

FICHAS DE ÁREA

ELABORADO POR

MARGARITA VASCO S.
Docente
Ingeniera Informática
Magister en educación

PERTECENCE A

GRADO 11°

INSTITUCIÓN EDUCATIVA CIUDADELA LAS AMÉRICAS
ÁREA TECNOLOGÍA, INFORMÁTICA Y EMPRENDIMIENTO
MEDELLÍN
2.02



INSTITUCIÓN EDUCATIVA CIUDELA LAS AMÉRICAS
ÁREA DE TECNOLOGÍA, INFORMÁTICA Y EMPRENDIMIENTO
NORMAS DE TRABAJO

Docente Margarita Vasco S.

Para que el trabajo en el área sea de total agrado para todos, es necesario tener en cuenta las siguientes normas:

1. Llegar puntualmente al aula de clase, si llega después de 5 minutos de la señal, debe presentar excusa por escrito, firmada por un responsable, de lo contrario se considera una falta.
2. Presentar excusa justificada y por escrito, cada vez que falte a clase, con la firma del coordinador de convivencia, máximo a los dos días después de regresar al colegio; además debe llegar al día en actividades, tareas o evaluaciones pendientes por presentar, o buscar la información necesaria de inmediato.
3. Los trabajos, actividades, tareas o evaluaciones se reciben en las fechas estipuladas, no después, a menos que se cumpla con el requisito anterior.
4. Las actividades deben tener la firma de la docente como constancia de trabajo en clase, con la cual se asegura la nota, aún después de la fecha indicada.
5. Estar enterado, al día y pendiente de sus responsabilidades, pues no hay excusa si los compañeros de equipo no asisten a clase; conservar guardados, en algún dispositivo o herramienta, los archivos necesarios para el trabajo.
6. Guardar cualquier dispositivo o elemento electrónico, o similares, que interrumpan el buen y normal desarrollo de las actividades de clase. Solo podrán ser utilizados bajo la autorización, supervisión y responsabilidad del docente, para alguna actividad especial.
7. Aclarar cualquier duda sobre los temas o cualquier actividad de clase, a tiempo, no cuando ya no es el momento.
8. Las actividades de apoyo son responsabilidad del estudiante, por tanto debe cumplir con las fechas establecidas y presentar lo necesario.
9. Al finalizar el período no hay arreglo o cambio de notas pues los puntos anteriores lo explican.
10. Conservar siempre el puesto asignado en el aula de clase.
11. Conservar el orden y el silencio en el aula, al ingresar y durante las actividades de clase, especialmente, acatando las sugerencias y observaciones verbales, para evitar las amonestaciones por escrito.
12. Portar correctamente el uniforme, según las normas consignadas en el manual de convivencia institucional, evitar los llamados de atención repetitivos.
13. Respetar a todas las personas que se encuentran dentro del aula o que ingresan a ella; además de cada elemento o material disponible allí, perteneciente al colegio o a cualquier persona.
14. Si se presenta cualquier inconveniente entre compañeros, antes de complicar la situación, infórmela a la docente para que sea solucionada por ella.
15. Cuando la Docente por alguna razón no ha llegado al aula de clase, esperarla fuera de ella en silencio y orden, el monitor es el único autorizado para averiguar en la Coordinación de convivencia si hay alguna novedad en el horario, o actividad diferente a la programada.
16. Al finalizar la clase, cada estudiante debe dejar su puesto de trabajo en completo orden.
17. Al ingresar al aula si encuentra alguna novedad, como un daño o deterioro de algo, inmediatamente debe ser puesto en conocimiento de la docente.
18. No permanecer en la puerta del aula o fuera de ella, por ninguna razón.
19. Cuando se forman equipos de trabajo, especialmente en emprendimiento, se deben conservar hasta el final de año, por organización. Por eso no son impuestos, sino elegidos por los mismos estudiantes, libremente bajo su propio criterio y responsabilidad.
20. Quien no trabaje con su equipo, sino que espere a que los demás trabajen por él, se alejará para trabajar solo y su nota de trabajo en equipo será la más baja.
21. Cualquier objeto que encuentre en el aula de clase, que no le pertenezca, debe devolverlo de inmediato al docente.

He leído y comprendido las normas, pero además me comprometo a cumplirlas,

ESTUDIANTE: _____ GRADO: _____



INSTITUCIÓN EDUCATIVA CIUDELA LAS AMÉRICAS
TECNOLOGÍA, INFORMÁTICA
INDICADORES DE LOGRO
GRADO 11°

PRIMER PERÍODO

CONCEPTUALES

- Entiende el concepto de las TIC.
- Reconoce la evolución que ha tenido la Web, a través del tiempo.
- Identifica las herramientas de la Web 2.0 y la diferencia entre ellas.

PROCEDIMENTALES

- Utiliza adecuadamente las herramientas informáticas, para la búsqueda de información y la comunicación de ideas.

ACTITUDINALES

- Participa en discusiones relacionadas con las aplicaciones e innovaciones tecnológicas; toma postura y argumenta sus intervenciones.
- Se interesa por mejorar sus conocimientos de una forma autodidacta.

SEGUNDO PERÍODO

CONCEPTUALES

- Conoce terminología de la Web 2.0.

PROCEDIMENTALES

- Agrupa las TIC de acuerdo a sus redes, terminales y servicios.
- Elabora un blog e interactúa adecuadamente en él, reconociendo el aporte a la Web 2.0.

ACTITUDINALES

- Trabaja de forma colaborativa en la elaboración de las producciones escritas.
- Aprovecha sanamente las Tecnologías de Información y Comunicación.

TERCER PERÍODO

CONCEPTUALES

- Describe las diferentes agrupaciones de las TIC.

PROCEDIMENTALES

- Elabora material multimedia y lo publica en Internet, reconociendo su aporte a la Web 2.0.

ACTITUDINALES

- Respeta la propiedad intelectual en temas como desarrollo y utilización de la tecnología.

CUARTO PERIODO

CONCEPTUALES

- Conoce herramientas en la web que permiten mejorar la comercialización de un bien o servicio.

PROCEDIMENTALES

- Reconoce su responsabilidad social cuando publica información en Internet.

ACTITUDINALES

- Respeta la propiedad intelectual en temas como desarrollo y utilización de la tecnología.
- Se interesa por mejorar sus conocimientos de una forma autodidacta.
- Aprovecha sanamente las Tecnologías de Información y Comunicación.

ESTUDIANTE: _____ GRADO: _____



I.E. CIUDADELA LAS AMÉRICAS
ÁREA TECNOLOGÍA, INFORMÁTICA Y EMPRENDIMIENTO
AUTOEVALUACIÓN 2.0

DOCENTE: _____

ESTUDIANTE: _____ GRADO: _____ ASIGNATURA: Tecnología e Informática

ASPECTO A EVALUAR	NOTA PERIODO 1	NOTA PERIODO 2	NOTA PERIODO 3	NOTA PERIODO 4
1 Llamados de atención verbales.				
2 Observaciones por escrito.				
3 Participación en clase.				
4 Trabajo en equipo.				
5 Respeto por compañeros y docente.				
6 Cumplimiento con actividades extraclasses.				
7 Trabajo en las actividades de clase.				
8 Buen porte del uniforme.				
9 Cumplimiento para ingresar al aula de clase.				
10 Asistencia a las clases.				
11 Utilización de distractores en clase.				
12 Comportamiento durante las clases.				

Sume las notas y divida por 12. NOTA FINAL: _____

Hacerla con seriedad, responsabilidad, honestidad y objetividad.

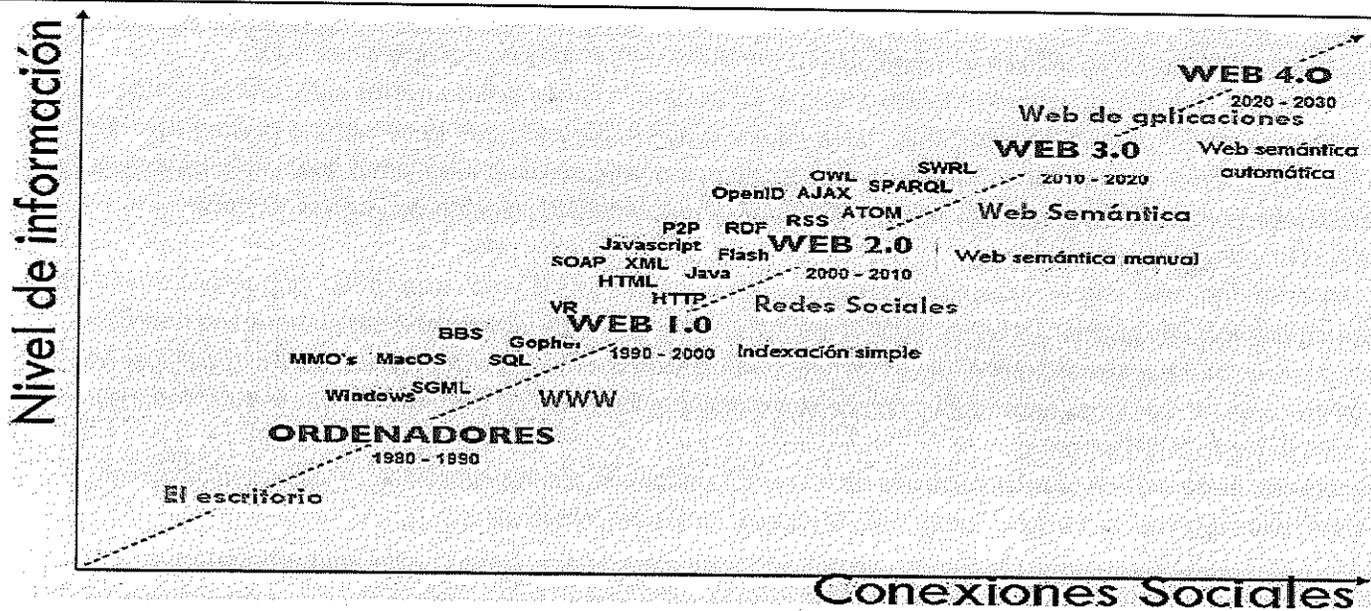


I.E. CIUDELA LAS AMÉRICAS
FICHA TEMÁTICA TECNOLOGÍA E INFORMÁTICA
GRADO 11° - PERÍODO 1
Docente Margarita Vasco Silva

ESTUDIANTE: _____ **GRUPO:** _____ **FECHA:** _____

INDICADOR: Utiliza adecuadamente las herramientas informáticas, para la búsqueda de información y la comunicación de ideas.
Reconoce la evolución que ha tenido la Web, a través del tiempo.

