

Universidad del Este
Escuela de Estudios Profesionales
Programa Ahora

Estudio de caso/Diseño ADDIE

Guía del Diseño Instruccional

Amarilis Febo, Norayma Celpa & Luz E. Betancourt



ETEL 601 Desarrollo de Adiestramientos Virtuales Corporativos

Dra. Guillermina Viruet

11 de julio de 2015

Estudio de caso

La empresa Café D' Aquí en Camuy ha venido confrontando problemas en sus ventas. Estos han visto una disminución del volumen de ventas en café y alimentos. Esta empresa netamente puertorriqueña pertenece a los pequeños negocios que cobija la Cámara de Comercio. La empresa tiene su propia línea de café puertorriqueño. Algunos clientes le han expresado a sus dueños que es lamentable que un café tan exquisito no esté mejor promocionado. Sus dueños aspiran a tener mejor una mejor exposición en el mercado y que su negocio llegue a ser conocido por más personas.

Fase I

Necesidad

- La dueña y empleados de Café D' Aquí tienen desconocimiento en cómo promover sus productos y alimentos.
- No conocen estrategias que los ayuden a incrementar sus ventas.
- Desconocen los recursos pueden utilizar para difundir su negocio.

Metas de la compañía

- Posicionar a Café D' Aquí como uno de los mejores café en Puerto Rico e internacionalmente.
- Generar satisfacción a los clientes alrededor de nuestros productos, ambiente y servicio.
- Aumentar la operación de la empresa y su espacio de venta en un 25%.

Fase II

Requerimientos necesarios

Conocimiento:

- Ofertas y comercialización del café
- Política de ventas y promociones
- Estrategias de ventas

Destrezas:

- Comercialización a través de la redes
- Utilización de recursos

Se determina que es necesario se lleve a cabo una seminario virtual para los empleados y dueños de la empresa que satisfaga las metas que desean alcanzar. La conferencia web que se desarrollará será para que integren estrategias de promoción de sus productos y negocio utilizando diversos medios.

Fase III

Las deficiencias encontradas reflejan que los dueños y empleados desconocen sobre las estrategias necesarias para promover y expandir su negocio eficazmente. Desconocen que existen medios de fácil acceso para promover sus productos y alimentos.

Se identifica que se debe hacer una conferencia Web basada en conocimiento de destrezas y tácticas para fomentar la compra y venta del producto. El seminario debe

capacitarlos para proveer los instrumentos necesarios para llevar a cabo estrategias efectivas en diversos medios de publicación.

Instrumentos necesarios:

- Entrevista
- Cuestionario (empleados)
- Hoja de cotejo

Fase IV

- Entrevista inicial - para determinar las necesidades particulares del negocio y las estrategias utilizadas actualmente.
- Cuestionario- Inventario de habilidades y destrezas
- Hoja de cotejo- premisas para identificar fortalezas y debilidades

Fase V

Luego de los resultados del diagnóstico de necesidades, se elaborará un “*webinar*” o seminario en línea para los empleados y dueños de la empresa relacionado con las estrategias disponibles gratuitamente para comercializar sus productos y alimentos. Este seminario será sobre cómo promover su negocio a través de las redes sociales utilizando estrategias de mercadeo.

Diseño Instruccional utilizando el modelo ADDIE para la capacitación y formación de los dueños y empleados de la compañía Café D'Aquí

La compañía puertorriqueña Café D'Aquí ha confrontado problemas con la venta de sus productos y alimentos. La misma ostenta más exposición de sus líneas de productos a nivel local e internacional. Han solicitado una capacitación a *G Learning Designer's* con el propósito de conocer estrategias que fortalezcan las necesidades de su compañía y lograr optimizar las ventas y distribución de sus productos.

Análisis

Se desprende del estudio de necesidades que los empleados y dueños de la compañía Café D'Aquí es necesaria una formación en estrategias de ventas a través de medios publicitarios en línea para mejorar su exposición local e internacional. Dado a las nuevas tecnologías de información y comunicación las redes sociales han sido una expresión de exposición para muchos y en especial para el área de mercadeo. Los clientes locales del producto en la tienda de ventas han manifestado el agrado del producto, recomendando dicha exposición a nivel local e internacional según lo observado. Por tanto, recomendamos que la capacitación realizada sea para obtener mejores resultados en dicha exposición con estrategias efectivas utilizando las redes sociales como medio publicitario de la empresa. Esta capacitación va dirigida a los dueños del local y sus empleados. Los empleados deben reconocer la importancia del compromiso, ya que son parte de la compañía e implica que tanto los dueños como ellos, son responsables de cómo mercadear sus productos y alimentos.

