

PLANIFICACIÓN CURRICULAR ANUAL

		UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR LA SALLE-CONOCOTO “Una llamada, muchas voces”		AÑO LECTIVO 2016 - 2017	
PLAN CURRICULAR ANUAL					
1. DATOS INFORMATIVOS					
Área:		Interdisciplinar (Ciencias Sociales)		Asignatura: Emprendimiento y Gestión	
Docente(s):		Ana Lucía Mosquera Sotomayor			
Grado/cursó:		Segundo de Bachillerato	Nivel Educativo:	5	
2. TIEMPO					
Carga horaria semanal	No. Semanas de trabajo	Evaluación del aprendizaje e imprevistos		Total de semanas clases	Total de periodos
2	40	3		37	74
3. OBJETIVOS GENERALES					
Objetivos del área			Objetivos del grado/cursó		
OG.EG.1. Incentivar el espíritu emprendedor del estudiante desde diferentes perspectivas y áreas del emprendimiento: comunitario, asociativo, empresarial,			1. Diseñar y ejecutar una investigación de mercado entre la comunidad del estudiante.		

“Una llamada, muchas voces”

cultural, deportivo, artístico, social, etc. OG.EG.4. Conocer y explicar los requisitos y responsabilidades legales y sociales que debe cumplir un emprendedor en el momento de crear y mantener un emprendimiento, como forma de retribuir al Estado por los servicios recibidos. OG.EG.5. Analizar las necesidades de la población, recolectar información basada en muestras e indagar sobre datos relacionados con el emprendimiento utilizando herramientas estadísticas. OG.EG.6. Elaborar y analizar conceptos y principios básicos de administración de empresas y economía para la toma de decisiones y explicar su impacto en el desarrollo del emprendimiento. OG.EG.7. Diseñar y formular un proyecto básico de emprendimiento con todos los elementos necesarios y componentes de innovación. OG.EG.8. Conocer metodologías y técnicas para evaluar cuantitativa y cualitativamente la factibilidad de un proyecto de emprendimiento.						
2. Emitir conclusiones sobre la investigación de mercado, considerando herramientas básicas de estadística. 3. Conocer y desarrollar los principios de administración en un emprendimiento. 4. Desarrollar entre los estudiantes las diferentes cualidades que debe poseer un emprendedor, tales como liderazgo, innovación, creatividad, tolerancia al riesgo, resolución de problemas, diseño de objetivos, autonomía y responsabilidad social. 5. Conocer y aplicar metodologías y técnicas básicas de investigación de mercado para evaluar y seleccionar ideas de emprendimiento						
4. EJES TRANSVERSALES:						
<i>La interculturalidad.</i> <i>La formación de una ciudadanía democrática.</i> <i>La protección del medioambiente</i> <i>Fe, Justicia, Servicio, Compromiso, fraternidad</i>						
5. DESARROLLO DE UNIDADES DE PLANIFICACIÓN*						
N.º	Título de la unidad de	Objetivos específicos de la unidad de	Contenidos	Orientaciones metodológicas	Evaluación	Duración en

UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR LA SALLE-CONOCOTO

“Una llamada, muchas voces”

