

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?

Fecha:		Tiempo:	
Ubicación:		Facilitado por:	
Título			

Objetivo general:	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.
Resultados de aprendizaje:	<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	-	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 la importancia de tener una estrategia para la revisión de las actividades utilizadas para crear conciencia de un negocio verde 		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	Reflexión sobre la tarea Revisar los resultados clave de la tarea Resalte la clave "necesidad de saber" con el proceso de planificación <ul style="list-style-type: none"> Burlarse de las diferencias entre las prácticas y los procesos formales e informales 		Mapa de la mente los resultados clave de la discusión de grupo en rotafolio
10.00-10.30	LO1	Desarrollo de una estrategia Introducir el valor de desarrollar una estrategia de marketing <ul style="list-style-type: none"> Explore el concepto de diferenciación de 		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>Comprender lo que hay que medir</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"> • Explore las formas en que las medidas de éxito pueden integrarse en las actividades de marketing 		
10.50-11.00		Té y café		
11.00-11.30	LO2	<p>Comprender lo que hay que medir</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"> • Revisar los métodos que pueden utilizarse para revisar la efectividad de las actividades de marketing, tanto cuantitativas (por ejemplo, Google Analytics) como cualitativas (por 		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>Revisar lo que funciona bien y menos bien - 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 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"> • Utilizar las experiencias del estudio de caso para una sesión de preguntas y reuniones con los participantes o una actividad del grupo 		<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 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</p> <p>Proporcionar un resumen de las cuestiones clave que surgirán del taller, incluyendo:</p>		