

	INSTITUCIÓN EDUCATIVA HECTOR ABAD GOMEZ		
	Proceso: CURRICULAR	Código	
Nombre del Documento: PLANES DE MEJORAMIENTO		Versión 01	Página 1 de 1

ASIGNATURA /AREA/ NÚCLEO	TECNOLOGÍA E INFORMÁTICA	GRADO:	OCTAVO
PERÍODO: UNO		AÑO:	2024
NOMBRE DEL ESTUDIANTE			

DESEMPEÑOS:

- Relacionar los conocimientos científicos y tecnológicos que se han empleado en diversas culturas y regiones del mundo a través de la historia para resolver problemas y transformar el entorno.
- Tener en cuenta normas de mantenimiento y utilización de artefactos, productos, servicios, procesos y sistemas tecnológicos del entorno para su uso eficiente y seguro.
- Resolver problemas utilizando conocimientos tecnológicos y teniendo en cuenta algunas restricciones y condiciones

ACTIVIDADES PRÁCTICAS A DESARROLLAR INCLUYENDO BIBLIOGRAFIA DONDE SE PUEDA ENCONTRAR INFOES DE EVALUACIÓN

1. Etapa de introducción o lanzamiento:

Es el inicio de la vida del producto o servicio, en esta etapa el aporte o contribución que hace el producto es mínimo pues sus ventas son bajas y no alcanzan a cubrir los costos de producción y comercialización. Además los costos de mercadeo son altos en esta etapa. Tanto la mezcla promocional como la distribución juegan un papel importantísimo en esta etapa. El precio alcanza generalmente su más alto nivel.

Estrategias en la fase de introducción de un producto

ESTRATEGIA	PRECIO	PROMOCION	CONDICIONES DEL MERCADO
Desnatado Rápido	Alto	Alta	<ul style="list-style-type: none"> · Desconocimiento del producto · Buena disposición a adquirir el producto al precio que se pide · Deseo de posicionar la marca antes que los competidores potenciales
Desnatado Lento	Alto	Baja	<ul style="list-style-type: none"> · Tamaño ilimitado del mercado · Alto conocimiento del producto · Buena disposición frente al precio · No hay competencia potencial inminente

Penetración Rápida	Bajo	Alta	Gran tamaño de mercado Desconocimiento del producto Gran sensibilidad al precio Competencia potencial fuerte Reducción de costes unitarios mediante economías de escala y experiencia acumulada
Penetración Lenta	Bajo	Baja	Gran tamaño de mercado Conocimiento del producto Gran sensibilidad al precio Riesgo de competidores potenciales

2. Etapa de crecimiento:

En esta etapa los ingresos se incrementan más rápidamente que los gastos, los cuales tienen a estabilizarse, y el producto empieza a generar beneficios económicos. El precio permanecerá alto. La promoción sigue siendo vital ya que en esta etapa puede surgir competencia.

Tabla 2: Estrategias en la fase de crecimiento de un producto

NIVEL DE ACTUACION	ESTRATEGIA
Producto	Mejora de calidad Introducción de nuevos modelos
Mercado	Introducción en nuevos segmentos
Canales	Introducción en nuevos canales
Precios	Tendencia a la reducción
Comunicación	Inversión publicitaria alta Promociones continuadas

3. Etapa de la madurez:

Las ventas alcanzan su nivel más alto, pero también la competencia se hace más intensa lo cual genera presiones sobre los precios y márgenes de utilidad. Se puede recurrir a seleccionar un segmento de mercado en que se puede asegurar una alta participación.

Tabla 3: Estrategias en la fase de madurez de un producto

NIVEL DE ACTUACION	ESTRATEGIA
Producto	Mejora de calidad Mejora de prestaciones Mejora de diseño
Mercado	Incrementar el uso Introducirse en nuevos mercados

4. Etapa de declinación:

Las ventas decrecen, los competidores salen del mercado, también disminuyen los gastos de mercadeo. Sin embargo el producto puede permanecer en esta etapa por mucho tiempo y si la empresa es sólida incluso en esta etapa el aporte de mercadeo del producto puede ser atractivo ya que como se dijo anteriormente los gastos de mercadeo disminuyen.

Tabla 4: Estrategias en la fase de declive de un producto

NIVEL DE ACTUACION	ESTRATEGIA
Producto	Relanzamiento Eliminación

CICLO DE VIDA DEL PRODUCTIVO

Introducción	➔	Muchos gastos, pocas demandas y bajos beneficios
Crecimiento	➔	Rápido incremento de ventas y mejora de los beneficios
Madurez	➔	Las ventas empiezan a bajar, los gastos suben y los beneficios se estabilizan
Declive	➔	Disminución paulatina de ventas y beneficios

ACTIVIDAD DE EVALUACIÓN.

REALIZAR EN HOJAS DE BLOCK EL ANÁLISIS DEL CICLO DE VIDA DE UN PRODUCTO, TENIENDO EN CUENTA LA INFORMACIÓN ANTERIOR.

REALICE EN EL CUADERNO UN INFORME DE MANERA DE RESUME DEL TEMA TRATADO.

