudiantes frente a los procesos de comercialización de productos y servicios.</p> <p>- Empresarial: desarrollar procesos orientados a la creación, liderazgo y fortalecimiento de actividades o procesos pedagógicos, en el reconocimiento de estrategias de mercadeo</p> <p>-Reconoce los conceptos de Mercadeo y Marketing.</p> <p>-Identifica el plan de Mercadeo o Marketing como la aplicación de las llamadas cuatro P.</p> <p>-Conoce algunas fuentes de financiación para la elaboración de un plan de mercadeo.</p>	<p>-Elabora un plan de mercadeo según una unidad empresarial, negocio o empresa ideada, teniendo en cuenta las cuatro P</p> <p>-Justifica el Plan de Mercadeo aplicado a una unidad empresarial</p> <p>-Elabora documento impreso de Plan de Mercadeo de aplicación a la unidad empresarial pensada, incluyendo las posibles fuentes financieras</p>	<p>-Valora los aportes del emprendimiento a la sociedad.</p> <p>-Aprecia los planes de mercadeo en el desarrollo empresarial.</p> <p>-Asume una actitud crítica frente a las fuentes de financiamiento para su proyecto o idea de negocio.</p>

INDICADORES DE DESEMPEÑO

- Interpreta, durante debates en clase, el concepto de marketing o mercadeo, con el fin de proyectar su propuesta empresarial en la consecución de metas establecidas.
- Valora, mediante sus aportes orales o escritos, las cuatro P del marketing, aplicando cada una de ellas en su proyecto de negocio o unidad empresarial.
- **P**ropone, mediante la puesta en marcha de un proyecto escolar, estrategias que pueden auspiciar la creación de un negocio o unidad empresarial para su barrio o comuna, con el fin de aportar a la transformación socioeconómica local. **(Transversal con la media técnica)**
- Asume una actitud crítica, a través de producciones textuales orales o escritas, sobre los aportes sociales, culturales y económicos del emprendimiento, la innovación y la creatividad, fortaleciendo sus competencias para crear empresas **(Transversal con la media técnica)**
- Diseña propuestas, mediante el desarrollo de talleres específicos en clase, sobre temas empresariales que constituyen un soporte fundamental en su desarrollo de capacidades emprendedoras, asumiendo retos y responsabilidades consigo mismo y con su entorno.
- Propone, durante diferentes debates de clase, un plan de mercadeo aplicable a la idea de unidad empresarial, teniendo en cuenta las cuatro P, con el fin de estimar y considerar algunas opciones de financiamiento para su proyecto o idea de negocio.