	planificación	planificación				semanas
1.	Investigación de mercado y estadística aplicada: Diseño e investigación de campo	Diseñar instrumentos derivados de las técnicas de investigación mayormente utilizadas con la finalidad de determinar la aceptabilidad del emprendimiento y su impacto en el grupo target.	EG.5.3.1. Proponer y definir productos o servicios determinados por las necesidades de su entorno. EG.5.3.2. Describir y explicar los componentes del diseño de la investigación de campo para obtener información certera sobre el tema que se desee investigar o profundizar	<u>Método de solución de problemas:</u> Presentación del problema: Presentar video motivacional para emprendedores, comentar el video Análisis del problema: Mediante lluvia de ideas determinar qué características debe tener un emprendimiento, qué significa emprendimiento y sus ventajas Formulación de alternativas de solución: Formar grupos de 5 estudiantes y solicitarles que piensen en 10 posibles emprendimientos sencillos que se tengan viabilidad en el Ecuador, que sean innovadores, y que piensen que serán aceptados en el mercado, de estas 10 ideas seleccionar 5 y describir por qué las seleccionaron y finalmente escoger la mejor de ellas en las que el grupo esté de acuerdo Resolución: Presentar al curso mediante una exposición y defender el emprendimiento escogido. Visitar a un emprendedor de su sector y realizar 5 preguntas ¿Qué tiempo tiene su negocio? ¿Tiene competencia? ¿Quién lo apoya? ¿Cómo inició? ¿Por qué escogió ese negocio? Trabajo individual <u>Método sintético:</u> Síncresis: Preguntar a los estudiantes las experiencias de la visita al emprendimiento de su entorno. Elaborar una matriz FODA en base a las preguntas que realizó en el negocio visitado	CE.EG.5.4. Detecta, por medio de la investigación de campo, la necesidad de productos o servicios en un mercado, para asegurar un ciclo de vida duradero I.EG.5.4.1. Determina, en una zona geográfica, la necesidad de un determinado bien o servicio para convertirla en su cliente frecuente. (S.4., S.1.) CE.EG.5.4. Detecta, por medio de la investigación de campo, la necesidad de productos o servicios en un mercado, para asegurar un ciclo de vida duradero. I.EG.5.4.2. Ejecuta investigaciones de campo y diseña instrumentos de	12

UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR LA SALLE-CONOCOTO

“Una llamada, muchas voces”

			EG.5.3.3. Diseñar los instrumentos de investigación que se aplicarán para obtener información de campo que permita direccionar las ideas del emprendimiento	Análisis : Dar lectura a la página 13, 14 y 15, subrayar las ideas principales y secundarias y en grupos de 5 estudiantes realizar un mapa conceptual con el tema, segmentación de mercado, paso previo a la investigación Síntesis: Exponer el tema <u>Método Descriptivo</u> Observación: <i>Video, La importancia de la Investigación de Mercado, comentar el video</i> Descripción: <i>Utilizando Organizadores Gráficos los estudiantes describen el proceso de un plan de investigación basados en las páginas 16 y 17, técnicas de investigación de mercado 20, 21, 22, 23, 24.</i> <i>En grupos de 5 estudiantes, Elaborar una cadena de secuencias que reúna la metodología que utiliza la investigación científica para la temática de investigación de mercados, factores que influyen en el desarrollo de nuevos productos., delimitación de un tema de investigación, planteamiento de objetivos de investigación, técnicas de investigación, diseño de instrumentos para las técnicas de: observación directa, encuesta, entrevista, grupo focal. Diseñar la encuesta con preguntas cerradas para llevarla a cabo entre estudiantes del Colegio La Salle</i> Consolidación: <i>En grupos de 5 estudiantes realizarán una dramatización con las distintas técnicas de investigación de mercado</i> <u>Método Investigativo:</u> Identificación del problema: En grupos de 5 estudiantes a partir de haber escogido la	investigación para seleccionar las ideas de emprendimiento que presenten mayor factibilidad en el mercado. (I.1., S.2.) CE.EG.5.4. Detecta, por medio de la investigación de campo, la necesidad de productos o servicios en un mercado, para asegurar un ciclo de vida duradero. I.EG.5.4.2. Ejecuta investigaciones de campo y diseña instrumentos de investigación para seleccionar las ideas de emprendimiento que presenten mayor factibilidad en el mercado. (I.1., S.2.)	
--	--	--	--	--	--	--

UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR LA SALLE-CONOCOTO

“Una llamada, muchas voces”