La compañía Café D'Aquí cuenta con 12 empleados y sus dueños. Los empleados corresponden al personal que trabaja en la tienda de ventas ubicadas en el pueblo de Camuy.

Sus edades comprenden entre los 19 a 35 años de edad y los dueños 43 y 52 años de edad. La compañía está ubicada en sector urbano del pueblo de Camuy. La tienda realiza venta de café, batidas, venta de alimentos como dulces y pastelería (hecho en la tienda), ensaladas, plantillas rellenas, sándwiches y mantecados (hechos en la tienda). Atienden una clientela de 200 a 300 diarios. Los dueños inicialmente se encargan de la promoción del negocio y se encargan de toda la administración.

Diseño

El diseño de nuestra capacitación tendrá como objetivo principal el aprendizaje de destrezas y estrategias en diferentes medios de publicitarios. La capacitación se realizará en línea a través “*webinars*” para la formación del personal. Para la capacitación la compañía no cuenta con un equipo tecnológico que permita la formación de éste, por tal razón, la capacitación será en línea y nuestra compañía *G Learning Designer's*, como parte de sus estrategias de aprendizaje, proveerá el equipo tecnológico para dicha capacitación.

Objetivos del curso:

- Identificar las estrategias necesarias para las ventas a través de las redes sociales.
- Conocer sobre las diferentes redes sociales que existen.
- Promover los productos a través de herramientas necesarias en diferentes medios publicitarios.

Período y duración

- El periodo de duración de los cursos es de tres días a dos horas diarias en el horario nocturno.

Plataforma

- Skype

Actividades

- Se llevarán a cabo tres “*webinars*” con diferentes actividades para los empleados y dueños de la compañía.
- Las actividades permiten desarrollar en los empleados el conocimiento práctico para implementar estrategias diferentes para promocionar la compañía y aumentar las ventas del negocio utilizando las redes sociales.
- Cada objetivo de la actividad tendrá instrumentos de evaluación y ejercicios de práctica que el individuo debe realizar.
- Los “*webinars*” serán en línea con un facilitador que desarrollará la lección y contestará las preguntas a través de un chat.

Desarrollo

En el desarrollo de las actividades realizamos las siguientes estrategias o actividades para que los empleados y dueños de la compañía logren los objetivos del curso.

La aplicación de estas estrategias les proveerá a sus participantes herramientas para incrementar sus ventas y exposición en el mercado.

El propósito de este curso/seminario es brindar estrategias de mercadeo utilizando las redes sociales como medio de comunicación.

Actividad 1.1 En esta actividad el usuario tendrá la oportunidad de visualizar la importancia de las redes sociales como medio para promocionar y expandir su negocio.

- Observará el video: *Porque mi empresa debe estar en redes sociales disponible en la plataforma*, a través de YouTube.

Actividad 1.2 En esta actividad el usuario a través de una presentación conocerá los pasos para crear una cuenta en *Facebook*, claves de promoción y creará la cuenta de su empresa.

- Siguiendo los pasos que se señalan en la presentación creará la cuenta de la empresa en Facebook. Personalizará la cuenta de la empresa con el logo, dirección, teléfonos e información necesaria para que el cliente pueda comunicarse o llegar.

Actividad 1.3 En esta actividad el usuario creará contenido para subirlo a la cuenta de *Facebook*.

- El participante creará un menú/promoción (lo que entienda es más importante) y lo publicará en su página de negocio.

Implementación

Como parte de la implementación y logística de las actividades a realizar, se identificó que el equipo tecnológico será provisto por nuestra compañía como parte de nuestras estrategias de enseñanza.

Equipo tecnológico:

- Se le ofrecerá una computadora portátil con Internet, a través de un dispositivo portátil de conexión Wi-Fi (*Hotspot Wi-Fi*).
- Uno de nuestros técnicos de la compañía entrenará a los participantes en el uso del equipo y manejo del mismo.
- Firmarán un compromiso de responsabilidad por el equipo prestado.

Sesiones

- Cada sesión/ curso será de dos horas por tres días.
- Cada facilitador debe conectarse una hora antes en caso de algún problema por parte de los participantes.
- El participante podrá interactuar con preguntas y respuestas durante el curso con el facilitador
- Los participantes se comunicarán en tiempo real con su facilitador a través de un chat y pueden utilizar su correo electrónico para compartir información.