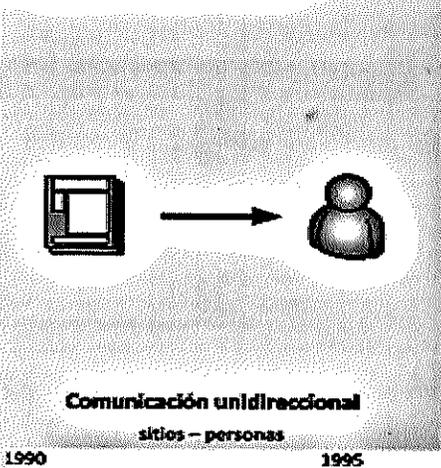
TEMA: Evolución de la web.



La evolución de la comunicación en la World Wide Web

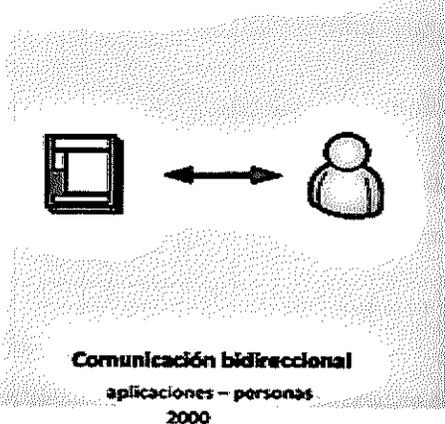
Primeros sitios web estáticos

Caracterizada por el contenido estático con el que las personas no pueden interactuar



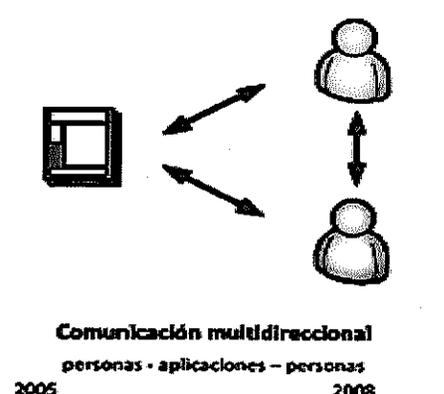
Primeras aplicaciones web estáticas

Caracterizada por el contenido privado que cambia en base a la interacción de una persona. La comunicación se da exclusivamente entre la aplicación y la persona



Aplicaciones web sociales

Caracterizada por el contenido dinámico público que cambia en base a las interacciones entre múltiples individuos. La comunicación no se da ya sólo entre la aplicación y la persona sino además, entre todas las personas que usan dicha aplicación



Basado y adaptado del gráfico de la p. 15 del libro de Joshua Porter: Designing for the Social Web

Fuente de información: <http://enriquetapia.net/la-web-semantica-o-3-0>

<http://www.tentandote.com/2010/02/09/la-evolucion-de-la-comunicacion-en-la-world-wide-web>

Actividad N° 3. (Práctica). Consulta y exposición.

Utilizando herramientas de búsqueda en internet y teniendo en cuenta las imágenes anteriores, consulte lo más relevante sobre la evolución de la web.

La consulta debe hacerse entre 3 compañeros, para luego preparar una exposición sobre ella, no mayor a 10 minutos.

Actividad N° 4. Conceptualización del tema

De acuerdo al tema principal, las explicaciones y exposiciones, responda el siguiente cuestionario:

1. ¿Cómo inicia la Web?
2. ¿Cuáles son las versiones de la web, con los nombres que se les ha asignado?
3. ¿Cuál es la diferencia más marcada entre el inicio de la web y la web actual?
4. ¿Por qué la web semántica recibe este nombre?
5. ¿Cuál fue el inicio de la Web 2.0?
6. ¿Cómo se visualiza la web en el futuro?

EVALUACIÓN DEL TEMA

1. Participación en las explicaciones.
2. Consultas.
3. Exposiciones y actividades en clase.
4. Evaluación escrita.



I.E. CIUDADELA LAS AMÉRICAS
FICHA TEMÁTICA TECNOLOGÍA E INFORMÁTICA
GRADO 11° - PERÍODO 1
Docente Margarita Vasco Silva

ESTUDIANTE:	GRUPO:	FECHA:				
INDICADORES: Identifica las herramientas de la Web 2.0 y la diferencia entre ellas. Participa en discusiones relacionadas con las aplicaciones e innovaciones tecnológicas; toma postura y argumenta sus intervenciones. Se interesa por mejorar sus conocimientos de una forma autodidacta.						
TEMA: Herramientas Web 2.0						
<p>Para compartir en la Web 2.0 se utilizan una serie de herramientas, entre las que se pueden destacar:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Blogs: Un blog es un espacio web personal en el que su autor (puede haber varios autores autorizados) puede escribir cronológicamente artículos, noticias...(con imágenes videos y enlaces), pero además es un espacio colaborativo donde los lectores también pueden escribir sus comentarios a cada uno de los artículos (entradas/post) que ha realizado el autor. La blogosfera es el conjunto de blogs que hay en internet. Como servicio para la creación de blogs se destacan Wordpress.com y Blogger.com 2. Wikis: En hawaiano "wiki" significa: rápido, informal. Una wiki es un espacio web corporativo, organizado mediante una estructura hipertextual de páginas (referenciadas en un menú lateral), donde varias personas elaboran contenidos de manera asíncrona. Basta pulsar el botón "editar" para acceder a los contenidos y modificarlos. Suelen mantener un archivo histórico de las versiones anteriores y facilitan la realización de copias de seguridad de los contenidos. Hay diversos servidores de wikis gratuitos. 3. Redes sociales: Sitios web donde cada usuario tiene una página donde publica contenidos y se comunica con otros usuarios. Ejemplos: Facebook, Twitter, Tuenti, Hi5, Myspace, instagram, entre otras. 4. Entornos para compartir recursos: Entornos que nos permiten almacenar recursos o contenidos en Internet, compartirlos y visualizarlos cuando nos convenga. Constituyen una inmensa fuente de recursos y lugares donde publicar materiales para su difusión mundial. Existen de diversos tipos, según el contenido que albergan o el uso que se les da: <ul style="list-style-type: none"> • Documentos: Google Drive y Office Web Apps (OneDrive), en los cuales podemos subir nuestros documentos, compartirlos y modificarlos. • Videos: Youtube, Vimeo, Dailymotion, Dalealplay. Contienen miles de vídeos subidos y compartidos por los usuarios. • Fotos: Picasa, Flickr, Instagram. Permiten disfrutar y compartir las fotos también tenemos la oportunidad de organizar las fotos con etiquetas, separándolas por grupos como si fueran álbumes, podemos seleccionar y guardar aparte las fotos que no queremos publicar. • Agregadores de noticias: Digg, Reddit, Menéame, Divoblogger... Noticias de cualquier medio son agregadas y votadas por los usuarios. • Almacenamiento online: Dropbox, Google Drive, SkyDrive • Presentaciones: Prezi, Slideshare. • Plataforma educativa. 						
<i>Fuente de información: http://es.wikipedia.org/wiki/Web_2.0</i>						
Actividad Nº 5. Actividad extra clase. Después de una explicación básica sobre el tema, por parte del docente, y de la lectura del tema, profundice más sobre él a través de otras lecturas y haciendo comparaciones entre las diferentes herramientas web. Después de la lectura se planteará, en clase, una discusión sobre diferentes aspectos, en la cual cada estudiante debe participar.						
Actividad Nº 6. Conceptualización del tema. Para cada una de las 4 herramientas nombradas en el tema principal, describa lo siguiente: <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 25%;">a. ¿Qué es?</td> <td style="width: 25%;">b. 3 Características especiales.</td> <td style="width: 25%;">c. Diferencias con las demás.</td> <td style="width: 25%;">d. 3 Ejemplos</td> </tr> </table>			a. ¿Qué es?	b. 3 Características especiales.	c. Diferencias con las demás.	d. 3 Ejemplos
a. ¿Qué es?	b. 3 Características especiales.	c. Diferencias con las demás.	d. 3 Ejemplos			
EVALUACIÓN DEL TEMA 1. Participación en las explicaciones. 2. Trabajo extraclase. 3. Trabajo en clase. 4. Evaluación escrita.						
NOTAS IMPORTANTES:						



I.E. CIUDADELA LAS AMÉRICAS
FICHA TEMÁTICA TECNOLOGÍA E INFORMÁTICA
GRADO 11° - PERÍODO 2
Docente Margarita Vasco Silva



