

MINISTERIO DE EDUCACIÓN PÚBLICA
Viceministerio Académico
Dirección de Educación Técnica y Capacidades Emprendedoras
Departamento de Especialidades Técnicas, Sección Curricular

PROGRAMA DE ESTUDIO

Mercadeo

Nivel ● ● ● Undécimo año

Educación Diversificada Técnica

EDUCAR PARA UNA NUEVA CIUDADANÍA

Dirección de Educación Técnica y Capacidades Emprendedoras, Departamento de Especialidades Técnicas, Sección Curricular

Tabla de contenidos

Portada.....	1
Tabla de contenidos	2
Créditos.....	6
Elaboración del programa de estudio.	7
Presentación.....	11
Descripción de la carrera técnica	13
Fundamentación.....	16
Enfoque curricular.....	24
Perfil de los actores del proceso de aprendizaje.....	39
Estudiante	39
<i>Competencia general.....</i>	<i>39</i>
<i>Competencias específicas.....</i>	<i>40</i>
<i>Competencias genéricas.....</i>	<i>40</i>
<i>Competencias para el desarrollo humano.....</i>	<i>42</i>
Docente	44
Diseño curricular	47
Esquema formato del diseño curricular	48
Principios didácticos y estrategias metodológicas para la mediación pedagógica.....	49
Orientaciones para el docente	50
Orientaciones para la realización de actividades pedagógicas fuera de la institución.....	54

Planeamiento del proceso de aprendizaje.....	56
Plan anual.....	56
Esquema formato plan anual.	57
Plan de práctica pedagógica	58
Esquema formato del plan de práctica pedagógica.....	61
Evaluación del proceso de aprendizaje	62
Estructura curricular	68
Mapa curricular	69
Malla curricular	71
Nivel: Décimo.....	71
Nivel: Undécimo	76
Nivel: Duodécimo	81
Descripción de la subárea Gestión de productos y servicios para mercadear.....	86
Descripción de la subárea Comportamiento del consumidor	124
Subject Area English Oriented to Marketing.	150
Description.....	151
CEFR Guidelines	154
Rationale	155
• Student-Centered Education.....	158
• Education Based on Human Rights and Citizens' Duties	158

• Education for Sustainable Development.....	159
• Planetary Citizenship with National Identity	159
• Digital Citizenship with Social Equity	159
Meaning and Approach to Common European Framework of Reference for Languages.....	162
General Mediation Strategies and Pedagogical Approach	164
The Action Oriented Approach	164
Task Based Language Teaching (TBLT)	166
Seven Principles for Task-Based Language Teaching.....	168
English for Specific Purposes (ESP)	171
The Methodology Used in the Classroom	172
Curricular Design Template Elements	174
<i>Curriculum Template</i>	176
Planning	178
Annual Learning Plan.....	178
Pedagogical Practice Plan.....	180
Task-Building Process	181
Curricular Structure	188
Curricular Grid.....	189
Scope and Sequence	191
Curricular Design	202

Referencias bibliográficas	262
Webgrafía.....	269
Glosario de términos.....	271
Apéndices	283
Estándar de cualificación.....	284

Créditos

“El Consejo Superior de Educación (CSE) y el Ministerio de Educación Pública (MEP), como autores del presente programa de estudio, se reservan los derechos morales y patrimoniales de esta obra, siendo responsabilidad de cualquier usuario o entidad reconocer los mismos al momento de utilizar, reproducir o citar este programa y su texto.”

Autoridades

Giselle Cruz Maduro, Ministra de Educación Pública de Costa Rica.

Melania Brenes Monge, Viceministra Académica, MEP.

Steven González Cortés. Viceministro Administrativo.

Paula Villalta Olivares, Viceministra de Planificación Institucional y Coordinación Regional.

Pablo Masís Boniche, Director Educación Técnica y Capacidades Emprendedoras, MEP.

Joyce Mejías Padilla, Jefa Departamento de Especialidades Técnicas, DETCE, MEP.

