

	<p style="text-align: center;"><i>Institución Educativa Ciudadela las Américas</i></p> <p style="text-align: center;"><b>Margarita Vasco S.</b> Tecnología, Informática y Emprendimiento</p>	<p style="text-align: center;"><b>ACTIVIDAD VIRTUAL PRIMER PERIODO GRADO ONCE AÑO 2021</b></p>
--	--	--

## SEMANA 5 (Del 22 al 26 de Febrero)

**ES MUY IMPORTANTE HACER UNA BUENA LECTURA TANTO DE LAS INDICACIONES  
COMO DEL TEMA PARA QUE SE LE FACILITEN LAS ACTIVIDADES**

### ASIGNATURA: TECNOLOGÍA E INFORMÁTICA

#### **TEMA 1: Concepto de las TIC's**

El conjunto de recursos, procedimientos y técnicas usadas en el procesamiento, almacenamiento y transmisión de información, se ha matizado de la mano de las TIC, pues en la actualidad no basta con hablar de una computadora cuando se hace referencia al procesamiento de la información. Internet puede formar parte de ese procesamiento que, quizás, se realice de manera distribuida y remota. Y al hablar de procesamiento remoto, además de incorporar el concepto de telecomunicación, se puede estar haciendo referencia a un dispositivo muy distinto a lo que tradicionalmente se entiende por computadora pues podría llevarse a cabo, por ejemplo, con un teléfono móvil o una computadora ultra-portátil, con capacidad de operar en red mediante Comunicación inalámbrica y con cada vez más prestaciones, facilidades y rendimiento.

#### **Historia**

Se pueden considerar las tecnologías de la información y la comunicación como un concepto dinámico. Por ejemplo, a finales del siglo XIX el teléfono podría ser considerado una nueva tecnología según las definiciones actuales. Esta misma consideración podía aplicarse a la televisión cuando apareció y se popularizó en la década de los '50 del siglo pasado. Sin embargo, estas tecnologías hoy no se incluirían en una lista de las TIC y es muy posible que actualmente los ordenadores ya no puedan ser calificados como nuevas tecnologías. A pesar de esto, en un concepto amplio, se puede considerar que el teléfono, la televisión y el computador forman parte de lo que se llama TIC en tanto que tecnologías que favorecen la comunicación y el intercambio de información en el mundo actual.

Después de la invención de la escritura, los primeros pasos hacia una sociedad de la información estuvieron marcados por el telégrafo eléctrico, después el teléfono y la radiotelefonía, la televisión e Internet. La telefonía móvil y el GPS han asociado la imagen al texto y a la palabra «sin cables». Internet y la televisión son accesibles en el teléfono móvil, que es también una máquina de hacer fotos.

La asociación de la informática y las telecomunicaciones en la última década del siglo XX se ha beneficiado de la miniaturización de los componentes, permitiendo producir aparatos «multifunciones» a precios accesibles desde el año 2000.

El uso de las TIC no para de crecer y de extenderse, sobre todo en los países ricos, con el riesgo de acentuar localmente la brecha digital y social y la diferencia entre generaciones. Desde la agricultura de precisión y la gestión del bosque a la monitorización global del medio ambiente planetario o de la biodiversidad, a la democracia participativa (TIC al servicio del desarrollo sostenible) pasando por el comercio, la telemedicina, la información, la gestión de múltiples bases de datos, la bolsa, la robótica y los usos militares, sin olvidar la ayuda a los discapacitados (por ejemplo, ciegos que usan sintetizadores vocales avanzados), las TIC tienden a ocupar un lugar creciente en la vida humana y el funcionamiento de las sociedades.

Algunos temen también una pérdida de libertad individual y grupal (efecto «Gran Hermano», intrusismo creciente de la publicidad no deseada...). Los prospectivistas piensan que las TIC tendrían que tener un lugar creciente y podrían ser el origen de un nuevo paradigma de civilización.



### **Actividad Nº 1. INTRODUCCIÓN SOBRE LAS TIC´S**

**Fecha de entrega: 22 AL 26 DE FEBRERO**

**Indicador:** - Entiende el concepto de las TIC.

Responda las siguientes preguntas de acuerdo al tema principal y a sus conocimientos sobre él:

1. ¿Qué significa la sigla TIC´S?
2. ¿Qué son las TIC´S?
3. ¿Cuáles podrían ser herramientas de las TIC´S?
4. ¿Qué relación hay entre información y comunicación?
5. ¿Internet es una herramienta de las TIC´S? Sí o no, y explique su respuesta.