ESTUDIANTE:	GRUPO:	FECHA:
INDICADORES: - Conoce terminología de la Web 2.0. (C) - Agrupa las TIC de acuerdo a sus redes, terminales y servicios. (P)		
TEMA: La web 2.0 y la agrupación de las TIC's		
<p>A nadie sorprende estar informado minuto a minuto, comunicarse con personas del otro lado del planeta, ver el video de una canción o trabajar en equipo sin estar en un mismo sitio. Las tecnologías de la información y comunicación se han convertido, a una gran velocidad, en parte importante de nuestras vidas. Este concepto que también se llama sociedad de la información se debe principalmente a un invento que apareció en 1969: Internet. Internet se gestó como parte de la Red de la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada (ARPANET), creada por el Departamento de Defensa de Estados Unidos y se diseñó para comunicar los diferentes organismos del país. Sus principios básicos eran: ser una red descentralizada con múltiples caminos entre dos puntos y que los mensajes estuvieran divididos en partes que serían enviadas por caminos diferentes. La presencia de diversas universidades e institutos en el desarrollo del proyecto hizo que se fueran encontrando más posibilidades de intercambiar información. Posteriormente se crearon los correos electrónicos, los servicios de mensajería y las páginas web. Pero no es hasta mediados de la década de los noventa -en una etapa en que ya había dejado de ser un proyecto militar- cuando se da la verdadera explosión de Internet. Y a su alrededor todo lo que conocemos como Tecnologías de la información y comunicación.</p> <p>El desarrollo de Internet ha significado que la información esté ahora en muchos sitios. Antes la información estaba concentrada, la transmitía la familia, los maestros, los libros. La escuela y la universidad eran los ámbitos que concentraban el conocimiento. Hoy se han roto estas barreras y con Internet hay más acceso a la información. El principal problema es la calidad de esta información. También se ha agilizado el contacto entre personas con fines sociales y de negocios. No hace falta desplazarse para cerrar negocios en diferentes ciudades del mundo o para realizar transacciones en cualquier lugar con un sencillo clic. Muchos políticos tienen su blog o videos en YouTube, dejando claro que las TIC en cuarenta años -especialmente los últimos diez (2000-2010)- han modificado muchos aspectos de la vida.</p> <p>En parte, estas nuevas tecnologías son inmateriales, ya que la materia principal es la información; permiten la interconexión y la interactividad; son instantáneas; tienen elevados parámetros de imagen y sonido. Al mismo tiempo las nuevas tecnologías suponen la aparición de nuevos códigos y lenguajes, la especialización progresiva de los contenidos sobre la base de la cuota de pantalla (diferenciándose de la cultura de masas) y dando lugar a la realización de múltiples actividades en poco tiempo.</p> <p>Las TIC conforman el conjunto de recursos necesarios para manipular la información: los ordenadores, los programas informáticos y las redes necesarias para convertirla, almacenarla, administrarla, transmitirla y encontrarla. Se pueden agrupar las TIC según: Las redes, los terminales y los servicios.</p>		
1. LAS REDES		
Actúan como la infraestructura que permite el flujo de la información, es decir, son las encargadas de, algo así como, la interconexión entre las terminales y los servicios. Algunas de las diferentes redes, de acceso disponibles, actuales son:		
- Telefonía fija - Banda ancha - Telefonía móvil - Televisión - Hogar		
2. LOS TERMINALES		
Los terminales actúan como punto de acceso de los ciudadanos a la sociedad de la información y por eso son de suma importancia y son uno de los elementos que más han evolucionado y evolucionan: es continua la aparición de terminales que permiten aprovechar la digitalización de la información y la creciente disponibilidad de infraestructuras por intercambio de esta información digital. A esto han contribuido diversas novedades tecnológicas que han coincidido en el tiempo para favorecer un entorno propicio, ya que la innovación en terminales va unida a la innovación en servicios pues usualmente el terminal es el elemento que limita el acceso. Algunas de estas terminales son:		
- Computadores - Navegadores - Teléfonos móviles - Televisores - Reproductores portátiles - Consolas de juego		
3. LOS SERVICIOS		
Las tecnologías están siendo condicionadas por la evolución y la forma de acceder a los contenidos, servicios y aplicaciones, a medida que se extiende la banda ancha y los usuarios se adaptan, se producen unos cambios en los servicios. Algunos de ellos son:		
- Correo electrónico - Búsqueda de información - Banca online - Audio y música - Tv y cine - Video juegos - Comercio electrónico - Gobierno online - Educación - Salud - Servicios móviles - Comunidades virtuales		
<small>Fuente de Información: http://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%ADas_de_la_informaci%C3%B3n_y_la_comunicaci%C3%B3n</small>		
EVALUACIÓN DEL TEMA		
1. Participación en clase durante las explicaciones.	2. Actividades en clase.	3. Evaluación escrita.
NOTAS IMPORTANTES:		



I.E. CIUDADELA LAS AMÉRICAS
FICHA TEMÁTICA TECNOLOGÍA E INFORMÁTICA
GRADO 11° - PERÍODO 2
Docente Margarita Vasco Silva



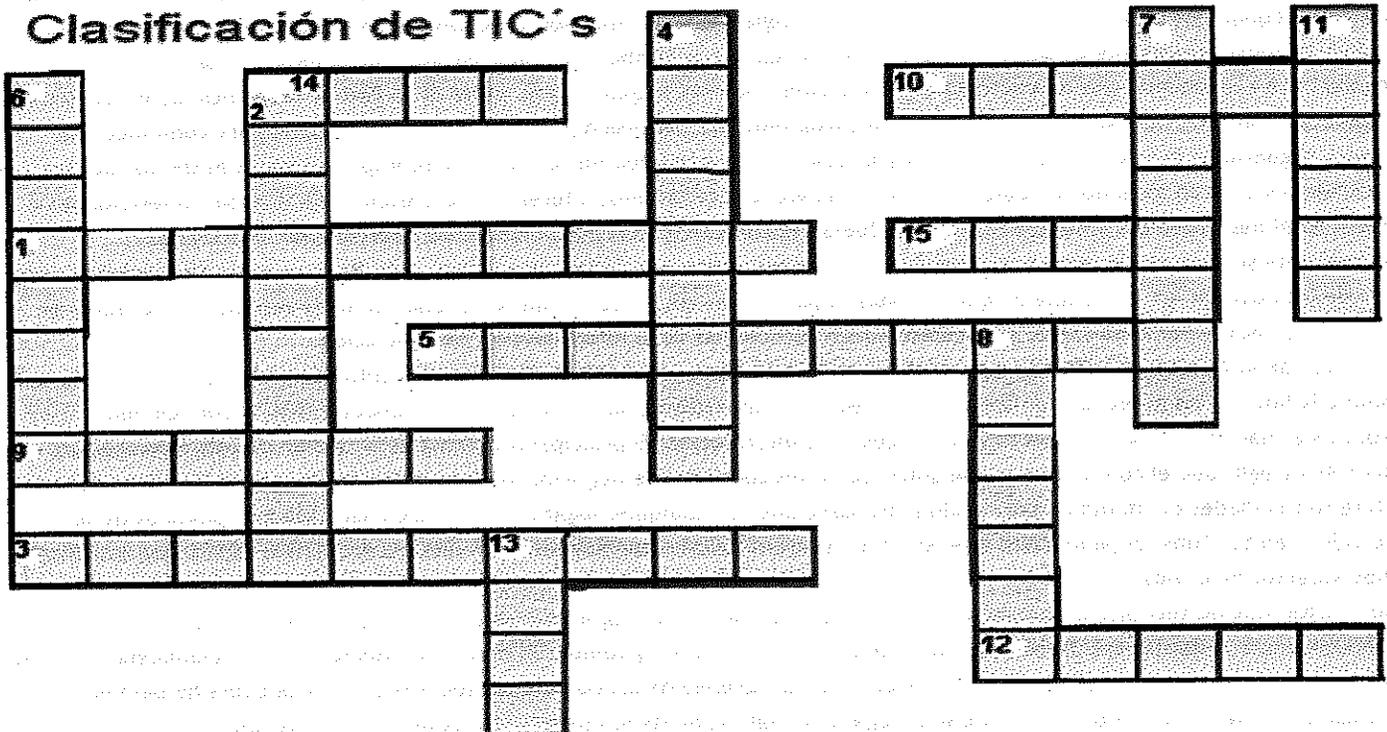
ESTUDIANTE: _____ GRUPO: _____ FECHA: _____

INDICADORES: - Agrupa las TIC de acuerdo a sus redes, terminales y servicios. (P)

TEMA: La agrupación de las TIC's.

Actividad N° 7. Crucigrama clasificación de las TIC's.

Clasificación de TIC's



- | | |
|--|---|
| 1. Servicio asociado a la consola de juego | 8. Terminal asociada a una llamada. |
| 2. Red asociada al televisor. (Vertical) | 9. Palabra en inglés para referir que el servicio está en Internet. |
| 3. Una de las características de las TIC's | 10. La terminal es el elemento que limita el... |
| 4. Terminal para visualizar la banca online | 11. Terminal para acceder al servicio de búsqueda en Internet. |
| 5. Una tecnología (Red) para ingresar a internet | 12. Encargadas de la interconexión entre las terminales y los servicios |
| 6. Facebook está clasificado en un TIC de... | 13. Una terminal para reproducir música. |
| 7. Punto de acceso a la información. | 14. Se clasifican en redes, terminales y servicios. (Horizontal) |
| 8. Terminal asociada a una llamada. | 15. Una red de conexión en el colegio. |

Actividad N° 8. Agrupación de las TIC's

Agrupe cada elemento de las TIC's, escribiendo en el cuadro, a cuál de las tres clasificaciones pertenece.

AGRUPACIÓN DE LAS TIC'S

20. Gobierno online	13. Reproductor portátil	8. Banca Online	12. Televisor
15. Consola de juego	2. Correo electrónico	1. Telefonía fija	6. Navegador
9. Hogar	5. Búsqueda en Internet	18. Teléfono	16. Wifi
19. Telefonía móvil	11. Tv y cine	17. Comunidades virtuales	3. Televisión
7. Banda ancha	4. Computador	14. Comercio electrónico	10. Celular

NOTAS IMPORTANTES:



I.E. CIUDELA LAS AMÉRICAS
FICHA TEMÁTICA TECNOLOGÍA E INFORMÁTICA
GRADO 11° - PERÍODO 3
Docente Margarita Vasco Silva

ESTUDIANTE: _____ **GRUPO:** _____ **FECHA:** _____

INDICADORES: - Describe las diferentes agrupaciones de las TIC. (C)

- Elabora material multimedia y lo publica en Internet, reconociendo su aporte a la Web 2.0. (P)

- Respeta la propiedad intelectual en temas como desarrollo y utilización de la tecnología. (A)

TEMAS: Agrupación de las TIC's, elaboración y publicación multimedia.

El término multimedia se utiliza para referirse a cualquier objeto o sistema que utiliza múltiples medios de expresión físicos o digitales para presentar o comunicar información. De allí la expresión multimédios. Los medios pueden ser variados, desde texto e imágenes, hasta animación, sonido, video, etc. También se puede calificar como multimedia a los medios electrónicos u otros medios que permiten almacenar y presentar contenido multimedia.

Se habla de multimedia interactiva cuando el usuario tiene libre control sobre la presentación de los contenidos, acerca de qué es lo que desea ver y cuándo; a diferencia de una presentación lineal, en la que es forzado a visualizar contenido en un orden predeterminado.

Multimedia: es una tecnología que permite integrar texto, números, gráficos, imágenes fijas o en movimiento, sonidos alto nivel de interactividad y además, las posibilidades de navegación a lo largo de diferentes documentos.

