

	ALCALDÍA DE VILLAVICENCIO		FR-1540-GD01	
	INSTITUCIÓN EDUCATIVA CENTAUROS Aprobación oficial No.0552 del 17 de septiembre del 2002 Nit. 822.002014-4 Código DANE 150001004630		Vigencia: 2020	
	APOYO A LA GESTION ACADEMICA		Documento controlado	
			Página 1 de 5	
DOCENTES: Luz Nevi Sierra Jerez Emily Viviana Torres Sarmiento			ÁREA: Artes - Emprendimiento – Ética y Religión	
GRADO: 8 y 9		SEDE: Centauros	Fecha: Tercer periodo 2021 (19 de julio al 17 septiembre)	
ESTANDAR: Planear y elaborar estrategias para el mercadeo de una manualidad				

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES TERCER PERIODO

SEMANA 1	19 al 23 de julio	Orientación al tema 1: elaborar una matera de cemento
SEMANA 2	26 al 30 de julio	Entrega de actividad tema 1
SEMANA 3	2 al 6 de agosto	Orientación al tema 2: decoración de la matera
SEMANA 4	9 al 13 de agosto	Entrega de actividad tema 2
SEMANA 5	16 al 20 de agosto	Orientación al tema 3: realizar un plan económico
SEMANA 6	23 al 27 de agosto	Entrega de actividad tema 3
SEMANA 7	30 de agt. al 3 de sept.	Orientación al tema 4: maketing del producto
SEMANA 8	6 al 10 de septiembre	Entrega de actividad tema 4
SEMANA 9	13 al 17 de septiembre	Autoevaluación, socialización de las notas y fin del tercer periodo.

MACETAS (materas) DE CEMENTO

MATERIALES QUE NECESITAS PARA HACER MACETAS DE CEMENTO

Antes de empezar a hacerlas, es importante preparar antes todo el material que se va a necesitar para que, de esta manera, resulte más fácil el trabajo y, de paso, ahorrar un poco de tiempo. Dicho esto, debes preparar lo siguiente:

- 2 contenedores de plástico que tengan la misma forma, siendo uno más grande que el otro.
- Aceite
- Guantes
- Cemento
- Arena de construcción
- recipiente grande de plástico para la mezcla
- Espátula o mezclador, si el color gris no te acaba de gustar,
- también necesitarás temperas, pinceles y laca para pintar.



- Puede ver más información en los siguientes videos
- <https://youtu.be/h0S2PZ6XDal>
- <https://youtu.be/Klp9nOwmSx0>
- https://youtu.be/uK-dDd_ebCg

MATERIALES QUE NECESITAS PARA HACER MACETAS DE CEMENTO

Antes de empezar a hacerlas, es importante preparar antes todo el material que se va a necesitar para que, de esta manera, resulte más fácil el trabajo y, de paso, ahorrar un poco de tiempo. Dicho esto, debes preparar lo siguiente:

- 2 contenedores de plástico que tengan la misma forma, siendo uno más grande que el otro.
- Aceite
- Guantes
- Cemento
- Arena de construcción
- recipiente grande de plástico para la mezcla
- Espátula o mezclador, si el color gris no te acaba de gustar, también necesitarás temperas, pinceles y laca para pintar.