Ministerio de Educación Pública

Dirección de Educación Técnica y Capacidades Emprendedoras (DETCE), MEP

Departamento de Especialidades Técnicas, Sección Curricular

San José, Costa Rica

Equipo técnico

Elaboración del programa de estudio.

Jennorie Méndez Contreras, Asesora Nacional de Educación. DETCE, MEP

- **Elaboración Subject Area: English Oriented to Marketing.**

Lizzette Vargas Murillo, National English Advisor. DETCE, MEP

- **Coordinación general y revisión.**

Rocío Quirós Campos, Jefa Sección Curricular, DETCE, MEP

- **Fundamentación, enfoque curricular del programa de estudio.**

Rocío Quirós Campos, Jefa Sección Curricular, DETCE, MEP

Colaboradores del diseño curricular

- **Validación de los elementos considerados en el diseño curricular.**

Asesores Nacionales Sección Curricular, 2019.

- **Línea gráfica del formato utilizado en el programa de estudio.**

Heidy Cordonero Solano, Asesora Nacional de Informática, DETCE.

Docentes colaboradores.

Adriana María Ramírez Alvarez, Docente de Contabilidad, Colegio Técnico Profesional de Bolívar.

Angie Elena Vargas Villalobos, Docente de Contabilidad, Colegio Técnico Profesional Rosario Naranjo.

Emmanuel Esquivel Arguedas, Docente de Contabilidad, Colegio Técnico Profesional San Pedro- Barva.

Eunice Prendas Loría, Docente de Contabilidad, Colegio Técnico Profesional Osa.

Fernando Lorenzo Rojas, Docente de Contabilidad, Colegio Técnico Profesional Atenas

Yorleny Espinoza Vázquez, Docente de Contabilidad, Colegio Técnico Profesional Santa Cruz.

Guillermo Guevara Matarrita, Docente de Contabilidad, Colegio Técnico Profesional Dos Cercas.

Susana González Segura. Docente inglés / Docente de Diseño Publicitario. Colegio Técnico Calle Blancos.

Docente colaborador de Universidad

Guillermo Guevara Matarrita, Docente Universitario Carrera de Mercadeo. Universidad Internacional de las Américas (UIA). Universidad Latina (ULATINA).

Estudiante colaboradora de Universidad

Zuricka Milagros Mitchell Méndez. Bachiller en Diseño Publicitario. Universidad Americana (UAM).

Especialistas colaboradores

Oscar Daniel Chaves Alvarado. Planificador de Medios y Mercadeo Senior. Genomma Lab. Centroamerica.

Escazú - Costa Rica. Marketing Junior.

Esteban Porras Leal, Banco Popular.

Docentes colaboradores en la Subject Area English Oriented to Marketing

Daniela Brenes Bustamante, Docente de Inglés, Colegio Técnico Profesional Bolívar.

Alejandra Dixon Plumer, Docente de Accounting, Colegio Técnico Profesional de Flores.

Guillermo Guevara Matarrita, Docente de Contabilidad, Colegio Técnico Profesional Dos Cercas.

María Jiménez Beirute, Docente de Inglés, Colegio Técnico Profesional de Flores.

Randall Gonzalo Azofeifa Arce, Docente de Inglés, Colegio Técnico Profesional de Santo Domingo Heredia.

Susana González Segura. Docente inglés / Docente de Diseño Publicitario. Colegio Técnico Calle Blancos.

Fabián Leonardo Ulloa Amador, Docente de Accounting, Colegio Técnico Profesional de Oreamuno.

Asesora colaboradora en la Subárea English Oriented to Marketing

Jennorie Méndez Contreras, Asesora Nacional Educación, Dirección de Educación Técnica y Capacidades

Emprendedoras. Departamento de Especialidades Técnicas. Sección Curricular.

Maricel Cox Alvarado, National English Advisor. Dirección de Educación Técnica y Capacidades Emprendedoras. Departamento de Especialidades Técnicas. Sección Curricular.

Instituciones u organizaciones colaboradoras

- **Diseño gráfico de la portada.**

Karla Guevara Murillo, Dirección de Recursos Tecnológicos, MEP.