### **Actividad Nº 2. APLICACIÓN DE LOS CONOCIMIENTOS WEB**

**Fecha de entrega: 22 AL 26 DE FEBRERO**

**Indicador:** - Entiende el concepto de las TIC.

1. Teniendo en cuenta el Tema 1 sobre las TIC, realice un análisis sobre las TIC´S en Colombia, elija una de los campos donde se utilicen y sean exitosas (educación, música, transporte, medicina, deporte, etc.).
2. Después de elegir el campo que más le guste y la utilización de las TIC´S en él, extraiga la información más relevante que conozca sobre el tema y haga un resumen con datos significativos.
3. Exponga en 2 minutos, con este resumen que realizó, lo que más le parece interesante e importante de las TIC´S.

## **ASIGNATURA: EMPRENDIMIENTO**

### **TEMA 1: La 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.

### **LOS 10 PRINCIPIOS BÁSICOS PARA SABER COMERCIALIZAR**

1. El cliente siempre compra más por el corazón que por la razón.

Calle 111 N° 79 – 77 Teléfonos: 273 00 61 – 273 01 61 – 273 85 98 Barrio Santander

[ie.ciudadelalaseri@medellin.gov.co](mailto:ie.ciudadelalaseri@medellin.gov.co)

Medellín - Antioquia

	<i>Institución Educativa Ciudadela las Américas</i>	<b>ACTIVIDAD VIRTUAL PRIMER PERIODO GRADO ONCE AÑO 2021</b>
<b>Margarita Vasco S. Tecnología, Informática y Emprendimiento</b>		

Comparamos 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 es 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.

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.

	<i>Institución Educativa Ciudadela las Américas</i>	ACTIVIDAD VIRTUAL PRIMER PERIODO GRADO ONCE AÑO 2021
	Margarita Vasco S. Tecnología, Informática y Emprendimiento	

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.

### **Actividad Nº 1. INTRODUCCIÓN AL CONCEPTO DE COMERCIALIZACIÓN**

**Fecha de entrega: 22 AL 26 DE FEBRERO**

**Indicadores:**

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

1. Realice la actividad teniendo en cuenta el tema de la comercialización y los principios.
2. Tome un objeto cualquiera de su casa, obsérvelo muy bien con las características y partes que tiene el objeto.
3. Después de la observación, deberá pensar en los siguientes aspectos y escribirlos en su cuaderno:
  - a. Darle otra utilidad **diferente**, sin que tenga **nada que ver con la real**.
  - b. Darle un nombre **diferente** según su nueva utilidad.
  - c. La función que cumple cada una de las partes del objeto, según la **nueva utilidad**.
4. Realizar una exposición corta donde cuente los aspectos anteriores del nuevo objeto, para convencer a sus posibles clientes y que lo compren, de acuerdo la nueva utilidad del objeto.

### **Actividad Nº 2. MAPAS CONCEPTUALES DEL TEMA**

**Fecha de entrega: 22 AL 26 DE FEBRERO**

**Indicador:** - Comprende el significado de comercializar.

Después de haber leído bien el tema principal, el concepto de comercialización, realizar dos mapas conceptuales:

1. Un mapa Sobre la definición (Primer párrafo de comercialización solamente)
2. Otro mapa sobre el Proceso de comercialización (Segundo Párrafo de comercialización solamente)

**SEMANA 9 (Del 23 al 26 de Marzo)**

**ES MUY IMPORTANTE HACER UNA BUENA LECTURA TANTO DE LAS INDICACIONES COMO DEL TEMA PARA QUE SE LE FACILITEN LAS ACTIVIDADES**

**ASIGNATURA: TECNOLOGÍA E INFORMÁTICA**

**TEMA 2: Evolución de la web y sus herramientas**



	<i>Institución Educativa Ciudadela las Américas</i>	ACTIVIDAD VIRTUAL PRIMER PERIODO GRADO ONCE AÑO 2021
	Margarita Vasco S. Tecnología, Informática y Emprendimiento	

**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 como Wikipedia, WikiAnswers, etc.

**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:

- 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

### Actividad Nº 3. CONCEPTUALIZACIÓN DE LA EVOLUCIÓN DE LA WEB

**Fecha de entrega: 23 AL 26 DE MARZO**

**Indicador:** - Reconoce la evolución que ha tenido la Web, a través del tiempo.

De acuerdo al Tema 2 sobre la Web y la explicación, 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?

