

Green Entrepreneurship Training (GET-UP) Project

O3-desarrollo del currículo

Unidad/módulo: Sensibilización de un negocio verde

Tipo de documento: Plan de sesiones del taller

Sesión 2: ¿Cómo lo haces?

Fecha:		Tiempo:	
Ubicación:		Facilitado por:	
Título			

Objetivo general:	El objetivo de este taller es revisar los procesos y prácticas involucrados en la concientización de un negocio verde. Al hacerlo, el taller le permitirá: (i) analizar las necesidades de sus clientes, (II) desarrollar un plan para pasar de la investigación a la acción, en términos de sensibilización de la empresa y (III) revisar las ventajas y desventajas de las diferentes herramientas para elevar conocimiento del negocio.
Resultados de aprendizaje:	LO1: ser capaz de investigar un mercado para identificar las necesidades de los clientes para un negocio verde LO2: ser capaz de alinear las necesidades del cliente a los objetivos de negocio para un negocio verde LO3: Poder desarrollar un plan de marketing LO4: ser capaz de identificar las herramientas apropiadas para crear conciencia de un negocio verde

Tiempo	Resultado del aprendizaje	Entrada	Diapositivas	Actividades de aprendizaje y evaluación
09.30-09.45	-	Revisión y vista previa Presentar la sesión, el tema del taller, la agenda y debatir las expectativas <ul style="list-style-type: none"> A través del rompehielos, reflexionar sobre los niveles de conciencia de las diferentes herramientas para crear conciencia de un negocio verde 		Introducción de los alumnos Rompehielos – identifique tres maneras diferentes de crear conciencia de un verde y una ventaja y una desventaja para cada técnica
09.45-10.00	LO1	Reflexión sobre su tarea Revisar lo que los participantes aprendieron acerca de sus clientes y el análisis inicial de sus necesidades <ul style="list-style-type: none"> Reflexionar sobre la utilidad de los diferentes marcos de segmentación 		Mapa de la mente los resultados clave de la discusión de grupo en rotafolio
10.00-10.40	LO1	Análisis e investigación del mercado Una definición de lo que significa analizar e investigar el mercado Usa el video de Hamish Taylor para introducir la diferencia entre los datos y la perspicacia Revisar las ventajas y desventajas de diferentes enfoques para analizar e investigar el mercado Resalte la diferencia entre los métodos		Completar la actividad 1 ⇨ Los participantes a reflexionar sobre la actividad de investigación emprendida por su negocio hasta la fecha ya sea en el inicio o en el desarrollo de la empresa – les proporcionan las siguientes

		<p>primario y secundario</p> <p>Destacar las ventajas y desventajas de los diferentes métodos de investigación primaria</p> <ul style="list-style-type: none"> Identificar fuentes de apoyo para el análisis e investigación de mercados 		<p>indicaciones: (i) ¿por qué se llevó a cabo, (II) cómo se emprendió y (III) qué aprendieron de ella. Facilitar una discusión grupal para identificar la diferencia entre los datos y la percepción</p>
10.40-10.50		Té y café		
10.50-11.30	LO2 y LO3	<p>Planeando qué hacer</p> <p>Desempaquetar los elementos clave del marco de Kotler y Armstrong y su valor en la comprensión de cómo un negocio verde puede planificar cómo crear conciencia de sus productos y servicios</p> <p>Introduzca los modelos de SOSTAC y lean Analytics y proporcione enlaces para leer más</p> <ul style="list-style-type: none"> Introducir el concepto de marketing emprendedor y el 4I's y su uso en la exploración de la comercialización de un negocio verde. Utilice el modelo 4i de Stokes para apuntalar la actividad 		<p>Actividad completa 2 ⇨ Los participantes aplicarán el 4I's desarrollado por Stokes a su negocio. Facilitar una discusión grupal para identificar áreas clave de 'necesidad de saber' relacionadas con su negocio</p>
11.30-12.20	LO3 y LO4	<p>Pasar de la planificación a hacer-un estudio de caso</p> <p>Introduzca el estudio de caso (ya sea en papel o en un estudio de caso en vivo – siempre que sea</p>		<p>Si la gestión de un Q & a ⇨ mapa de la mente los resultados de la Q & a en un rotafolio que se puede utilizar</p>

		<p>posible, por favor use un estudio de caso en vivo)</p> <p>El estudio de caso necesita: introducir quiénes son y qué hacen, su plan para sensibilizar sobre su negocio, las herramientas y técnicas utilizadas para concientizar sobre su negocio, la efectividad de diferentes herramientas y técnicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Utilizar las experiencias del estudio de caso para una sesión de preguntas y reuniones con los participantes o una actividad del grupo 		<p>para introducir el Resumen y la tarea</p> <p>Si se administra una actividad de grupo ⇒ esbozar una actividad basada en las experiencias del estudio de caso y luego facilitar la retroalimentación y la interacción con el estudio de caso</p>
12.20-12.30	-	<p>Resumen y deberes</p> <p>Proporcionar un resumen de las cuestiones clave que surgirán del taller, incluyendo: la diferencia entre los datos y las percepciones, las ventajas y desventajas de los diferentes enfoques para la investigación de un mercado, la importancia de un enfoque emprendedor del marketing, las ventajas y desventajas de las diferentes herramientas para sensibilizar a un negocio verde</p> <ul style="list-style-type: none"> • Esbozar la tarea – desarrollar un plan para sensibilizar a su empresa 		