Tipos de información multimedia:

- Texto: sin formatear, formateado, lineal e hipertexto.
- Gráficos: utilizados para representar esquemas, planos, dibujos lineales...
- Imágenes: son documentos formados por píxeles. Pueden generarse por copia del entorno (escaneado, fotografía digital) y tienden a ser ficheros muy voluminosos.
- Animación: presentación de un número de gráficos por segundo que genera en el observador la sensación de movimiento.
- Vídeo: Presentación de un número de imágenes por segundo, que crean en el observador la sensación de movimiento. Pueden ser sintetizadas o captadas.
- Sonido: puede ser habla, música u otros sonidos.

Ventajas de la multimedia: presentación atractiva e impactante, participación de forma activa, información adaptada, diferentes plataformas y la posibilidad de uso de varios idiomas.

Hipermedia podría considerarse como una forma especial de multimedia interactiva que emplea estructuras de navegación más complejas que aumentan el control del usuario sobre el flujo de la información. El término "hiper" se refiere a "navegación", de allí los conceptos de "hipertexto" (navegación entre textos) e "hipermedia" (navegación entre medios).

El concepto de multimedia es tan antiguo como la comunicación humana ya que al expresarnos en una charla normal hablamos (sonido), escribimos (texto), observamos a nuestro interlocutor (video) y accionamos con gestos y movimientos de las manos (animación). Con el auge de las aplicaciones multimedia para computador este vocablo entró a formar parte del lenguaje habitual.

Multimedia es una combinación de formas de contenido:		
		
Texto.	Audio	Imagen
		
Animación	Vídeo	Interactividad

Cuando un programa de computador, un documento o una presentación combina adecuadamente los medios, se mejora notablemente la atención, la comprensión y el aprendizaje, ya que se acercará algo más a la manera habitual en que los seres humanos nos comunicamos, cuando empleamos varios sentidos para comprender un mismo objeto e informarnos sobre él.

Fuente de información: <https://es.wikipedia.org/wiki/Multimedia>

Actividad N° 13. Descripción de agrupación de las TIC's

1. En equipos de tres compañeros realice una discusión de acuerdo al tema, luego hacen una descripción por escrito de la forma como se agrupan las TIC's y cuáles son los diferentes dispositivos, sistemas, herramientas o procedimientos, que se encuentran dentro de cada una de las agrupaciones.
2. Después de la discusión elija un dispositivo, con su red y servicio, para realizar una maqueta, con la cual exponer el tema.

Actividad N° 14. Entrevista en video.

Teniendo en cuenta la entrevista realizada en la Actividad N° 15 de emprendimiento, haga lo siguiente:

1. Edite y suba el video a Youtube, utilizando la cuenta de Gmail. (No olvide la propiedad intelectual)
2. Después de tener el video en internet, publíquelo en el blog que realizó para documentar el servicio.

EVALUACIÓN DEL TEMA

1. Trabajo y actividades en clase. 2. Exposición. 3. Elaboración de contenidos. 4. Actividades extraclase.

NOTAS IMPORTANTES:



I.E. CIUDADELA LAS AMÉRICAS
FICHA TEMÁTICA TECNOLOGÍA E INFORMÁTICA
GRADO 11° - PERÍODO 3
Docente Margarita Vasco Silva

ESTUDIANTE:	GRUPO:	FECHA:
INDICADORES: - Describe las diferentes agrupaciones de las TIC. (C) - Elabora material multimedia y lo publica en Internet, reconociendo su aporte a la Web 2.0. (P) - Respeta la propiedad intelectual en temas como desarrollo y utilización de la tecnología. (A)		
TEMAS: Elaboración y publicación multimedia, la propiedad intelectual.		
LA PROPIEDAD INTELECTUAL La propiedad intelectual se refiere a toda creación de la mente humana. Los derechos de propiedad intelectual protegen los intereses de los creadores al ofrecerles prerrogativas en relación con sus creaciones. La propiedad intelectual tiene que ver con las creaciones de la mente: los inventos, las obras literarias y artísticas, los símbolos, los nombres, las imágenes, los dibujos y modelos utilizados en el comercio. Los derechos relacionados con el derecho de autor son los derechos de los artistas intérpretes y ejecutantes sobre sus interpretaciones y ejecuciones, los derechos de los productores de fonogramas sobre sus grabaciones y los derechos de los organismos de radiodifusión sobre sus programas de radio y de televisión. La propiedad intelectual incluye dos categorías: 1. PROPIEDAD INDUSTRIAL Las invenciones, patentes, marcas, dibujos y modelos industriales e indicaciones geográficas de procedencia; es el derecho exclusivo que otorga el Estado para usar o explotar en forma industrial y comercial las invenciones o innovaciones de aplicación industrial o indicaciones comerciales que realizan individuos o empresas para distinguir sus productos o servicios ante la clientela en el mercado. Esta incluye las invenciones, marcas, patentes, los esquemas de trazado de circuitos integrados, los nombres y designaciones comerciales, dibujos y modelos industriales, así como indicaciones geográficas de origen, a lo que viene a añadirse la protección contra la competencia desleal. 2. DERECHOS DE AUTOR Que abarca las obras literarias y artísticas, tales como las novelas, los poemas y las obras de teatro, las películas, las obras musicales, las obras de arte, como los dibujos, pinturas, fotografías y esculturas, y los diseños arquitectónicos. Se aplica a las creaciones artísticas como los poemas, las novelas, las obras musicales, las pinturas, las obras cinematográficas y los programas de ordenador. En inglés, a diferencia de los demás idiomas europeos, el derecho de autor se conoce con el nombre de "copyright". El término copyright tiene que ver con actos fundamentales que, en lo que respecta a creaciones literarias y artísticas, solo pueden ser efectuados por el autor o con su autorización. Se trata, concretamente, de la realización de copias de las obras literarias y artísticas, como los libros, las pinturas, las esculturas, las fotografías y las obras cinematográficas. Mientras, la expresión derecho de autor remite a la persona creadora de la obra artística, a su autor, subrayando así el hecho que se reconoce en la mayor parte de las leyes, en el sentido de que el autor goza de derechos específicos en relación con su creación, como el derecho a impedir la reproducción deformada de la misma, prerrogativa que solo a él le pertenece, mientras que existen otros derechos, como el derecho a efectuar copias, del que pueden gozar terceros, por ejemplo, todo editor que haya obtenido una licencia del autor con ese fin. PROPIEDAD INTELECTUAL EN COLOMBIA La protección que la ley colombiana otorga al Derecho de Autor se realiza sobre todas las formas en que se puede expresar las ideas, no requiere ningún registro y perdura durante toda la vida del autor, más 80 años después de su muerte, después de lo cual pasa a ser de dominio público. El registro de la obra ante la Dirección Nacional de Derechos de autor solo tiene como finalidad brindar mayor seguridad a los titulares del derecho. <p style="text-align: right; font-size: small;">Fuente de información: https://es.wikipedia.org/wiki/Propiedad_intelectual</p>		
Actividad N° 15. Elaboración y publicación de Avatar Teniendo en cuenta las ventajas de los elementos publicitarios, sus conocimientos y las actividades realizadas anteriormente con el servicio trabajado en Emprendimiento, realice lo siguiente: 1. Crear un avatar, relacionado con su servicio, en el cual se incluya el nombre de su producto, el slogan y de ser posible el logotipo. (No olvide los términos de propiedad intelectual) 2. Publique el avatar en el blog elaborado para su servicio.		
Actividad N° 16. Vídeo de comercial. Utilizando los conocimientos adquiridos sobre la tecnología multimedial y la propiedad intelectual, edite el comercial hecho en la Actividad N° 17 de emprendimiento y tenga en cuenta lo siguiente: 1. Grabe el video con un dispositivo, del cual sea fácil extraerlo fácil y convertirlo de ser necesario. 2. Utilice un editor de video para organizarlo con los elementos acordados con el docente. (Recomendado Movie Maker) 3. Subir el vídeo en su canal de Youtube. (No olvide los términos de propiedad intelectual) 4. Publicar el video en el blog elaborado para emprendimiento.		
NOTAS IMPORTANTES: 		



I.E. CIUDADELA LAS AMÉRICAS
FICHA TEMÁTICA TECNOLOGÍA E INFORMÁTICA
GRADO 11° - PERÍODO 4
Docente Margarita Vasco Silva