Materiales

- Los participantes tendrán sus guías de cada curso y los elementos para elaborar los ejercicios requeridos como parte de las actividades antes mencionadas.

Retroalimentación

- Los facilitadores deben auscultar el proceso de enseñanza si varía el mismo desde la primera sesión.
- Cada sesión debe ser evaluada para establecer estrategias nuevas o cambiar procesos o actividades durante el periodo de instrucción.
- Se establece una rúbrica para el facilitador para evaluar la interactividad y comportamiento de los participantes.

Evaluación

Los participantes serán evaluados para validar el conocimiento previo y aprendizaje luego del ofrecimiento de los cursos.

Los instrumentos de avalúos para este curso son:

- Pre prueba
- Post prueba

Los instrumentos de evaluación para este curso son:

- Desarrollo de la página en *Facebook*
- Crear menú/promoción para publicar en *Facebook*
- Elaboración de contenido para la cuenta empresarial

Documento Revisado y Adaptado

Por: Dra. Digna Rodríguez : Los estudiantes pueden mejorar el mismo de ser necesario

Tomado de la Universidad Autónoma Chapingo

Formato Guía para el “Diseño Instruccional” de Cursos en Línea y/o Modulo Instruccional Virtual

El documento que a continuación se presenta es una propuesta de formato para que los estudiantes y futuros diseñadores instruccionales cuenten con una guía que los ayude en la elaboración de contenidos para los cursos que pretendan diseñar e impartir en la modalidad mixta o a distancia. Está elaborada sobre la base del diseño curricular con enfoque en competencias, pero igualmente se puede adaptar para otro enfoque.

El contenido aquí desarrollado es el material que se subirá a la plataforma seleccionada por el estudiante en el curso que se diseñara de acuerdo a su tema seleccionado, por lo que debe prestar especial atención a la coherencia, secuencia y correspondencia que debe existir con el programa de estudio de la asignatura correspondiente, las competencias propuestas, las actividades de aprendizaje que diseñe y las estrategias que propone para poder evaluar el desempeño de la audiencia seleccionada, mediante el cual se evidencia del logro de la competencia propuesta (los objetivos, si es el caso).

I. Datos Generales

Asignatura, unidad de competencia, disciplina o módulo, según sea el caso:

Módulo Instruccional virtual aplicando el modelo ADDIE en un seminario dirigido a la Empresa Café D'Aquí para enseñar estrategias de mercadeo utilizando las redes sociales.

Estándares Académicos:	<i>N/A</i>
Expectativas de Grado:	<i>N/A</i>
Tiempo de Duración:	<i>6 horas</i>
Año – semestre:	<i>Julio 2015</i>
Elaborado por:	<i>G Instructional Designer's (Norayma Celpa, Luz Evelyn Betancourt, Amarilis Febo)</i>

a) Datos generales de la Unidad de aprendizaje No. 1							
Título:		<i>Estrategias de Mercadeo a través de Redes Sociales</i>					
Distribución de horas formativas							Créditos Académicos**
Presencial			Virtual*	Trabajo Independiente	Asesorías	Totales***	
Teoría	Práctica	Viajes de Estudio					
			6			6	
Periodo	<i>Fecha de Inicio: 10 de julio de 2015; Fecha de término: 12 de julio de 2015</i>						
Propósitos (objetivos) de la Unidad de Aprendizaje 1:							

El propósito de esta unidad es identificar estrategias de mercadeo disponibles a través del uso de las redes sociales como forma para promover el negocio, productos, ofertas y alimentos. La aplicación de estas estrategias le proveerá a sus usuarios herramientas para incrementar sus ventas y exposición en el mercado.

Contenido de la Unidad de Aprendizaje 1

Los temas de este modulo instruccional serán los siguientes:

1. *¿Por qué utilizar las redes sociales como estrategia de mercadeo?*
2. *¿Qué es Facebook?*
3. *Pasos para activar una cuenta*
4. *Claves para promocionar tu negocio*
5. *¿Cómo crear una página para mi negocio?*
6. *Herramientas gratis que puedes utilizar para promover tu negocio*