Paso a paso para hacer macetas de cemento

1. Alistar todos los materiales
2. Preparar la mezcla de cemento: por cada medida de cemento que use debe usar tres de arena. Con los guantes puestos, se tiene que mezclar las 3 partes de arena por 1 de cemento con un poco de agua en un cubo aparte. Como la cantidad que se va a necesitar para hacer la maceta de cemento es más bien poca, hay que ir echándole el agua poco a poco para evitar que quede muy aguada. En este momento tendrás que añadirle el color para cemento si así lo deseas.
3. Una vez que está la pasta hecha, tienes que echarla al recipiente más grande, pero sólo la cantidad justa para que el recipiente más pequeño pueda caber sin problema (unos 5cm). El recipiente pequeño lo debe untar con aceite por la parte de afuera para que sea más fácil desmoldarlo.
4. Colocar el recipiente pequeño (ya debe estar aceitado) en el interior del grande y con cuidado, tienes que aplicar un poco de presión hacia abajo, calculando dejar dos centímetros entre el recipiente pequeño y el grande.
5. Añadir más cemento para ir terminando con el molde, debes agregar más cemento entre el contenedor grande y el pequeño. Y acomodar bien que quede centrada el recipiente pequeño en el grande y dejar secar en un espacio donde no le dé el sol ni la lluvia.
6. Ahora que está todo casi hecho, hay que esperar tres días para que el cemento se empiece a endurecer y se fije bien. Pasado ese tiempo, tienes que mojar un poco las macetas de cemento con un pulverizador con agua fría, y retirar el contenedor pequeño y luego el grande (desmoldar)

Los recipientes de plástico se han de limpiar bien, puesto que pueden servirnos para hacer nuevas macetas. Las macetas de cemento son muy resistentes y muy fáciles de hacer. Con un poco de paciencia, nuestras plantas podrán estar en unos tiestos que no requieren de ningún mantenimiento, puesto que soportarán las inclemencias del tiempo

La maceta la tiene que decorar con un motivo alusivo a la llaneridad, esto lo hace con temperas y para que dure más al final la debe cubrir toda con laca.

PSICOLOGÍA DEL COLOR: ¿COMO USAR LA TEORÍA DEL COLOR EN MARKETING Y DISEÑO?

En nuestro día a día no tenemos en cuenta como el color afecta nuestra vida cotidiana y para nosotros es algo secundario a la hora de comprar, pero las marcas no lo ven así ya que la teoría del color está presente en el marketing, la publicidad y el diseño.

Hemos hablado de los colores cálidos que transmiten cercanía, ternura, positividad, calor y alegría entre otros y de los fríos que transmiten frescura, seriedad y tranquilidad así que es muy importante saber el significado de cada color para aplicarlo a nuestros productos.

Cada color provoca una respuesta emocional diferente, por lo que toda marca debe conocer el efecto de los colores sobre el comportamiento humano. En pocas palabras: usa el color correcto, desata un impulso de compra.

¿QUÉ SIGNIFICADO TIENEN LOS COLORES APLICADOS AL MARKETING?

PSICOLOGÍA DEL COLOR AZUL EN MARKETING

El azul es uno de los colores más utilizados por las marcas, ya que transmite sensaciones de calma, serenidad, profesionalidad y confianza, además es el color preferido de la gran mayoría de personas.

Algunas de las marcas que utilizan el color azul

Las marcas que utilizan el color azul son muy variadas, pero predominan en general entidades financieras, el sector sanitario y empresas tecnológicas, que buscan transmitir a sus clientes seguridad y confianza.

También, cabe destacar que la mayoría de redes sociales utilizan el color azul en su estrategia, debido que buscan que los usuarios que las consumen encuentren en ellas un momento de relax y desconexión.



PSICOLOGÍA DEL COLOR ROJO EN MARKETING

El color rojo es muy bueno para llamar la atención ya que provoca emociones muy intensas, como amor, pasión, peligro o poder. En marketing, este color crea una sensación de urgencia, además de estimular el apetito.

Algunas de las marcas que utilizan el color rojo. Gran parte de las marcas que utilizan este color, son cadenas de comida rápida, empresas de bebidas o tecnológicas, debido a que crean esa sensación de necesidad urgente en el consumidor.



PSICOLOGÍA DEL COLOR AMARILLO EN MARKETING

El amarillo nos transmite diversas sensaciones relacionadas con la felicidad, la diversión y la positividad. Es un color que llama la atención y que en muchas ocasiones es utilizado de manera secundaria en combinación con otro color principal para dotar de protagonismo ciertas partes que queramos destacar. **Algunas de las marcas que utilizan el color amarillo**

Dentro de la psicología del color en marketing y diseño, estas marcas apuestan por el color amarillo para transmitir a sus consumidores una sensación de felicidad, ocio y desconexión.