CIUDADELA LAS AMÉRICAS

ESTUDIANTE:	GRUPO:	FECHA:
<p>INDICADORES: Conoce herramientas en la web que permiten mejorar la comercialización de un bien o servicio.(C)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reconoce su responsabilidad social cuando publica información en Internet. (P) - Respeta la propiedad intelectual en temas como desarrollo y utilización de la tecnología. (A) - Se interesa por mejorar sus conocimientos de una forma autodidacta. (A) - Aprovecha sanamente las Tecnologías de Información y Comunicación. (A) 		
<p>TEMAS: Autodidactismo, Tecnologías de Información y Comunicación y la Propiedad Intelectual</p>		
<p>Durante este período se pondrán en práctica conceptos y diferentes temas tratados durante el año, aplicándolos al trabajo que se realice tanto en la asignatura de tecnología e informática, como en la de emprendimiento.</p>		
AUTODIDACTISMO		
<p>El término autoaprendizaje estrictamente hace referencia a aprender uno mismo en un acto auto reflexivo, de la misma manera en que automóvil es el que se mueve a sí mismo, y autodidacta es quien se enseña a sí mismo.</p>		
<p>Busca que el estudiante se responsabilice de su propio trabajo y dependa en lo mínimo, o de nadie, para realizarlo. Así consigue desarrollar habilidades que, en el futuro, le permitan desenvolverse ante cualquier situación o problema que pueda encontrarse a lo largo de su vida.</p>		
HERRAMIENTAS EN LÍNEA		
<p>No es una exageración afirmar que hay ciento de aplicaciones educativas por ahí por la red, para todos los gustos y de todos los colores, por lo que es difícil tratar de recogerlas todas en un listado. Sin embargo, se pueden mencionar algunas de ellas:</p>		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Dropbox: Un disco duro virtual con varios GB gratuitos y al que se accede desde casi cualquier dispositivo. 2. Google Drive: La evolución de Google Docs, múltiples herramientas de creación de documentos y es un considerable espacio virtual gratuito. 3. CloudMagic: App multidispositivo para buscar información simultáneamente en Gmail, Twitter, Facebook, Evernote y muchos otros servicios. 4. Jumpshare: Para compartir documentos en segundos y permitir su visualización online, además de su descarga. Quedan disponibles en la nube durante dos semanas. 5. Weebly: Una herramienta para crear sitios web que destaca por su cómodo editor visual y su bajo costo, empezando por un cómodo plan gratuito. 6. Issuu: También para compartir documentos pero principalmente aquellos cuya importancia radica en su contenido gráfico ya que su especialidad son las opciones de visualización. 7. ePubBud: Un espacio para crear ebooks y publicarlos. También sirve para buscar ejemplares. 8. Infogr.am: Para crear coloridas infografías interactivas, con brillantes herramientas para ingresar y tratar datos gráficamente incluyendo una minihoja de cálculo desplegable. 9. Text2MindMap: Una herramienta para crear mapas mentales. 10. EdCanvas: Para crear y compartir las lecciones de las clases en formato digital. 11. TubeBox: Para bajar videos de YouTube, Vimeo, DailyMotion, etc. 12. ClassDojo: Para la gestión de informes respecto al comportamiento de los estudiantes, bastante útil para compartir con los padres de familia. 13. Animoto: Herramienta para crear videos online a partir de material multimedia (fotos, videos, texto, etc.) almacenado localmente o simplemente usando el disponible en la red. 14. Todaysmeet: Una rápida opción para crear salas de chat. 15. Slideshare: Crear y compartir presentaciones con diapositivas desde un canal personal. 16. Voki: Para crear un avatar parlante que acompañe las lecciones multimedia. 17. Screen Capture by Google (Google Chrome) y Screenshot (Mozilla Firefox): Extensiones para tomar capturas de pantalla, guardarlas y/o compartirlas vía redes sociales. 18. RecordMP3: Para grabar y compartir audio en mp3. 19. Prezi: Editor para presentaciones con herramientas interactivas. 20. Picmonkey: Un fascinante editor de imágenes online. 21. Loopster: Otro muy sencillo editor de video online. 22. PlanBoard: Para planear eficientemente las lecciones. 23. Scoop.it y Paper.li: Herramientas de curación de contenidos web. 24. Socrative: Juegos, tareas y exposiciones interactivas entre dispositivos. 25. Join.me: Una herramienta para compartir pantalla y trabajar en equipo. 26. Zamzar: Un potente convertidor de archivos, imágenes, videos, música, ebooks, etc. 27. Poll Everywhere: Crear rápidas encuestas con votaciones instantáneas vía Twitter, SMS y más. 28. Gnowledge: Un espacio para crear y compartir pruebas tipo test y ejercicios. 29. Udemy: Para crear cursos en línea mediante eficientes herramientas de gestión de contenidos. 		

- Fliker
 - site 123
 - square space
 - you are
 - Box
 - Dolnk
 - weeb toon
 - watt pad
 - white board fox
 - Discard



I.E. CIUDADELA LAS AMÉRICAS
FICHA TEMÁTICA TECNOLOGÍA E INFORMÁTICA
GRADO 11° - PERÍODO 4
Docente Margarita Vasco Silva



ESTUDIANTE:	GRUPO:	FECHA:
--------------------	---------------	---------------

TEMAS: Elaboración y publicación multimedia, la propiedad intelectual.

30. TED: Miles de conferencias en video, sobre centenares de áreas del conocimiento, por expertos mundiales.

31. Wolfram Alpha: Todo el conocimiento mundial tras un pequeño cajón de búsqueda. Una de las muchas cosas que hace es resolver todo tipo de ejercicios matemáticos.

32. Olesur: Para crear PDF's con problemas de matemáticas, fichas de lectoescritura, actividades de refuerzo y caligrafía, y más recursos didácticos para imprimir.

33. Wiggio: Una de las muchas potentes herramientas para los trabajos en grupo, con listas de tareas, calendario, encuestas, perfiles y varias funciones de interacción.

34. Khan Academy: Miles de clases, de altísima calidad, en video sobre diferentes campos del conocimiento ofrecidas por maestros de todo el mundo.

35. Canvas: También para la gestión de cursos, totalmente online (sin instalación en servidor propio), mucho más elegante y más fácil de utilizar.

36. Google Calendar: Para la gestión del tiempo y las tareas, aunque también es muy útil específicamente para crear calendarios.

Fuente de información: <http://www.whatsnew.com/2012/11/12/50-mejores-herramientas-online-para-profesores/>

Actividad N° 17. Uso de las TIC's de forma autodidacta.

Realice una búsqueda en internet de nuevas herramientas en línea, para mejorar la presentación de su blog de emprendimiento.

Elabore un elemento en una de las herramientas en línea, encontradas. (Puede hacerlo con una de las recomendadas en la Ficha Temática del Período 4)

Actividad N° 18. Conceptos sobre blogs y las TIC's

Con la asesoría del Docente elabore un crucigrama, a través de la herramienta en línea "Educaplay".

Tenga en cuenta para esta actividad, utilizar los conceptos relacionados con la creación de blogs y las TIC's, trabajados durante el año.

Actividad N° 19. Trabajo práctico con el blog y las TIC's

Después de haber elaborado en línea los elementos de las actividades N° 17 y N° 18, insertarlos en el blog de emprendimiento.

Actividad N° 20. Uso de las TIC's

1. Tomar fotografías o videos relacionados con el producto de emprendimiento,
2. Insertar este material en el blog.

Actividad N° 21. Uso de las TIC's de forma autodidacta.

Utilizando alguna de las herramientas en línea encontradas en la búsqueda de la actividad N° 17, o las recomendadas en el tema de las fichas, elabore un elemento publicitario, para el servicio de emprendimiento.

Actividad N° 22. Blog terminado.

Se revisará el blog realizado durante los últimos tres periodos, el cual debe contener todos los elementos y la información indicada, a través de cada una de las actividades trabajadas en el año.

EVALUACIÓN DEL TEMA

1. Trabajo en clase.
2. Elaboración de contenidos.
3. Actividades extraclase.

NOTAS IMPORTANTES:



I.E. CIUDADELA LAS AMÉRICAS
FICHA DE ACTIVIDADES TECNOLOGÍA E INFORMÁTICA
GRADO 11° - PERÍODO ____
Docente Margarita Vasco Silva

ESTUDIANTE:

TEMA:

GRUPO:

FECHA:

INDICADOR:

Actividad N°

OBSERVACIONES:

FIRMA DE TRABAJO

NOTA:



INSTITUCIÓN EDUCATIVA CIUDELA LAS AMÉRICAS
EMPRENDIMIENTO
INDICADORES DE LOGRO
GRADO 11°

PRIMER PERÍODO

CONCEPTUALES

- Comprende el significado de comercializar.

PROCEDIMENTALES

- Identifica y tiene en cuenta los aspectos importantes en la comercialización de un producto o servicio.

ACTITUDINALES

- Comprende la importancia del trabajo en equipo, en la comercialización de un producto.

SEGUNDO PERÍODO

CONCEPTUALES

- Identifica las características y propiedades de un producto o servicio.

PROCEDIMENTALES

- Presenta un producto o servicio, teniendo en cuenta sus características y propiedades.

ACTITUDINALES

- Fortalece las actitudes que permiten el trabajo en equipo.

TERCER PERÍODO

CONCEPTUALES

- Comprende qué es el mercado y los clientes.

PROCEDIMENTALES

- Establece el mercado y los clientes de acuerdo al producto que vende o servicio que presta.

ACTITUDINALES

- Utiliza principios básicos de venta, con el fin de obtener beneficios en la comercialización.

CUARTO PERIODO

CONCEPTUALES

- Comprende el concepto de competencia.

PROCEDIMENTALES

- Comercializa un producto o servicio, aplicando los conocimientos adquiridos.

ACTITUDINALES

- Valora las fortalezas de los compañeros para obtener mejores resultados como equipo de trabajo.

ESTUDIANTE: _____ **GRADO:** _____



I.E. CIUDADELA LAS AMÉRICAS
ÁREA TECNOLOGÍA, INFORMÁTICA Y EMPRENDIMIENTO
AUTOEVALUACIÓN 2.0
DOCENTE MARGARITA VASCO S.

ESTUDIANTE: _____ GRADO: _____ ASIGNATURA: Emprendimiento

ASPECTO A EVALUAR	NOTA PERIODO 1	NOTA PERIODO 2	NOTA PERIODO 3	NOTA PERIODO 4
1 Llamados de atención verbales.				
2 Observaciones por escrito.				
3 Participación en clase.				
4 Trabajo en equipo.				
5 Respeto por compañeros y docente.				
6 Cumplimiento con actividades extracase.				
7 Trabajo en las actividades de clase.				
8 Buen porte del uniforme.				
9 Cumplimiento para ingresar al aula de clase.				
10 Asistencia a las clases.				
11 Utilización de distractores en clase.				
12 Comportamiento durante las clases.				

Sume las notas y divida por 12. NOTA FINAL:

Hacerla con seriedad, responsabilidad, honestidad y objetividad.



I.E. CIUDADELA LAS AMÉRICAS
FICHA TEMÁTICA EMPRENDIMIENTO
GRADO 11° - PERÍODO 1
Docente Margarita Vasco Silva