II. Contenido de cada unidad de aprendizaje.

b) Actividades.	
Actividad 1.1:	<ul style="list-style-type: none"> - Pre prueba - Ver video: Porque mi empresa debe de estar en redes sociales
Actividad 1.2	<ul style="list-style-type: none"> - Ver presentación de PPT - Desarrollo de la página en <i>Facebook</i>
Actividad 1.3	<ul style="list-style-type: none"> - Crear menú/promoción para publicar en <i>Facebook</i> - Post prueba
Tipo de actividad	<i>En línea</i>
Tiempo o período	Fecha de Inicio: 2015-07-17 Fecha de Entrega: 2015-07-17
Objetivo de la actividad:	<i>El objetivo de esta actividad es que el usuario:</i>
Actividad 1.1	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Reconozca las ventajas de promoción que brindan las redes sociales.</i>
Actividad 1.2	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Demuestre los pasos para crear una cuenta en Facebook y personalice de acuerdo al logo e información de su empresa</i>
Actividad 1.3	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Aplique los conocimientos adquiridos desarrollando contenido en la red social</i>
Introducción o presentación de la actividad:	El propósito de este curso/seminario es brindar estrategias de mercadeo utilizando las redes sociales como medio de comunicación.

	<p>1.1 En esta actividad el usuario tendrá la oportunidad de visualizar la importancia de las redes sociales como medio para promocionar y expandir su negocio.</p> <p>1.2 En esta actividad el usuario a través de una presentación conocerá los pasos para crear una cuenta en <i>Facebook</i>, claves de promoción y creará la cuenta de su empresa.</p> <p>1.3 En esta actividad el usuario creará contenido para subirlo a la cuenta de <i>Facebook</i>.</p>
<p>Instrucciones para el aprendizaje: Actividad 1.1</p> <p>Actividad 1.2</p> <p>Actividad 1.3</p>	<p>Para comenzar el usuario completará la pre prueba. Luego observará el video Porque mi empresa debe estar en redes sociales disponible en la plataforma.</p> <p>Video Youtube: https://youtu.be/WgsXmxaw42Y</p> <p>Luego observará la presentación: Conéctate a las redes sociales y promueve tu negocio</p> <p>Siguiendo los pasos que se señalan en la presentación creará la cuenta de la empresa en Facebook. Personalizará la cuenta de la empresa con el logo, dirección, teléfonos e información necesaria para que el cliente pueda comunicarse o llegar.</p> <p>El usuario ahora podrá crear un menú/promoción (lo que entienda es más importante) y lo publicará en su página de negocio.</p> <p>Luego para finalizar completará la post prueba</p>
<p>Recursos para el aprendizaje:</p>	<p>Video Youtube: https://youtu.be/WgsXmxaw42Y</p> <p>Presentación: Conéctate a las redes sociales y promueve tu negocio</p> <p>Bibliografía:</p>

	<p>Chaffey, D. & Smith, P.R. (2008). <i>eMarketing eXcellence. Planning and optimizing your digital marketing</i>. Butterworth- Heinemann Publications. Oxford, UK. http://books.mec.biz/tmp/books/G4MZ3WZZVX25E5IG6GLB.pdf</p> <p>Material de suplementario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Pymes- Política pública de apoyo al pequeño y mediano comerciante</i> http://www.suagm.edu/ipp/Economia/Entradas/2013/9/3_PyMes-Politica_Publica_de_Apoyo_al_Pequeno_y_Mediano_Comerciante.html • <i>Redes sociales, economía y empresa</i> • <i>Organizaciones, redes sociales y gestión del conocimiento</i> • <i>Estrategia de marketing de medios sociales: conceptos y pasos para formar conexiones</i> • <i>Las oportunidades de las redes sociales para las pymes</i> • <i>La nueva era de los mercados financieros y su globalización</i> <p>http://oikonomics.uoc.edu/divulgacio/oikonomics/recursos/documents/02/oikonomics_nov_es.pdf#page=3</p>
<p>Estrategias de aprendizaje:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Realización de tarea</i> - <i>Aprendizaje individualizado</i> - <i>Aprendizaje colaborativo</i>
<p>Estrategias y criterios de evaluación:</p>	<p><i>Criterios de evaluación</i></p> <p><i>Actividad 1.1</i></p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Pre prueba <p><i>Actividad 1.2</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Creación y personalización de cuenta empresarial en Facebook <p><i>Actividad 1.3</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de contenido para la cuenta empresarial • Post prueba
Recursos de la plataforma que utilizará en esta actividad (<i>Seleccione con una X el (los) recurso (s) que utilizará para desarrollar su actividad</i>).	

 Chat	()	 Tarea	(X)	 Diarios	()
 Consulta	(X)	 Wiki	()	 Encuesta	()
 Cuestionario	()	 Recursos	(X)	 Foro	()
 Videoconferencia	(X)				