			EG.5.3.4. Ejecutar una investigación de campo entre los clientes potenciales/usuarios determinados, para establecer las necesidades de la zona geográfica, de tal manera que se determinen las ideas potenciales de emprendimiento	técnica y en base a las ideas de emprendimiento escogidas por el grupo, elaborar el instrumento con todos sus componentes, para realizar la encuesta con 4 preguntas cerradas y 1 abierta la misma que se llevará a cabo identificando el problema, objetivos Planificación de soluciones Los estudiantes se organizan dentro de cada grupo para establecer las fechas que realizarán la encuesta a 100 estudiantes del Colegio La Salle, en lo posible en los recesos Búsqueda de información Aplicar la encuesta Comprobación En Excel presentarán la tabulación de los datos obtenidos Análisis de Resultados En Excel presentarán los resultados de la encuesta con la conclusión e interpretación de cada pregunta Exposición <u>Método descriptivo:</u> Observación: Solicitar al estudiante que extraiga de la página web http://www.crenegocios.com/ como-hacer-una-segmentación-de-mercado/ Descripción: se dará lectura al artículo y se ampliará cada uno de los sectores de mercado Explicación: Cada estudiante realizará un organizador gráfico de segmentación de mercado Consolidación: Taller de identificación de segmentación de mercado <u>Método histórico comparativo:</u> Presentación del tema: Con su grupo de trabajo determinar la segmentación de	CE.EG.5.4. Detecta, por medio de la investigación de campo, la necesidad de productos o servicios en un mercado, para asegurar un ciclo de vida duradero. I.EG.5.4.2. Ejecuta investigaciones de campo y diseña instrumentos de investigación para seleccionar las ideas de emprendimiento que presenten mayor factibilidad en el mercado. (I.1., S.2.)	
			EG.5.5.1. Determinar la necesidad que la zona geográfica posee y la forma como el emprendimiento satisface dicha necesidad, como elemento fundamental para seleccionar una idea de negocio.		CE.EG.5.4. Detecta, por medio de la investigación de campo, la necesidad de productos o servicios en un mercado, para asegurar un ciclo de vida duradero I.EG.5.4.1. Determina, en una zona geográfica, la necesidad de un determinado bien o servicio para convertirla en su cliente frecuente. (S.4., S.1.)	

UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR LA SALLE-CONOCOTO

“Una llamada, muchas voces”

			EG.5.5.8. Describir y explicar de forma sencilla el segmento de mercado que se desea alcanzar y sus características, para establecer estrategias adecuadas para convertirlo en cliente/usuario	mercado que desea alcanzar de acuerdo a la investigación realizada Análisis de los datos obtenidos Estudiar los pro y contra que podría presentar su emprendimiento realizando una matriz FODA en base a los resultados obtenidos en la encuesta Redacción Elaborar un ensayo individual de la propuesta de emprendimiento presentada por el grupo <u>Método ERCA:</u> Experiencia: Preguntar a los estudiantes el significado de cualitativo y cuantitativo Reflexión: Observar los cuadros del libro páginas 28 y 29 Conceptualización: Dar lectura e ir subrayando las ideas principales y secundarias de la lectura Determinar la diferencia entre los cuadros presentados Aplicación: En base a la encuesta realizada por los estudiantes realizar los cuadros cualitativos y cuantitativos y concluir en la factibilidad o no del proyectos, los riesgos posibles y las soluciones	CE.EG.5.4. Detecta, por medio de la investigación de campo, la necesidad de productos o servicios en un mercado, para asegurar un ciclo de vida duradero. I.EG.5.4.1. Determina, en una zona geográfica, la necesidad de un determinado bien o servicio para convertirla en su cliente frecuente. (S.4., S.1.) CE.EG.5.4. Detecta, por medio de la investigación de campo, la necesidad de productos o servicios en un mercado, para asegurar un ciclo de vida duradero I.EG.5.4.2. Ejecuta investigaciones de campo y diseña instrumentos de investigación para seleccionar las ideas de emprendimiento que presenten mayor factibilidad en el mercado.	
			EG.5.6.2. Aplicar metodologías para la evaluación cualitativa de un proyecto de emprendimiento (cobertura de necesidades y empleo generado) que permitan establecer su factibilidad, los riesgos existentes y medidas mitigantes propicias.			

UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR LA SALLE-CONOCOTO

“Una llamada, muchas voces”

					(I.1., S.2.)	
2.	Investigación de mercado y estadística aplicada: <i>Estadística aplicada al mercadeo y ventas</i>	<i>Aplicar una técnica de investigación para luego procesar los datos utilizando tablas de frecuencia, gráficas, histogramas, polígonos de frecuencia, con la finalidad de realizar una interpretación acorde a los requerimientos previstos en la investigación.</i>	EG.5.3.5. Describir los conocimientos estadísticos básicos para tabular los datos recabados en una investigación de campo. EG.5.3.6. Presentar la información obtenida en una investigación de campo de forma resumida y concisa, en función de su utilidad para la toma de decisiones	<u>Método Enseñanza para la Comprensión</u> Desempeños preliminares: Video de introducción al curso de "Estadística descriptiva" Comentar el Video Pregunta a los estudiantes ¿Qué tipos de gráficas conocen? Desempeños de investigación guiada: Con un ejemplo simple de gusto por el helado y datos recogidos de los estudiantes se realizará una gráfica de barras Lectura de la página 32 Desempeños de final de síntesis: Realizar un Ensayo “Importancia de la Estadística” <u>Método Enseñanza para la Comprensión</u> Desempeños preliminares: Lectura de las páginas 26, 27 y 28, 29 y 30 del texto del estudiante. Desempeños de investigación guiada: Formar grupos de 5 o 6 estudiantes para que presenten los temas leídos mediante una exposición, con temas repartidos (Planificación del proceso de recopilación de datos, Proceso de la información, cómo se determina los resultados)	CE.EG.5.5. Aplica procesos estadísticos que permiten una buena interpretación de la información de mercado, para asegurar más probabilidad de éxito en un emprendimiento I.EG.5.5.1. Presenta la información de mercado (oferta y demanda) a través de la representación gráfica de los datos procesados, en tablas, gráficas, histogramas, cálculo de frecuencias, diagramas, y estudios de medidas de tendencia central (media, mediana, moda), así como la información obtenida en la investigación de campo de forma resumida y concisa, de tal manera que se facilite la toma de decisiones. (I.2., I.4.) CE.EG.5.5. Aplica procesos estadísticos que permiten una buena interpretación de la información de mercado, para asegurar más probabilidad de éxito en un emprendimiento I.EG.5.5.1. Presenta la información de mercado (oferta y demanda) a través	6

“Una llamada, muchas voces”

			EG.5.3.7. Analizar estadísticamente la información de mercado (oferta y demanda) a partir de la representación gráfica de los datos procesados en tablas, gráficas, histogramas, cálculo de frecuencias, diagramas, estudios de medidas de tendencia central (media, mediana, moda).	Desempeños de final de síntesis: Exposición de los temas repartidos Presentación de cuadros cuantitativos con los datos obtenidos en su investigación de grupo realizada en el colegio “La Salle” Taller página 30 y 31 <u>Método Enseñanza para la Comprensión</u> Desempeños preliminares: Lectura de las páginas 33, 34 y 35 del libro del estudiante Comentar la lectura Desempeños de investigación guiada: Con datos propuestos realizar un ejercicio práctica utilizando gráficas circulares, histogramas. Con datos propuestos calcular la media, mediana y moda Desempeños de final de síntesis: Ejercicios prácticos	de la representación gráfica de los datos procesados, en tablas, gráficas, histogramas, cálculo de frecuencias, diagramas, y estudios de medidas de tendencia central (media, mediana, moda), así como la información obtenida en la investigación de campo de forma resumida y concisa, de tal manera que se facilite la toma de decisiones. (I.2., I.4.) CE.EG.5.5. Aplica procesos estadísticos que permiten una buena interpretación de la información de mercado, para asegurar más probabilidad de éxito en un emprendimiento I.EG.5.5.1. Presenta la información de mercado (oferta y demanda) a través de la representación gráfica de los datos procesados, en tablas, gráficas, histogramas, cálculo de frecuencias, diagramas, y estudios de medidas de tendencia central (media, mediana, moda), así como la información obtenida en la investigación de campo de forma resumida y concisa,	
--	--	--	---	--	---	--