- **Instituto de Investigación en Educación, Universidad de Costa Rica (INIE)**

Propuesta de ruta crítica de trabajo y contextualización del enfoque de competencias educativas.

- **Organización de Estados Iberoamericanos, OEI**

Pago de consultoría para el diagnóstico y propuesta de ruta del diseño de la Subárea Emprendimiento e Innovación para las especialidades técnicas.

Presentación

La Educación Técnica Profesional (ETP) es un subsistema del sistema educativo formal. Constituye un pilar en la preparación de técnicos, que promueve el desarrollo social y económico del país a través de una oferta educativa flexible y dinámica. Proporciona igualdad de oportunidades en términos de acceso equitativo y no discriminatorio; y ofrece dirección en dos sentidos: exploración vocacional ubicada en el Tercer ciclo de la Educación General Básica (III Ciclo EGB) y formación en una especialidad técnica seleccionada por el estudiante en el nivel de la Educación Diversificada.

De acuerdo con la Transformación curricular 2015, Fundamentación Pedagógica de la Transformación Curricular (2015), la educación técnica “Tiene como uno de sus propósitos dar respuesta a la carencia de talento humano técnico nacional y mundial actual, los cuales demandan respuestas proactivas; donde la educación es motor de cambio y catalizador para construir un mejor futuro, más sostenible y solidario” (p. 15).

Asimismo, debe cumplir con un rol fundamental al ser la vía que faculte a las personas para la toma de decisiones informadas, asumir la responsabilidad de sus acciones individuales y su incidencia en la colectividad actual y futura, el desarrollo de sociedades con integridad ambiental, viabilidad económica y justicia social en el marco del respeto de la diversidad cultural y ética ambiental; cuya implementación debe ser el desarrollo de prácticas que posibiliten el aprovechamiento de las tecnologías digitales de la información (TI) para disminuir la brecha social y digital.

En Costa Rica se visualiza la educación como un derecho humano y constitucional, donde el sistema educativo favorece la adquisición de conocimientos, habilidades y destrezas, valores y actitudes, promoviendo y estimulando el desarrollo integral de los estudiantes y su participación activa en la sociedad civil y en la vida económica del país.

La Dirección de Educación Técnica y Capacidades Emprendedoras es el órgano técnico del Ministerio de Educación Pública de la República de Costa Rica, responsable de promover programas de educación y formación de un talento humano especializado, cuya formación técnica y profesional sea el puente que potencie su vinculación con los mercados laborales o el emprendimiento.

El presente programa de estudio favorece el desarrollo de procesos educativos con una estructura programática con resultados de aprendizaje, de manera que el docente, como mediador pedagógico, pueda guiar en forma ordenada el proceso de construcción de conocimientos en el aula y el entorno y desarrolle competencias específicas, genéricas y para el desarrollo humano, que le permitan a la persona estudiante insertarse exitosamente en el mundo laboral de la carrera técnica seleccionada o desarrollar su propio negocio para el cual se ha educado.

Descripción de la carrera técnica

El Mercadeo, es el proceso de planeación y ejecución de conceptos, precios, promociones y distribución de ideas, bienes y servicios para crear un intercambio que satisfaga necesidades y los objetivos de la organización. Abarca áreas como la dirección, coordinación, jefatura, analista y asistente, en lo relativo al mercadeo, ventas, investigación de mercados y servicio al cliente, en empresas públicas, privadas y mixtas, en los sectores industriales, comercial y de servicios. El mercadeo consiste en la realización de actividades, tanto de individuos como organizaciones, encaminadas a facilitar y estimular intercambios dentro de un grupo de fuerzas externas dinámicas comerciales. De esta forma se interrelacionan productores con intermediarios consumidores, en su capacidad de intercambiar bienes y servicios que satisfagan necesidades específicas.

El objetivo de la especialidad de Mercadeo es formar profesionales en el uso eficaz de las técnicas y herramientas que optimicen la gestión estratégica de dirección desde la perspectiva de la mercadotecnia y la gestión comercial; que coadyuven a mejorar la calidad de vida de la sociedad; capaces de detectar necesidades y gustos de los usuarios de bienes y servicios producidos e intercambiados por cualquier tipo de organización social lucrativa o no lucrativa, y apliquen sus esfuerzos con la finalidad de colaborar en la construcción de una sociedad más justa y equitativa. A continuación se describen las subáreas.