ESTUDIANTE:	GRUPO:	FECHA:
<p>INDICADOR: Comprende el significado de comercializar. Comprende la importancia del trabajo en equipo, en la comercialización de un producto. Identifica y tiene en cuenta los aspectos importantes en la comercialización de un producto o servicio.</p>		
<p>TEMA: Comercialización y trabajo en equipo.</p>		
<p>COMERCIALIZACIÓN "ES MUCHO MAS QUE VENDER O HACER PUBLICIDAD" Por comercialización se refiere al conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la venta de determinados productos, bienes o servicios, es decir, la comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean. Esto en términos generales, pero para aclarar más el concepto enumeraremos las cuestiones que entran en juego en el proceso de comercialización de un producto y que claro, ciertamente lo definen: el análisis de las necesidades que presentan las personas consumidoras del producto que se comercializará, prever que parte del amplio espectro de consumidores se pretenderá satisfacer, estimar cuantas personas adquirirán nuestro producto, cuántas los pueden estar haciendo en los próximos años, para así darnos una idea de la duración y el alcance que el mismo puede tener a largo plazo y cuántos productos pueden llegar a comprar, establecer cuándo querrán adquirirlo, calcular y tratar de hacerlo lo más fielmente posible, el precio que los consumidores de mi producto estarán dispuestos a pagar por él, escoger el mejor tipo de promoción para dar a conocer el producto y la que más alcance tenga y por último, analizar el tipo de competencia a la cual nos enfrentaremos, determinando, por ejemplo, el precio que pedirán por el mismo producto, la cantidad que producirán, el tipo, entre otras opciones.</p> <p>LOS 10 PRINCIPIOS BÁSICOS PARA SABER VENDER</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El cliente siempre compra más por el corazón que por la razón. Compramos aquello que queremos, no lo que necesitamos. La razón la utilizamos después, para justificar la compra. 2. Descubre y potencia las necesidades del cliente. Cuanto más sepas sobre el cliente y cómo razona, más seguro y tranquilo estarás. Averigua a través de un sondeo adecuado sus necesidades y sabrás cómo anticiparte a su forma de pensar. 3. Nunca el cliente compra un producto, compra la satisfacción que le causa a sus necesidades. No compramos los productos o servicios en sí, sino el placer que nos proporcionará tenerlos. ¿Qué beneficios puede disfrutar el cliente de tu producto? 4. El precio, pocas veces es decisivo para perder una venta. No confundas el precio con el valor de las cosas. Ayuda a entender esto a tu cliente argumentando siempre los beneficios de tu producto antes de dar el precio para que comprenda que vale lo que pides, y así, pueda valorarlo. 5. Vender es convencer, y no vencer al cliente. La venta persuasiva se trata de una negociación de ganar-ganar. En toda exposición de ventas siempre habrá un comprador, ya sea el vendedor o el cliente. Si el cliente compra, el vendedor cierra su producto y las dos partes ganan. Si el cliente no compra, entonces es el vendedor el que compra las razones del cliente para no comprar, y los dos pierden. 6. Tu cliente NO siempre tiene la razón, muéstrale otras alternativas. Es importante entender que enfrentarnos a las creencias de un cliente es peligroso, es más útil emplear la empatía y la asertividad. La asertividad consiste en mostrar a tu cliente que entiendes su razonamiento, pero no lo compartes. Y la empatía te permite comprender las necesidades del cliente según sus circunstancias para adaptarte a él. Una vez que entendemos esto, lo utilizamos para demostrar al cliente que comprendemos su punto de vista, y tan solo le mostramos otra posibilidad válida para que pueda aprovecharla. 7. El conocimiento total del producto te genera entusiasmo y seguridad. Para poder conseguir el estado de plenitud de facultades que permite transmitir ilusión al cliente para poderle persuadirle es necesario no solo conocer a fondo el producto o servicio que ofrecemos sino las frases o guiones adecuados para transmitirlo. De este modo, el cliente depositará en nosotros su confianza, que es la fase previa y necesaria para el cierre de una venta. 8. El único vendedor que teme a las preguntas es aquel que no conoce las respuestas. El cliente debe participar en la conversación de una manera activa, eso hace que se involucre y nos permite evaluar cuando podemos avanzar por las distintas fases de la venta con seguridad. En muchas ocasiones el vendedor avasalla a su cliente no dejándole participar o imponiendo su conversación y en otras ocasiones hace caso omiso de sus opiniones o preguntas. <p style="text-align: right; font-size: small;"><i>Fuente de información: http://www.mailxmail.com/curso-tecnicas-venta-saber-vender-1/10-principios-basicos-saber-vender https://pacorequena.wordpress.com/2011/08/31/los-10-principios-del-profesional-en-ventas/</i></p>		
NOTAS IMPORTANTES:		



I.E. CIUDADELA LAS AMÉRICAS
FICHA TEMÁTICA EMPRENDIMIENTO
GRADO 11° - PERÍODO 1
Docente Margarita Vasco Silva

ESTUDIANTE:	GRUPO:	FECHA:
<p>INDICADOR: Comprende el significado de comercializar. Comprende la importancia del trabajo en equipo, en la comercialización de un producto. Identifica y tiene en cuenta los aspectos importantes en la comercialización de un producto o servicio.</p>		
<p>TEMA: Comercialización y trabajo en equipo.</p>		
<p>9. Cuando no hay objeciones del cliente, la venta suele terminar en fracaso, rebatir objeciones es parte natural de la venta. El trabajo de un comercial comienza en el primer "no" del cliente. No tiene sentido la función del comercial si no es para poder gestionar y resolver de manera adecuada las distintas objeciones del cliente. Muchas de esas objeciones no son reales, son simplemente excusas para evitarnos por lo que tenemos que obviarlas y continuar. Otras nos indican problemas o inquietudes reales que debemos resolver de manera adecuada, y otras simplemente, falta de convencimiento o miedo a tomar una decisión equivocada, por lo que debemos transmitir la seguridad y confianza necesaria.</p> <p>10. Piensa que la acción de vender es una técnica, que debe aprenderse, no un arte innato del vendedor. Como cualquier habilidad, la venta requiere de técnicas y metodología. Toda profesión tiene un periodo de aprendizaje y entrenamiento y la venta al igual que un deportista o profesional requiere de una mentalidad adecuada, conocimientos, herramientas y aptitudes.</p>		
<p>Actividad Nº 1. INTRODUCTORIA</p> <p>A cada equipo de trabajo (4 estudiantes) se le entregará un objeto cualquiera del aula de clase, el equipo deberá observar muy bien las características del objeto.</p> <p>Después de la observación, deberán pensar en:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Darle otra utilidad diferente, sin que tenga nada que ver con la real. 2. Darle un nombre según su nueva utilidad. 3. La función que cumple cada una de las partes del objeto, según la nueva utilidad. 4. Cómo convencer a sus compañeros de la nueva utilidad del objeto, para que lo compren. 		
<p>Actividad Nº 2. Conceptualización</p> <p>Leer bien el tema principal y luego realizar dos mapas conceptuales:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sobre la definición (Primer párrafo) 2. Proceso de comercialización (Segundo Párrafo) <p>- Formar equipos de 4 compañeros para el trabajo y cada uno debe trabajar en su propia ficha.</p>		
<p>Actividad Nº 3. Conceptualización</p> <p>Cada equipo de trabajo (4 estudiantes) debe presentar un dulce pequeño el aula de clase, observar todas sus características, color, tamaño, sabores, empaque, etc.</p> <p>Después de la observación, deberán pensar en:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Beneficios. 2. El nombre. 3. La competencia. 4. Cómo convencer a sus compañeros para que compren el suyo y no el de la competencia. 		
<p>Actividad Nº 4. Práctica sobre el tema.</p> <p>Leer el tema principal y hacer preguntas sobre el tema en el momento de la explicación del mismo.</p> <p>Luego de hacer claridad sobre cada uno de los 10 puntos del tema, realizar un trabajo en equipo para comercializar, un producto que el equipo considere que podría cubrir las necesidades o expectativas de sus compañeros.</p>		
<p>Actividad Nº 5. Práctica sobre el tema.</p> <p>Después de hacer las correcciones necesarias sobre la primera práctica para comercializar el producto de la Actividad Nº4, trabajar en equipo, para esta vez comercializar un servicio asignado por el docente, con los mismas iniciativas del ejercicio anterior, convencer a los compañeros de comprarlo.</p>		
<p>EVALUACIÓN DEL TEMA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Participación en clase durante las explicaciones. 2. Debate en clase. 3. Actividades en clase. 4. Trabajo en equipo. 5. Evaluaciones escritas. 		
<p>NOTAS IMPORTANTES:</p>		



I.E. CIUDADELA LAS AMÉRICAS
FICHA TEMÁTICA EMPRENDIMIENTO
GRADO 11° - PERÍODO 2
Docente Margarita Vasco Silva

ESTUDIANTE:	GRUPO:	FECHA:
<p>INDICADORES: - Identifica las características y propiedades de un producto o servicio. - Presenta un producto o servicio, teniendo en cuenta sus características y propiedades. - Fortalece las actitudes que permiten el trabajo en equipo.</p>		
<p>TEMA: Características y propiedades de un producto o servicio.</p>		
<p>CALIDAD: "Conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confieren su aptitud para satisfacer unas necesidades explícitas".</p>		
<p>PRODUCTO: Conjunto de características y propiedades tangibles (forma, tamaño, color...) e intangibles (marca, imagen de la empresa, servicio...) que el comprador acepta en principio como algo que va a satisfacer sus necesidades.</p>		
<p>SERVICIO: Es un conjunto de actividades que buscan responder a las necesidades de un cliente. Los servicios incluyen una diversidad de actividades desempeñadas por un crecido número de funcionarios que trabajan para el estado (servicios públicos) o para empresas particulares (servicios privados); entre estos pueden señalarse los servicios de: electricidad, agua potable, aseo, teléfono, telégrafo, correo transporte, educación, cibercafés, sanidad y asistencia social. Se define un marco en donde las actividades se desarrollarán con la idea de fijar una expectativa en el resultado de éstas. Los proveedores de servicios componen el sector terciario de la industria.</p>		
<p>PROPIEDADES: Son aquellas cosas o elementos que son propias del producto o servicio. es decir, las que dicen o determinan que en realidad es un producto o servicio específico. Por ejemplo, una propiedad del pan es que está hecho con levadura.</p>		
<p>CARACTERÍSTICAS: Son aquellos factores que distinguen los productos o servicios de otros similares. Por ejemplo una característica de un pan puede ser que esté relleno de queso.</p>		
<p>PROPIEDADES Y CARACTERÍSTICAS DE UN SERVICIO: Estas características poseen los servicios y los distinguen de los productos:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Intangibilidad: esta es la característica más básica de los servicios, consiste en que estos no pueden verse, probarse, sentirse, oírse ni olerse antes de la compra. Esta característica dificulta una serie de acciones que pudieran ser deseables de hacer: los servicios no se pueden inventariar ni patentar, ser explicados o representados fácilmente, etc., o incluso medir su calidad antes de la prestación. b. Heterogeneidad (o variabilidad): dos servicios similares nunca serán idénticos o iguales. Esto por varios motivos: las entregas de un mismo servicio son realizadas por personas a personas, en momentos y lugares distintos. Cambiando uno solo de estos factores el servicio ya no es el mismo, incluso cambiando sólo el estado de ánimo de la persona que entrega o la que recibe el servicio. Por esto es necesario prestar atención a las personas que prestarán los servicios a nombre de la empresa. c. Inseparabilidad: en los servicios la producción y el consumo son parcial o totalmente simultáneos. A estas funciones muchas veces se puede agregar la función de venta. Esta inseparabilidad también se da con la persona que presta el servicio. d. Perecibilidad: los servicios no se pueden almacenar, por la simultaneidad entre producción y consumo. La principal consecuencia de esto es que un servicio no prestado, no se puede realizar en otro momento, por ejemplo un vuelo con un asiento vacío en un vuelo comercial. e. Ausencia de propiedad: los compradores de servicios adquieren un derecho a recibir una prestación, uso, acceso o arriendo de algo, pero no su propiedad. Después de la prestación solo existen como experiencias vividas. 		
<p>PROPIEDADES Y CARACTERÍSTICAS DE UN PRODUCTO: Los productos son susceptibles de un análisis de los atributos tangibles e intangibles que conforman lo que puede denominarse como su personalidad.</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Núcleo. Comprende aquellas propiedades físicas, químicas y técnicas del producto, que lo hacen apto para determinadas funciones y usos. b. Calidad. Valoración de los elementos que componen el núcleo, en razón de unos estándares que deben apreciar o medir las cualidades y permiten ser comparativos con la competencia. c. Precio. Costo último de adquisición. Este atributo ha adquirido un fuerte protagonismo en la comercialización actual de los productos y servicios. d. Envase. Elemento de protección del que está dotado el producto y que tiene, junto al diseño, un gran valor promocional y de imagen. e. Diseño, forma y tamaño. Permiten, en mayor o menor grado, la identificación del producto o la empresa y, generalmente, configuran la propia personalidad del mismo. f. Marca, nombres y expresiones gráficas. Facilitan la identificación del producto y permiten su recuerdo asociado a uno u otro atributo. Hoy en día es uno de los principales activos de las empresas. g. Servicio. Conjunto de valores añadidos a un producto que nos permite poder marcar las diferencias respecto a los demás; hoy en día es lo que más valora el mercado, de ahí su desarrollo a través del denominado marketing de percepciones. 		
<p><i>Fuente de información: http://es.wikipedia.org/wiki/ISO_8402 http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_%28econom%C3%ADa%29 Libro Gestión comercial y marketing, página 49.</i></p>		
<p>NOTAS IMPORTANTES:</p>		



