



ORGANIZADOR GRÁFICO DE UNIDAD DIDÁCTICA

Asignatura: EMPRENDIMIENTO Unidad N°: 2 Grado: 8
 Profesor: María Isabel Suzunaga Bolivar, Edna Rocío Salazar Cortes Fecha: 13 DE ABRIL /2021

Los Mercados y la Productividad

HILOS CONDUCTORES:

- 1- ¿Qué determina los precios en el mercado?
- 2- ¿Por qué sube o bajan los precios de bienes de consumo?
- 3- ¿Analizar los efectos de oferta y la demanda si influyen en el comportamiento de los precios en los bienes de consumo?
- 4- ¿Cómo afecta la oferta y la demanda en la competencia?

TÓPICO GENERATIVO:



METAS DE COMPRENSIÓN:

Reconocerá la oferta y demanda como acciones que regulan el precio de bienes y servicios dentro del mercado.	Identificará los procesos de producción, comercialización y competencia dentro del intercambio mercantil en una economía de mercados.
--	---

	DESEMPEÑOS DE COMPRENSIÓN	TIME	VALORACIÓN CONTINUA	
	ACCIONES REFLEXIONADAS		FORMAS	CRITERIOS DEL ÁREA
ETAPA EXPLORATORIA	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar en su entorno cuales son los elementos que intervienen en el proceso y venta de un producto o un servicio. • Analizar la importancia de los cambios de los precios y sus características al observar el video, https://www.youtube.com/watch?v=79wn4dsVWfY • Reconocer por medio de un video que es el mercado de bienes de servicios como se llega a una competencia perfecta. https://www.youtube.com/watch?v=Qx5eQsMN7d0 	2 semanas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reconociendo los actores del mercado, partiendo del ejercicio realizado en su entorno, donde debe identificar que actores intervienen para ofrecer un producto o un servicio, para ser socializado en clase. 2. Identificando y extrayendo, por medio de una lluvia de conceptos todas las palabras desconocidas que evidenciaron en el video proyectado, iniciando la construcción de un diccionario técnico del área empresarial. 3. Elaborando un mapa conceptual donde se contrasten los referentes teóricos expuestos en el video sobre la relación existente entre la oferta y la demanda. 4. Realizar folleto informativo sobre las características y elementos de oferta y demanda, para ser socializados en clase y entregados en classroom o en físico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Histórico-Cultural

<p>ETAPA GUIADA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Describir mediante una presentación la forma en que se relacionan la oferta y la demanda con los actores económicos dentro de los procesos económicos. • Crear un cuadro comparativo de las diferencias, características e impacto de la oferta y demanda. • Reconocer e identificar cuáles son los elementos que se deben tener en cuenta para determinar el precio de un producto. 	<p>5. semanas</p>	<p>PROYECTO DE SINTESIS:</p> <p>Construyendo un esquema de resumen o síntesis que describen las características y el impacto y el rol del precio en el intercambio mercantil.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Empleando diagrama de flujos que retomen los procesos productivos de las empresas describiendo las recepciones de materia prima y su transformación, ayudado de cualquier herramienta virtual o de forma escrita. • Realizando un ejercicio numérico en el que el estudiante analizará y hallará el precio del mercado a través de ejercicio propuesto. • <p>AVANCE DEL PROYECTO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Semana 3 a 5: (Realizar un análisis y un plan de acción, buscando la forma en la que la empresa operará dentro del desarrollo de plan de negocio. • Semana 6: Identificara cuales son los actores del mercado involucrados en su idea de negocio que se viene trabajando. 	<p>Espacio - Ambiente</p>
<p>PROYECTO DE SÍNTESIS</p>	<p>EL PRECIO DE TÚ PRODUCTO SEGÚN EL MERCADO</p> <p>Complementar la idea de negocio que se está trabajando, la cual atienda a las necesidades sociales, ambientales, comerciales y económicas del contexto; formulando el costo y precio del producto o servicio ofrecido.</p>	<p>8 semanas</p>	<p>PROYECTO DE SINTESIS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinando en la Idea de negocio que se viene trabajando cuáles son sus competidores, cual es el valor agregado y determinar su costo y precio de venta de los productos o servicios ofrecidos. • Socializar esta etapa del proyecto ayudado de una presentación con herramientas virtuales. . 	<ul style="list-style-type: none"> • Ético- político