

## 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 3: ¿Cómo sabes que está funcionando?

<b>Fecha:</b>		<b>Tiempo:</b>	
<b>Ubicación:</b>		<b>Facilitado por:</b>	
<b>Título</b>			

<b>Objetivo general:</b>	El objetivo de este taller es revisar los procesos y prácticas involucrados en la revisión de la efectividad de las actividades utilizadas para crear conciencia de un negocio verde. Al hacerlo, el taller le permitirá: (i) desarrollar una estrategia para revisar la efectividad de las actividades utilizadas para sensibilizar a la empresa, (II) desarrollar indicadores que identifiquen lo que está funcionando bien y lo que está funcionando menos bien y (III) contornear un plan de acción para revisar las actividades de marketing emprendidas por su empresa.
<b>Resultados de aprendizaje:</b>	<p>LO1: ser capaz de desarrollar una estrategia para la revisión de las actividades emprendidas en la concienciación de un negocio verde</p> <p>LO2: ser capaz de desarrollar indicadores que puedan ser utilizados para revisar la efectividad de las actividades emprendidas en la concienciación de un negocio verde</p> <p>LO3: ser capaz de identificar las acciones necesarias para mejorar el impacto de las actividades emprendidas en la concienciación de un negocio verde</p>

Tiempo	Resultado del aprendizaje	Entrada	Diapositivas	Actividades de aprendizaje y evaluación
09.30-09.45	-	<b>Revisión y vista previa</b> Presentar la sesión, el tema del taller, la agenda y debatir las expectativas <ul style="list-style-type: none"> <li>A través del rompehielos, reflexionar sobre la importancia de tener una estrategia para la revisión de las actividades utilizadas para crear conciencia de un negocio verde</li> </ul>		Introducción de los alumnos  Rompehielos – identifique tres beneficios de entender lo que funciona bien y menos bien en el aumento de la conciencia de un negocio verde
09.45-10.00	LO1	<b>Reflexión sobre la tarea</b> Revisar los resultados clave de la tarea Resalte la clave "necesidad de saber" con el proceso de planificación <ul style="list-style-type: none"> <li>Burlarse de las diferencias entre las prácticas y los procesos formales e informales</li> </ul>		Mapa de la mente los resultados clave de la discusión de grupo en rotafolio
10.00-10.30	LO1	<b>Desarrollo de una estrategia</b> Introducir el valor de desarrollar una estrategia de marketing <ul style="list-style-type: none"> <li>Explore el concepto de diferenciación de</li> </ul>		Completar la actividad 1 ⇒ A los participantes a desarrollar los principales encabezamientos de una

		producto, posicionamiento de productos y posicionamiento de valor		estrategia de marketing para su propio negocio. Cada participante para proporcionar un resumen focalizado de su estrategia a los otros participantes
10.30-10.50	LO2	<p><b>Comprender lo que hay que medir</b></p> <p>Esbozar la importancia de establecer objetivos inteligentes</p> <p>Basándose en Kotler, revise los indicadores que pueden utilizarse y la relación entre objetivos e indicadores</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Explore las formas en que las medidas de éxito pueden integrarse en las actividades de marketing</li> </ul>		
10.50-11.00		<b>Té y café</b>		
11.00-11.30	LO2	<p><b>Comprender lo que hay que medir</b></p> <p>Revisar las cuestiones relacionadas con los plazos y las responsabilidades de las personas al examinar la efectividad de las actividades de marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisar los métodos que pueden utilizarse para revisar la efectividad de las actividades de marketing, tanto cuantitativas (por ejemplo, Google Analytics) como cualitativas (por</li> </ul>		Actividad completa 2 ⇔ Basándose en una lista de indicadores esbozados por Kotler, los participantes deben trazar los indicadores que podrían utilizar y las formas en que se medirán en su negocio

		ejemplo, grupos focales)		
11.30-12.20	LO2 and LO3	<p><b>Revisar lo que funciona bien y menos bien - un estudio de caso</b></p> <p>Introduzca el estudio de caso (ya sea en papel o en un estudio de caso en vivo – siempre que sea posible, por favor use un estudio de caso en vivo)</p> <p>El estudio de caso necesita: reflexionar sobre cómo se revisa la efectividad de las actividades de marketing, el sombrero funciona bien y menos bien, las oportunidades y los desafíos en la revisión de la efectividad de las actividades de marketing y la clave de "Cómo hacerlo"</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizar las experiencias del estudio de caso para una sesión de preguntas y reuniones con los participantes o una actividad del grupo</li> </ul>		<p>Si la gestión de un Q &amp; a ⇒ mapa de la mente los resultados de la Q &amp; a en un rotafolio que se puede utilizar 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><b>Resumen</b></p> <p>Proporcionar un resumen de las cuestiones clave que surgirán del taller, incluyendo:</p>		