“Una llamada, muchas voces”

			EG.5.3.8. Utilizar metodologías para interpretar datos estadísticos como fundamento para la toma de decisiones y la selección de las ideas de emprendimiento con mayor probabilidad de éxito.	<u>Método Enseñanza para la Comprensión</u> Desempeños preliminares: Video “Haz un estudio de mercado en 6 pasos” Comentar el video Desempeños de investigación guiada: En base al trabajo realizado por los estudiantes de estudio de mercado estructurar el informe final que deberán presentar siguiendo los pasos sugeridos en la página 35 del libro del Estudiante Desempeños de final de síntesis: Presentación del informe final	de tal manera que se facilite la toma de decisiones. (I.2., I.4.) CE.EG.5.5. Aplica procesos estadísticos que permiten una buena interpretación de la información de mercado, para asegurar más probabilidad de éxito en un emprendimiento I.EG.5.5.1. Presenta la información de mercado (oferta y demanda) a través de la representación gráfica de los datos procesados, en tablas, gráficas, histogramas, cálculo de frecuencias, diagramas, y estudios de medidas de tendencia central (media, mediana, moda), así como la información obtenida en la investigación de campo de forma resumida y concisa, de tal manera que se facilite la toma de decisiones. (I.2., I.4.)	
3.	Economía para la toma de decisiones:	Estructurar un emprendimiento, definiendo proyectos	EG.5.4.1. Aplicar en un emprendimiento los elementos básicos de los principios de administración (planeación,	<u>Método Enseñanza para la Comprensión</u> Desempeños preliminares: Observar el video “Planeación, Organización, Dirección y Control” pasos necesarios para cualquier	CE.EG.5.6. Precisa una planificación de personal adecuada para elevar el rendimiento del	8

UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR LA SALLE-CONOCOTO

“Una llamada, muchas voces”

	<i>Principios de administración</i>	<i>de responsabilidad social y determinando las necesidades del talento humano, con la finalidad de establecer los incentivos laborales consecuentes a las necesidades del emprendimiento.</i>	organización, integración, dirección y control), para generar las habilidades directivas que el emprendedor requiere EG.5.4.2. Desarrollar criterios sobre administración para generar eficacia en los emprendimientos	emprendimiento Desempeños de investigación guiada: Organizar a los estudiantes en grupos de 5 o 6 personas y pedirles que organicen el paseo de fin de curso con un presupuesto de \$5.00 por persona por un día, podrán usar el celular para realizar las investigaciones de los lugares a visitar, costos, realizar la exposición y el curso elegirá la mejor propuesta Lectura de las páginas 48, 49, 50 y 51 Desempeños de final de síntesis: Preguntar a los estudiantes: 1. Como grupo, ¿qué necesitaron para elaborar la propuesta de presentación? 2. ¿Qué pasos siguieron desde el inicio hasta el final de la propuesta? 3. ¿Qué recursos necesitaron para formular una propuesta? 4. ¿Creen que hubo organización de todos los integrantes del grupo para elaborar la propuesta? 5. ¿Qué les faltó para hacer una mejor propuesta que las presentadas por otros grupos? 6. ¿Qué elementos consideran ustedes son importantes para el éxito de una propuesta de esta índole? 7. ¿Qué aprendiste de esta experiencia? Escribir en su cuaderno de trabajo las respuestas a las preguntas realizadas. Realizar un organizador gráfico con los principios básicos de la Administración en base a la lectura realizada y la Administración eficaz y eficiente Taller página 52 y 53	emprendimiento. I.EG.5.6.1. Valora, de acuerdo con un criterio administrativo, la responsabilidad social en la planificación de los recursos humanos (estructura organizacional, proceso de contratación, capacitación, deberes y derechos laborales, despido) y diagrama una estructura organizacional óptima para un emprendimiento. (I.4, S.3.)	
			EG.5.4.3. Identificar, valorar e	<u>Método Enseñanza para la Comprensión</u>	CE.EG.5.6. Precisa una	

UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR LA SALLE-CONOCOTO

“Una llamada, muchas voces”

			implementar el concepto de “responsabilidad social” en el desarrollo de emprendimientos, como elemento fundamental para la generación de emprendimientos de carácter social.	Desempeños preliminares: Preguntar a los estudiantes ¿Qué conocen acerca de la Responsabilidad Social Empresarial? ¿Con quién deben ser responsables las Empresas? Desempeños de investigación guiada: Un estudiante enlistará las opiniones de los estudiantes y se formará grupos de 5 o 6 estudiantes a fin de que realicen un collage con los ámbitos de la Responsabilidad Social Empresarial: Medio Ambiente, Trabajadores, Ayuda Social, Equidad de Género. Desempeños de final de síntesis: Exposición del collage Taller pág. 56 y 57	planificación de personal adecuada para elevar el rendimiento del emprendimiento I.EG.5.6.1. Valora, de acuerdo con un criterio administrativo, la responsabilidad social en la planificación de los recursos humanos (estructura organizacional, proceso de contratación, capacitación, deberes y derechos laborales, despido) y diagrama una estructura organizacional óptima para un emprendimiento. (I.4, S.3.)	
			EG.5.5.3. Representar gráficamente la estructura organizacional y las principales funciones de las diferentes áreas del nuevo emprendimiento, para identificar los recursos humanos requeridos.	<u>Método Enseñanza para la Comprensión</u> Desempeños preliminares: Investigar en internet un organigrama de una empresa mediana o grande e imprimir Desempeños de investigación guiada: Formar grupos de 5 o 6 estudiantes para que en base a su impresión de un organigrama de una empresa, elaboren el suyo propio y concluyan identificando la cantidad de recurso humano que requerirían para su Empresa Desempeños de final de síntesis: Exposición de los grupos	CE.EG.5.6. Precisa una planificación de personal adecuada para elevar el rendimiento del emprendimiento. I.EG.5.6.1. Valora, de acuerdo con un criterio administrativo, la responsabilidad social en la planificación de los recursos humanos (estructura organizacional, proceso de contratación, capacitación, deberes y derechos laborales, despido) y diagrama una estructura	

“Una llamada, muchas voces”

					organizacional óptima para un emprendimiento. (I.4, S.3.)	
4.	Economía para la toma de decisiones: <i>Economía aplicada al emprendimiento</i>	<i>Evaluar la rentabilidad de un emprendimiento a partir del análisis de variables macro y microeconómicas para determinar la factibilidad de emprender un proyecto.</i>	EG.5.4.4. Analizar conceptos básicos de economía (“inflación”, “oferta”, “demanda”, “mercado”, “empleo”, etc.) con el fin de establecer su impacto en las decisiones relativas al emprendimiento. EG.5.4.5. Aplicar principios básicos de microeconomía en el desarrollo de emprendimientos, como elemento para la toma de decisiones.	<u>Método Enseñanza para la Comprensión</u> Desempeños preliminares: Lectura del texto del estudiante, páginas 58, 59,60,61, 62 y 63 y se irá recalando en lo más importante de la lectura ya que son temas nuevos para los estudiantes Desempeños de investigación guiada: Formar grupos de 5 o 6 estudiantes e indicar que cada grupo deberá presentar un tema diferente: La economía del mercado, los bienes y servicios; el mercado, Oferta y Demanda; Empleo; Precios; Inflación, Deflación Desempeños de final de síntesis: Exposición de los grupos Taller pág. 63, 64 y 65 <u>Método Enseñanza para la Comprensión</u> Desempeños preliminares: Solicitar a los estudiantes investiguen y elaboren un glosario con los siguientes términos: microeconomía, macroeconomía, ingresos, costos marginales, costos hundidos Desempeños de investigación guiada: Elaborar una red conceptual que correlacione a todos los conceptos del glosario como parte de un todo: ¿Qué sucede en un mercado de bienes y servicios cuando la oferta y la demanda se intersectan? Explique y coloque un ejemplo ¿Qué sucede en el mercado cuando el Estado decide elevar el precio de mercado? Explique y coloque un	CE.EG.5.7. Juzga la eficiencia de un emprendimiento a partir de las variables económicas (“inflación”, “oferta”, “demanda”, “mercado”, “empleo”, etc.) del entorno. I.EG.5.7.1. Comprueba la rentabilidad de un emprendimiento a partir del análisis de indicadores económicos (inflación, oferta, demanda, mercado, empleo, etc.), para favorecer la toma de decisiones. (I.2., I.1.) CE.EG.5.7. Juzga la eficiencia de un emprendimiento a partir de las variables económicas (“inflación”, “oferta”, “demanda”, “mercado”, “empleo”, etc.) del entorno I.EG.5.7.1. Comprueba la rentabilidad de un emprendimiento a partir del análisis de indicadores económicos (inflación, oferta, demanda, mercado, empleo, etc.), para favorecer la toma de	6