I.E. CIUDADELA LAS AMÉRICAS
FICHA TEMÁTICA EMPRENDIMIENTO
GRADO 11° - PERÍODO 2
Docente Margarita Vasco Silva

ESTUDIANTE:	GRUPO:	FECHA:
<p>INDICADORES: - Identifica las características y propiedades de un producto o servicio. - Presenta un producto o servicio, teniendo en cuenta sus características y propiedades. - Fortalece las actitudes que permiten el trabajo en equipo.</p>		
<p>TEMA: Características y propiedades de un producto o servicio.</p>		
<p>h. Imagen del producto. Opinión global que se crea en la mente del consumidor según la información recibida, directa o indirectamente, sobre el producto.</p> <p>i. Imagen de la empresa. Opinión global arraigada en la memoria del mercado que interviene positiva o negativamente en los criterios y actitudes del consumidor hacia los productos. Una buena imagen de empresa avala, en principio, a los productos de nueva creación; así como una buena imagen de marca consolida a la empresa y al resto de los productos de la misma.</p> <p>Actividad N° 6. Elección del servicio o producto a comercializar. Teniendo en cuenta la explicación y descripción de las diferentes condiciones establecidas en clase, por parte del docente, presente, con su equipo de trabajo de emprendimiento, un servicio o producto, con el que pueda poner en práctica los conocimientos que adquiera durante el año, en el tema general de comercialización. Dicho servicio o producto debe cumplir con las siguientes características:</p> <p>A. VIABLE B. NOVEDOSO C. RESOLVER UNA NECESIDAD DEL ENTORNO (Casa, Colegio, barrio)</p> <p>Cada integrante del equipo trabaja en su ficha, al finalizar la clase, el docente firma el trabajo individual y solicita una ficha de trabajo, para calificar la actividad en equipo.</p> <p>Actividad N° 7. Exposición del tema de productos y servicios. Cada equipo de emprendimiento debe preparar una exposición, con un subtema de los productos y servicios, asignado por el docente. Para lo cual deben tener en cuenta el tema principal de las fichas y ampliarlo, buscando más información en Internet. Parte de la información podrán encontrarla en las siguientes direcciones.</p> <p>http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_%28econom%C3%ADa%29 http://es.wikipedia.org/wiki/Producto_%28marketing%29</p> <p>Actividad N° 8. Definición del producto o del servicio Cada integrante del equipo trabaja en su ficha, al finalizar la clase, el docente firma el trabajo individual y solicita una ficha de trabajo, para calificar la actividad en equipo.</p> <p>Teniendo en cuenta el servicio o el producto definido en la actividad N°6, establecer de él lo siguiente:</p> <p>1. Nombre creativo y llamativo. 2. Logotipo. 3. Slogan creativo y llamativo. 4. Características y propiedades. 5. Precio. 6. Valor. 7. Calidad.</p> <p>Actividad N° 9. Características y propiedades del producto o servicio. De acuerdo al servicio o producto definido en equipo, enumere y describa las características y propiedades que inicialmente identifique en él.</p> <p>Cada integrante del equipo trabaja en su ficha, al finalizar la clase, el docente firma el trabajo individual y solicita una ficha de trabajo, para calificar la actividad en equipo.</p> <p>Actividad N° 10. Presentación del producto o servicio (Logotipo y Slogan). Diseñar en cualquier material firme, puede ser cartón, el logotipo y slogan del servicio o producto. Esto con el fin de realizar la primera presentación del mismo ante los compañeros de clase.</p> <p>En esta actividad todos los integrantes del equipo deben participar.</p> <p>EVALUACIÓN DEL TEMA</p> <p>1. Participación en clase durante las explicaciones. 2. Actividades en clase. 3. Trabajo en equipo. 4. Evaluación escrita.</p> <p>NOTAS IMPORTANTES:</p>		



I.E. CIUADDELA LAS AMÉRICAS
FICHA TEMÁTICA EMPRENDIMIENTO
GRADO 11° - PERÍODO 3
Docente Margarita Vasco Silva

ESTUDIANTE:	GRUPO:	FECHA:
INDICADORES: - Comprende qué es el mercado y los clientes. (C) - Establece el mercado y los clientes de acuerdo al producto que vende o servicio que presta. (P)		
TEMA: El mercado y los clientes.		
EL MERCADO Es un contexto en donde se venden y se compran bienes y servicios, con el fin de satisfacer necesidades o deseos. Dicho contexto puede ser una plaza, supermercado, una tienda, un local, una oficina, un centro comercial, etc. Actualmente también se habla del mercado virtual, el cual se realiza a través de medios electrónicos como Internet. En el mercado hay dos tipos de personas: Los clientes, que necesitan un producto o servicio y que tienen el dinero para comprarlo; y los vendedores que ofrecen los productos o servicios.		
CLASIFICACIÓN DEL MERCADO Los mercados tienen diversas clasificaciones, de acuerdo a diferentes criterios:		
1. DE ACUERDO A LO QUE OFRECEN O VENDEN: <ol style="list-style-type: none"> a. M. Sector Primario: Bienes de la agricultura, ganadería, la pesca, la caza, la explotación forestal y minería. b. M. Sector Secundario: Productos procesados por industrias; calzado, automotores, vestuario, enlatados, etc. c. M. Sector Terciario: Servicios, financieros, educación, telecomunicaciones, entretenimiento, hospedaje, etc. d. M. Sector Cuaternario: tecnologías y laboratorios especializados, vinculados con desarrollo científico e innovación. 		
2. DE ACUERDO AL TIPO DE CLIENTES <ol style="list-style-type: none"> a. M. Consumidores: Los clientes compran para satisfacer sus necesidades personales o familiares. b. M. Intermediarios: Los clientes son personas o empresas que revenden bienes o servicios. c. M. Industrial: Los clientes compran materias primas para producir otros bienes. d. M. Gubernamental: Los clientes compran bienes o servicios para cumplir sus funciones públicas. 		
3. DE ACUERDO AL ENTORNO GEOGRÁFICO <ol style="list-style-type: none"> a. M. Nacionales: La compra y venta se lleva a cabo entro las ciudades, pueblos, regiones, de un país. b. M. Locales: La compra y venta se hace en las tiendas, supermercados o centros comunales. c. M. Internacionales: La compra y venta se lleva a cabo entre países. 		
LOS CLIENTES Un cliente es una persona que interviene o gasta una cantidad de dinero en la consecución de un bien o servicio. Estos bienes o servicios son ofrecidos por empresas o personas en un contexto determinado mercado. En general todas las personas son clientes, consumidores o usuarios de algo o de alguien, pues siempre compran o utilizan servicios.		
CLASIFICACIÓN DE LOS CLIENTES Los clientes tienen diversas clasificaciones, de acuerdo a diferentes criterios:		
1. DE ACUERDO A LA RELACIÓN QUE TIENEN CON LA EMPRESA <ol style="list-style-type: none"> a. C. Actuales: Los que compran en el hoy (presentes) b. C. Potenciales: Los que no son clientes pero pueden llegar a serlo por alguna razón. (futuros) 		2. DE ACUERDO A LA VIGENCIA DE LA COMPRA <ol style="list-style-type: none"> a. C. Activos: Los que compran en fechas recientes b. C. Inactivos: Los que han realizado compras en fechas lejanas.
3. DE ACUERDO A FRECUENCIA CON QUE COMPRAN <ol style="list-style-type: none"> a. C. Habituales: Los que compran de forma constante. b. C. Ocasionales: Los que compran pocas veces o solo una vez. 		
4. DE ACUERDO AL VOLUMEN DE COMPRAS <ol style="list-style-type: none"> a. C. Alto Volumen: Los que compran grandes cantidades. b. C. Promedio Volumen: Los que compran una cantidad promedio o considerable. c. C. Bajo Volumen: Los que compran poca cantidad. 		5. DE ACUERDO AL NIVEL DE SATISFACCIÓN <ol style="list-style-type: none"> a. C. Altamente satisfechos: Los que sienten que su compra cumple las expectativas o es más de lo esperado. b. C. Satisfechos: Los que sienten que su compra cumple justo con lo esperado. c. C. Insatisfechos: Los que sienten que su compra no cumple con las expectativas esperadas.
NOTA: Profundice los temas en la fuente de información, Libros "Educación para el Emprendimiento" Niveles B y D, páginas 7 a 11. Editorial norma.		
Actividad N° 11. Introducción al tema.		
En equipos de tres compañeros, responda las siguientes preguntas de acuerdo a sus conocimientos o percepción del tema:		
<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué es un cliente? 2. ¿Qué es el mercado? 3. ¿Cuál es la relación entre el mercado y el cliente? 4. ¿Cuáles mercados cree que existen? 5. ¿Cuál puede ser la diferencia entre comprar algo personalmente y comprarlo en internet? 		
Actividad N° 12. Exposición del tema.		
Siguiendo las indicaciones del docente prepare una exposición sobre el tema asignado.		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Lea todo el tema planteado en los dos libros "Educación para el Emprendimiento" (Editorial norma), Niveles B y D, en las páginas de la 7 a la 11. 2. Enfatique con su equipo en el sub tema asignado, por el docente, para la exposición; profundice y prepárela. 		