### Actividad Nº 4. CONCEPTUALIZACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS WEB

**Fecha de entrega: 23 AL 26 DE MARZO**

**Indicador:** - Identifica las herramientas de la Web 2.0 y la diferencia entre ellas.

Para cada una de las 4 herramientas nombradas en el tema, describa en una hoja lo siguiente:

- ¿Qué es cada una de las herramientas?
- Escribe 3 Características especiales de cada herramienta
- Establezca una diferencia de cada herramienta con las demás.
- De 3 Ejemplos de cada una de las herramientas

### ASIGNATURA: EMPRENDIMIENTO

#### TEMA 1: La comercialización

##### **Actividad Nº 3. La comercialización de un producto**

**Fecha de entrega: 23 AL 26 DE MARZO**

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

- Elegir un dulce pequeño, observar todas sus características, color, tamaño, sabores, empaque, etc.
- Después de la observación del dulce, debe pensar en:
  - Sus beneficios
  - Su nombre
  - La diferencia con la competencia
- Elaborar una exposición en un video corto para comercializar el producto y tratar de convencer a sus posibles clientes, para que compren su dulce y no el de la competencia.

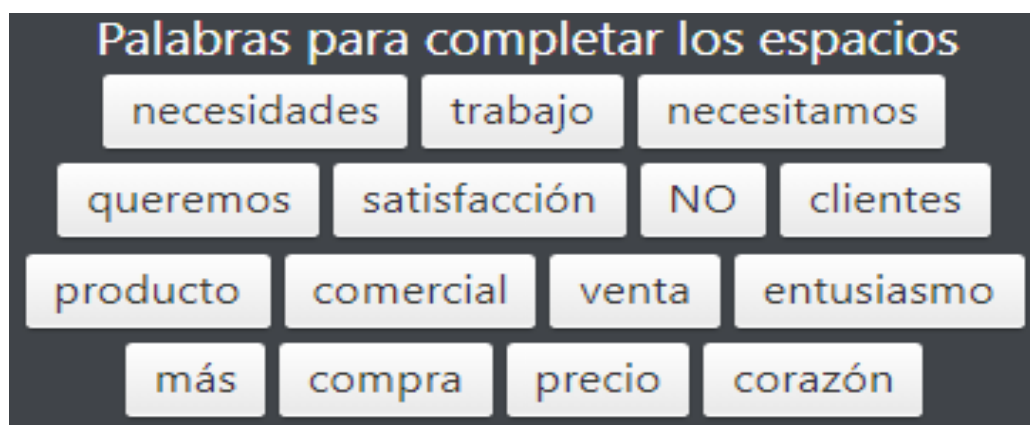
##### **Actividad Nº 4. Principios para comercializar un producto**

**Fecha de entrega: 23 AL 26 DE MARZO**

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

Realice la actividad teniendo en cuenta los principios básicos para comercializar un producto o servicio.

Con las palabras que se muestran en la primera imagen, complete cada uno de los enunciados que se muestran enumerados, en la segunda imagen.





*PRINCIPIOS PARA COMERCIALIZAR*

1. El , pocas veces es decisivo para perder una .
2. Los  compran  por el  que por la razón.
3. Compramos aquello que , no lo que .
4. Cuando conoces totalmente tu , eso te genera  y seguridad.
5. Un cliente no  un producto, compra la  que le causa a sus .
6. Cuando un Cliente dice , ahí comienza el  de un .

**DATOS DE LA DOCENTE:**

Correo: [vascomargarita@gmail.com](mailto:vascomargarita@gmail.com),

Whats App: 304 496 52 01.

**NOTA: RECUERDE SI TIENE DUDAS, ACLARARLAS CON LA DOCENTE ENCARGADA, A TRAVÉS DE ALGUNO DE LOS MEDIOS INDICADOS.**