PSICOLOGÍA DEL COLOR VERDE EN MARKETING

El color verde está asociado con la naturaleza, la esperanza, la libertad y el crecimiento.

Algunas de las marcas que utilizan el color verde

Dentro del mundo del marketing, la gran parte de las marcas que lo utilizan están ligadas al medio ambiente, como en el caso de las gasolineras que utilizan combustibles que protegen al medio ambiente.

O relacionadas con productos o servicios que nos llevan a un estado de relajación, como es el caso de la plataforma musical, Spotify.



PSICOLOGÍA DEL COLOR NARANJA EN MARKETING

Este tipo de color nos transmite entusiasmo, diversión, innovación, emoción, vitalidad y precaución.

Algunas de las marcas que utilizan el color naranja

En el mundo del marketing y el diseño, es un color muy utilizado para atraer la atención de los consumidores y provocar en ellos alegría. Al igual que el color rojo, es muy utilizado en botones de llamada a la acción, ya que ayuda a estimular a nuestro buyer persona a efectuar una compra.

Cómo podemos ver, las siguientes marcas que apuestan por este color en su branding corporativo, son empresas que buscan entretener y divertir a las personas y que nos conducen a un estado de alegría.



PSICOLOGÍA DEL COLOR MORADO EN MARKETING

En la psicología del color, el morado es sinónimo de lujo, romanticismo, lealtad, espiritualidad, bienestar, éxito y sabiduría.

Algunas de las marcas que utilizan el color morado

En el terreno del marketing es muy habitual verlo reflejado en productos de belleza femeninos, como es el caso de la marca Claire's.



PSICOLOGÍA DEL COLOR ROSA EN MARKETING

El rosa por excelencia es un color que transmite feminidad, sensibilidad, amor y paz. Además, los tonos más oscuros se utilizan para expresar diversión y energía. Mientras que los tonos rosas claros se asocian al romance.

Algunas de las marcas que utilizan el color rosa

Por ejemplo, este tipo de marcas lo utilizan para que los consumidores lo asocian al público femenino.



PSICOLOGÍA DEL COLOR MARRÓN EN MARKETING

Este color nos recuerda a la tierra, a la naturaleza y a lo rústico.

Algunas de las marcas que utilizan el color marrón

La mayor parte de empresas que usan este color son las marcas de café para transmitir que su producto es natural y orgánico. Cabe destacar que no es un color muy utilizado en muchos sectores ya que es uno de los colores que menos gustan por lo general.



PSICOLOGÍA DEL COLOR NEGRO EN MARKETING

El color negro transmite elegancia, poder, glamour y sofisticación. Aunque, también algunas connotaciones negativas como tristeza y soledad.

Algunas de las marcas que utilizan el color negro

Como podemos ver en este ejemplo, muchas marcas con alto prestigio apuestan por el color negro en sus diseños para crear un símbolo distinción y elegancia en sus productos. Además, el color negro es capaz de crear efectos muy minimalistas.



PSICOLOGÍA DEL COLOR BLANCO EN MARKETING

El color blanco se relaciona con la limpieza, la pureza, la luz, la simplicidad, y la inocencia.

Algunas de las marcas que utilizan el color blanco

En términos de marketing, es un color que se utiliza mucho sobre fondos negros y oscuros para dar una sensación de amplitud. Se utiliza principalmente en sectores tecnológicos, aunque al ser utilizado en su mayor mayoría junto al negro también destaca su uso en marcas elegantes y de prestigio.



MARKETING DE PRODUCTOS

El Marketing de productos es el proceso de mercadotecnia mediante el cual un producto se lleva al mercado; esto incluye su lanzamiento y posicionamiento en el mercado, el cuál debe ir unificado con los objetivos de la marca y ser entendible para los Buyer Personas a través del embudo de ventas.

Las acciones de marketing y comunicación llevadas a cabo para un producto son diferentes de las de un servicio.

¿Qué es el marketing de productos?

El Marketing de productos es un proceso de investigación, promoción y venta de un producto a un mercado en particular.