I.E. CIUDADELA LAS AMÉRICAS
FICHA TEMÁTICA EMPRENDIMIENTO
GRADO 11° - PERÍODO 3
Docente Margarita Vasco Silva

ESTUDIANTE:	GRUPO:	FECHA:						
INDICADORES: - Comprende qué es el mercado y los clientes. (C) - Establece el mercado y los clientes de acuerdo al producto que vende o servicio que presta. (P) - Utiliza principios básicos de venta, con el fin de obtener beneficios en la comercialización. (A)								
TEMA: El mercado, los clientes y los principios básicos de ventas.								
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE Es la capacidad que tiene una empresa o negocio para cumplir las EXPECTATIVAS de éste. Esta expectativa se mide por el conocimiento que el cliente tiene sobre el producto o el servicio y por la forma como utiliza o consume lo que compra. BENEFICIOS DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE Cuando un cliente está satisfecho con el producto o servicio que compró: <ol style="list-style-type: none"> 1. CREA FIDELIDAD: Es decir, permanencia y lealtad en la compra del producto o servicio. 2. ES UN AGENTE PUBLICITARIO: Divulga su satisfacción, es decir, es publicidad gratuita y beneficiosa. 3. AUMENTA EL VOLUMEN DE VENTAS: Es decir, la participación en el mercado. 								
ESTUDIAR EL MERCADO Es una investigación de las condiciones en las que se encuentra el mercado, donde se indaga a los clientes sobre lo que piensan con relación a diferentes aspectos relacionados con productos, servicios, sus gustos, preferencias, entre otros. Para esto se dispone de dos herramientas o técnicas: <ol style="list-style-type: none"> 1. EL SONDEO: Cuestionarios o entrevistas a los clientes para saber qué les gusta, qué no y qué quieren comprar. 2. ESTUDIO DEL MERCADO: Investigación que recopila, registra y analiza, datos y cifras del mercado y los clientes. 								
Actividad N° 13. Clasificación del producto o servicio. Con su equipo de trabajo, clasifique el producto o servicio, teniendo en cuenta el tema del mercado y los clientes: <ol style="list-style-type: none"> 1. Ubicar el producto o servicio dentro de las diferentes clasificaciones del mercado. 2. Establecer los clientes, de acuerdo a sus diferentes clasificaciones en el mercado. Cada integrante del equipo trabaja en su ficha, al finalizar la clase, el docente firma el trabajo individual y solicita una ficha de trabajo, para calificar la actividad en equipo.								
Actividad N° 14. Exposición del producto o servicio. Realice, con su equipo de trabajo, una exposición del producto o servicio, teniendo en cuenta lo siguiente: <ol style="list-style-type: none"> 1. La clasificación realizada en la actividad N° 13. 2. Aplicar los principios básicos de venta, estudiados en el primer período. 3. Utilizar los diferentes elementos publicitarios elaborados para el producto o servicio, en la Actividad N°8. 								
Actividad N° 15. Entrevista a clientes. Realice esta actividad teniendo en cuenta el producto o servicio que se está trabajando en emprendimiento: <ol style="list-style-type: none"> 1. Haga una entrevista a cinco posibles clientes del producto o servicio, con las siguientes preguntas: <ol style="list-style-type: none"> a. ¿Cree que en la comunidad hace falta un producto o servicio como este? ¿Por qué? b. ¿Cómo le parece nuestro producto o servicio? c. ¿Usted compraría este producto o servicio en un momento determinado? ¿Por qué? 2. Grabe la entrevista utilizando un dispositivo del que sea fácil extraer el video. 								
Actividad N° 16. Reconocimiento de los productos o servicios entre los clientes. Todos los logotipos, de los productos o servicios de cada uno de los equipos de emprendimiento, serán expuestos en el aula de clase frente a los compañeros. Para lo cual cada uno deberá responder las siguientes preguntas: <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%;">1. ¿Cuál es el nombre del producto o Servicio?</td> <td style="width: 50%;">2. Enuncie el producto o servicio que presta.</td> </tr> <tr> <td>3. ¿Qué significa el logotipo del producto o servicio?</td> <td>4. ¿Cuál es el Slogan del producto o servicio?</td> </tr> </table> IMPORTANTE: Mientras más recordación tenga el producto o servicio y sus elementos, entre los compañeros, más alta será la nota para los integrantes de cada equipo.			1. ¿Cuál es el nombre del producto o Servicio?	2. Enuncie el producto o servicio que presta.	3. ¿Qué significa el logotipo del producto o servicio?	4. ¿Cuál es el Slogan del producto o servicio?		
1. ¿Cuál es el nombre del producto o Servicio?	2. Enuncie el producto o servicio que presta.							
3. ¿Qué significa el logotipo del producto o servicio?	4. ¿Cuál es el Slogan del producto o servicio?							
Actividad N° 17. Comercial del producto o servicio. Teniendo en cuenta el mercado en el que está ubicado su producto o servicio, los posibles clientes y los principios básicos de comercialización, elabore un comercial para promocionarlo, teniendo en cuenta lo siguiente: <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%;">1. Deben participar todos los integrantes del equipo.</td> <td style="width: 50%;">2. Utilizar los elementos publicitarios.</td> </tr> <tr> <td>3. Presente el comercial en vivo a sus compañeros.</td> <td>4. Luego grabe el video con un dispositivo</td> </tr> </table> (No olvide los términos de propiedad intelectual)			1. Deben participar todos los integrantes del equipo.	2. Utilizar los elementos publicitarios.	3. Presente el comercial en vivo a sus compañeros.	4. Luego grabe el video con un dispositivo		
1. Deben participar todos los integrantes del equipo.	2. Utilizar los elementos publicitarios.							
3. Presente el comercial en vivo a sus compañeros.	4. Luego grabe el video con un dispositivo							
EVALUACIÓN DEL TEMA <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 33%;">1. Exposiciones.</td> <td style="width: 33%;">2. Actividades en clase.</td> <td style="width: 33%;">3. Trabajo en clase.</td> </tr> <tr> <td>4. Evaluación</td> <td>5. Trabajos extra clase.</td> <td>6. Trabajo en equipo.</td> </tr> </table>			1. Exposiciones.	2. Actividades en clase.	3. Trabajo en clase.	4. Evaluación	5. Trabajos extra clase.	6. Trabajo en equipo.
1. Exposiciones.	2. Actividades en clase.	3. Trabajo en clase.						
4. Evaluación	5. Trabajos extra clase.	6. Trabajo en equipo.						
NOTAS IMPORTANTES:								



I.E. CIUDADELA LAS AMÉRICAS
FICHA TEMÁTICA EMPRENDIMIENTO
GRADO 11° - PERÍODO 4
Docente Margarita Vasco Silva

ESTUDIANTE:	GRUPO:	FECHA:
INDICADORES: - Comprende el concepto de competencia. (C) - Comercializa un producto o servicio, aplicando los conocimientos adquiridos. (P) - Valora las fortalezas de los compañeros para obtener mejores resultados como equipo de trabajo. (A)		
TEMA: El mercado, los clientes y los principios básicos de ventas.		
Actividad N° 18. Introducción al tema		
Formar 4 equipos de estudiantes, a cada equipo se le asigna un producto. Realizar una exposición del producto asignado entre dos equipos, donde se enfrenten para establecer una competencia, de acuerdo a las indicaciones del docente. Entre los equipos que se enfrentan deben hacer la comparación entre las dos exposiciones y extraer los conceptos de sana competencia y competencia desleal.		
Actividad N° 19. Cuestionario introductorio sobre competencia		
Responder las siguientes preguntas de acuerdo a sus conocimientos y lo observado durante la actividad N° 18: 1. ¿Qué es competencia? 2. ¿Cuál es el objetivo de la competencia? 3. ¿Qué es sana competencia? 4. ¿Qué es competencia desleal? 5. De acuerdo a los servicios o productos ofrecidos por los demás equipos de compañeros, ¿cuál cree que sea su competencia directa? ¿Por qué? 6. ¿Cuál podría ser su competencia directa en el entorno de su barrio o ciudad?		
Actividad N° 20. Exposición del producto o servicio, competencia en el grupo.		
Teniendo en cuenta los conceptos de sana competencia y competencia desleal, realizar entre dos equipos de emprendimiento, la exposición del Producto o Servicio. Tenga en cuenta utilizar los elementos publicitarios realizados con anterioridad.		
Actividad N° 21. Exposición del servicio ante otros grupos.		
Teniendo en cuenta los conceptos de sana competencia y competencia desleal, realizar entre dos equipos de emprendimiento, la exposición del Producto o Servicio, ante compañeros de otros grupos. Tenga en cuenta utilizar los elementos publicitarios realizados con anterioridad.		
Actividad N° 22. Paralelo sobre competencia. (Evaluativa)		
Teniendo en cuenta las exposiciones y la explicación del tema, establecer un paralelo entre los conceptos de sana competencia y competencia desleal, de acuerdo a lo que cada una significa.		
Actividad N° 23. Exposición final del Producto o Servicio.		
Exposición final del producto o servicio, trabajado durante todo el año, por parte de cada equipo. En esta exposición ya se deben realizar una excelente presentación del producto o servicio, con los elementos publicitarios realizados durante todo el año y la prestación o venta del mismo, donde la comercialización sea para los compañeros del grado y algunos posibles invitados.		
EVALUACIÓN DEL TEMA		
1. Exposiciones grupales e individuales. 2. Actividades en clase. 3. Trabajo en clase. 4. Trabajo en equipo.		
NOTAS IMPORTANTES:		