BIBLIOGRAFIA

[https://www.elsevier.es/es-revista-offarm-4-articulo-el-ciclo-vida-del-producto-13094134#:~:text=El%20ciclo%20de%20vida%20de%20un%20producto%20es%20un%20proceso.%3A%20ventas%20y%20beneficios%20\(fig.](https://www.elsevier.es/es-revista-offarm-4-articulo-el-ciclo-vida-del-producto-13094134#:~:text=El%20ciclo%20de%20vida%20de%20un%20producto%20es%20un%20proceso.%3A%20ventas%20y%20beneficios%20(fig.)

<https://mailchimp.com/es/resources/product-life-cycle/>

METODOLOGIA DE LA EVALUACIÓN

Los estudiantes presentan el trabajo escrito (50%)

Los estudiantes presentan sustentación (50%)

OBSERVACIONES:

FECHA DE ENTREGA DEL TRABAJO

FECHA DE SUSTENTACIÓN Y/O EVALUACIÓN

NOMBRE DEL EDUCADOR(A)

FIRMA DEL EDUCADOR(A)

FIRMA DEL ESTUDIANTE

FIRMA DEL PADRE DE FAMILIA

Nota Explicativa.

Plan de mejoramiento: los planes de mejoramiento constituyen la estrategia que la Institución implementa para garantizar la superación de deficiencias académicas de los estudiantes, a lo largo de todo el año escolar. Al mismo tiempo, son la herramienta con la cual se da cumplimiento a lo dispuesto en los artículos 3, 4 y 11 del decreto 1290 de 2009 y se asumen como acciones consecuentes con el carácter continuo y permanente de la evaluación, de acuerdo con el cual se deben resolver las situaciones pedagógicas pendientes de los estudiantes, después de haber agotado todas las estrategias metodológicas planteadas por el docente durante cada período académico.

Desempeños: Son las acciones que están implicadas en un aprendizaje. Las actuaciones observables que pueden ser descritas y evaluadas y que expresan una competencia. Para efectos del plan de mejoramiento, se deben indicar los desempeños que fueron establecidos en la planeación del área para el respectivo período académico y que el estudiante no ha logrado superar.

Actividades prácticas a desarrollar: las actividades propuestas en el plan de mejoramiento, serán diseñadas por cada docente en su respectiva área y grado, serán desarrolladas y sustentadas por los estudiantes, bien sea en horario extra clase o dentro de su horario habitual. Para tal fin, el docente también podrá designar estudiantes monitores, alfabetizadores, docentes en formación por medio de su práctica pedagógica, que colaboren con aquellos estudiantes que presentan dificultades para alcanzar los desempeños requeridos.

Con el fin de lograr aprendizajes significativos, se recomienda la formulación de actividades que permitan:

- Activar y usar los conocimientos previos y generar expectativas propias en los estudiantes.
- Mejorar la integración entre los conocimientos previos y la nueva información por aprender.
- Ayudar a organizar la información nueva, mediante mapas conceptuales, mapas mentales, líneas de tiempo, organizadores gráficos y otras formas de representación del conocimiento.
- Promover aprendizaje basado en problemas, en proyectos o en el análisis y discusión de casos.

- Mantener la atención y favorecer la práctica, la retención y la obtención de información relevante, mediante señalizaciones, preguntas intercaladas, resúmenes, ilustraciones, entre otros recursos.

Bibliografía: dado el compromiso ético y legal que supone el uso la información producida y divulgada por diferentes medios, es necesario indicar, preferiblemente en formato de normas APA, las referencias bibliográficas de las fuentes de información que se utilicen en la formulación del plan de mejoramiento.

Metodología de Evaluación: Los planes de mejoramiento serán evaluados mediante diversas actividades, que pueden ser diseñadas como acciones de investigación, complementación, proyectos, prácticas, ensayos programados y otras propias de la didáctica de cada área o asignatura, además de la realización de una prueba escrita que confronte y evidencie lo trabajado en los planes de mejoramiento.

Observaciones. En este campo se puede ofrecer información adicional que permita aclarar el proceso a seguir para resolver, presentar y sustentar el plan de mejoramiento.

Frecuencia del plan de mejoramiento. Los planes de mejoramiento se formulan para cada período académico, de acuerdo con las fechas previstas en el cronograma institucional. Cada plan se asigna como estrategia de superación de dificultades académicas de los estudiantes, una vez terminado el respectivo período.

Otras posibilidades de aplicación de los planes de mejoramiento. Además de la función principal, consistente en servir como estrategia para la superación de dificultades académicas de los estudiantes, una vez finalizado cada período académico, también podrán ser utilizados, previo concepto de la coordinación y el Consejo Académico, como estrategia de nivelación de procesos académicos en el caso de estudiantes que ingresen a la institución en momentos diferentes al inicio del año escolar.

REFERENCIAS

Guerrero, Jorge. 2019. Estrategias didácticas que promueven el aprendizaje significativo.
Recuperado de:
<https://docentesaldia.com/2019/01/22/estrategias-didacticas-que-promueven-el-aprendizaje-significativo/>