Este proceso se encarga de garantizar que las personas correctas ganen conocimiento acerca del producto en cuestión y que tengan en claro cuál es el procedimiento para su uso.

El marketing de productos incluye la escucha de las necesidades de los consumidores a lo largo del ciclo de vida del producto.

Conocer sus hábitos de consumo, sus intereses, comportamientos e incluso su día a día es fundamental: ¿qué es el producto sin las personas potenciales que podrían comprarlo?

Pasos clave en el marketing de productos

Para entender mejor este concepto hay algunos pasos clave que, una vez que se conozca al público objetivo se pueden aplicar:

- **Investigación del producto**

Un producto no se fabrica de la nada o y tampoco se comercializa a partir de la nada.

Meses o incluso un año antes de su lanzamiento, los marketers deben asistir al proceso de elaboración del producto o al menos estar al tanto de cómo es este proceso; de esta manera, está asegurado que los mensajes transmitidos partirán de la verdad.

- **Historia del producto**

¿Desde cuándo se elabora?

¿Qué problemas resuelve?

¿Qué necesidades satisface y a quién o quiénes se las satisface?

¿Por qué este producto busca solucionar problemas?

Todo esto debe tenerse muy en claro antes de la promoción.

- **Plan de lanzamiento del producto**

Este proceso y sus responsables deben quedar por escrito.

Como parte de este plan está el contenido, punto clave para comunicar no solo los beneficios del producto sino también para educar al mercado.

Un buen plan de contenidos debería incluir entre otros:

- 1.- Redes sociales.
- 2.- Website.
- 3.- Webinars.
- 4.- Blog.
- 5.- Newsletter.

- **Reunión de lanzamiento**

A celebrar en el momento en el que se lanza el producto, como cuando se lanza un cohete al espacio, todo el equipo debe estar reunido y dar sus impresiones al respecto.

- **Participación de la comunidad**

Luego del lanzamiento del producto es importante reunir comentarios que se hayan generado en torno a él; por ejemplo, personas influyentes que hablen acerca de lo que se ofrece.

Marketing mis de productos

Producto

¿Es el producto realmente una necesidad para tu audiencia?

¿Qué valor ofrece que no posee la competencia?

Precio

No solo es lo que el cliente paga, sino también las ganancias de la empresa. Al asignar el precio de un producto, se deben tener en cuenta las percepciones y los beneficios ya que, por ejemplo, un precio muy bajo puede hacer quedarlo quedar como inferior frente al que ofrece la competencia; por el contrario, un precio muy elevado puede representar una exageración para los beneficios que se obtienen de él.

Plaza

Se trata de la ubicación.

Necesitas saber en qué lugar está tu mercado objetivo para poder distribuir de la mejor manera tu producto para hacerlo accesible al público.

Promoción

Se trata de dónde y cuándo darás el mensaje acerca de tu producto a tu público objetivo.

Hay varias tácticas como: relaciones públicas, publicidad, redes sociales, correos, medios tradicionales, etcétera.

ACTIVIDADES PARA ARTÍSTICA GRADO 8° Y 9° y ÉTICA (DE GRADO 9°) profesora Luz Nevi Sierra

ACTIVIDAD 1: del 26 al 30 de julio, *entregar a más tardar el viernes 30 de julio*

Elaborar la materia y enviar fotos del proceso como evidencia

ACTIVIDAD 2: del 9 al 13 de agosto *entregar a más tardar el viernes 13 de agosto*

Decorar la materia con un motivo alusivo a la llaneridad

ACTIVIDADES PARA EMPRENDIMIENTO profesora Emily Torres

ACTIVIDAD 3. 23 al 27 de agosto *entregar a más tardar el viernes 27 de agosto*

Realiza el plan económico del producto (materia). Inversión de los materiales, precio al público, ganancia

ACTIVIDAD 4. 6 al 10 de septiembre *entregar a más tardar el viernes 10 de septiembre*

Realiza el marketing del producto. ¿A quiénes va dirigido el producto? ¿Cómo ofrecer el producto? ¿Plaza del producto?, promoción del producto. Esto lo hace mediante una infografía