“Una llamada, muchas voces”

			ejemplo ¿Qué sucede en el mercado cuando el Estado decide bajar el precio de mercado? Explica y coloca un ejemplo. ¿Qué son los costos hundidos? ¿Afectan los costos hundidos a la toma de decisiones de los emprendedores? Explica. Desempeños de final de síntesis: Puesta en común Taller de las páginas 68 y 69 <u>Método Enseñanza para la Comprensión</u> Desempeños preliminares: Video “Costos Relevantes para la toma de decisiones” Comentar el video Desempeños de investigación guiada: Con base a la investigación realizada anteriormente y el video presentado, pedir a los estudiantes que elaboren un ensayo “ Costos hundidos y su impacto en la rentabilidad de un emprendimiento” Desempeños de final de síntesis: Taller páginas 71 y 72	decisiones. (I.2., I.1.) CE.EG.5.7. Juzga la eficiencia de un emprendimiento a partir de las variables económicas (“inflación”, “oferta”, “demanda”, “mercado”, “empleo”, etc.) del entorno I.EG.5.7.2. Analiza la rentabilidad de un emprendimiento a partir de sus costos marginales (costos hundidos). (I.2., S.3.)	
6. BIBLIOGRAFÍA/ WEBGRAFÍA (Utilizar normas APA VI edición) https://www.youtube.com/watch?v=OPkGxnEXLsl “Video de introducción al curso de "Estadística descriptiva"					7. OBSERVACIONES

“Una llamada, muchas voces”

https://www.youtube.com/watch?v=gz0hww6LzsY “Haz un estudio de mercado en 6 pasos” https://www.youtube.com/watch?v=aaK6ydXz3oo Planeación, Organización, Dirección y Control https://www.youtube.com/watch?v=bxQ-WdPB1ts Costos relevantes en la toma de decisiones https://www.youtube.com/watch?v=5pM0uiol5Aw El mejor video motivacional para emprendedores Ministerio de Educación del Ecuador. (2015). Currículo de Bachillerato "Emprendimiento y Gestión". Quito: MinEduc. Ministerio de Educación del Ecuador. (2015). Instructivo para planificaciones curriculares para el sistema Nacional de Educación. Quito: Ministerio de Educación. Ministerio de Educación del Ecuador. (2015). Módulo interdisciplinar de Emprendimiento y Gestión. Quito: Ministerio de Educación. Villamar Gavilanez. Guía de Emprendimiento y Gestión Santillana. Emprendimiento. Segundo de Bachillerato		
ELABORADO POR	REVISADO POR	APROBADO POR
DOCENTE(S): Ana Lucía Mosquera Sotomayor	Coordinador(a) del área :	Vicerrector/Coordinadora Subnivel
Firma: 	Firma: 	Firma: 
Fecha: Septiembre 2016	Fecha: Septiembre 2016	Fecha: Septiembre 2016