Mercadeo digital

Permite orientar las acciones optimizando la gestión de todos los canales para conseguir los mejores resultados de colocación de productos y servicios, consiguiendo la fidelización de los compradores on line. Los saberes que se integran en esta sub área son:



Tecnologías de la Información (TI) aplicada a la mercadología, Marketing digital, Marketing e-commerce, Social media, Ilustración, Fotografía, Administración de empresas modernas, Diseño publicitario y Diseño digital. Además de tratar temas sobre software de aplicación, tales como: procesadores de texto, hojas electrónicas, presentaciones interactivas, Internet. Se aborda temas de gran vigencia como: introducción a la Ciberseguridad e introducción al Internet de las cosas (IoT)

Mezcla de Mercadotecnia

Esta sub área estudia las herramientas o variables de las que dispone el responsable de la mercadotecnia para cumplir con los objetivos de la compañía. Se abordan temas como el contexto de la Mercadotecnia, el Marketing Mix y el plan de Mercadotecnia.

Gestión en productos y servicios para mercadear

Con el desarrollo de esta sub área, el estudiante comprenderá la gestión administrativa dirigida al aumento en la eficiencia de la calidad de productos y servicios para mercadear. Se abarcan temas como la función administrativa de la producción, las herramientas para analizar y resolver problemas administrativos, las decisiones empresariales y políticas laborales. En esta sub área, se desarrolla el tema de emprendimiento, con el fin de crear cultura emprendedora.

Comportamientos del consumidor

El comportamiento del consumidor se refiere a la observación y estudio de los procesos mentales y psicológicos que suceden en la mente del comprador cuando éste elige un producto y no otro, con la finalidad de comprender el motivo por el que sucede de esa manera. En esta sub área se abordan los temas de Gestión comercial y legislativa, Economía y el comportamiento del consumidor.



Negocios digitales en Mercadotecnia

Es el conjunto de estrategias direccionadas a la comunicación y comercialización electrónica de productos y servicios. Es una de las principales formas que las empresas tienen para comunicarse con el público de forma directa, personalizada y en el momento adecuado. En esta sub área se estudian temas como el Mercadeo para destinos turísticos, la gestión de ventas por Internet y la planificación y evaluación de proyectos de mercadeo.

English Oriented to Marketing

Esta subárea se detalla con precisión al final de programa de estudio e incorpora por primera vez un inglés para fines específicos (ESP), en el cual se trabajan las cuatro competencias lingüísticas, utilizando los seis niveles del Marco Común Europeo de Referencia (MCER) con saberes esenciales propios del área de Mercadeo.

Fundamentación

El sistema educativo se fundamenta en la Constitución Política de Costa Rica (1949), la cual establece que “el Estado tiene la obligación de brindar una educación adecuada que se ajuste a las necesidades y requerimientos de los y las estudiantes, permitiéndoles desarrollar al máximo sus aptitudes, determinando la educación como un derecho fundamental” (Artículos 77 y 78).

El Consejo Superior de Educación (CSE), en el marco de su mandato constitucional, ha aprobado una serie de disposiciones, normativas y políticas trascendentales para orientar la educación costarricense. Reviste especial importancia en la política curricular el documento “Educar para una Nueva ciudadanía” y en la política educativa, el escrito “La persona: centro del proceso educativo y sujeto transformador de la sociedad”. Mediante el Acuerdo CSE 06-37-2016 se implementó el Marco Nacional de Cualificaciones de la Educación y Formación Técnica Profesional en Costa Rica (MNC-EFTP-CRF) y con el Acuerdo CSE 06-67-2016, el proyecto piloto “Modelo Dual: Institucionalización de una alternativa para el fortalecimiento del sistema educativo y la inserción laboral de los jóvenes en Costa Rica”. La consolidación de las cuatros estrategias responden a las necesidades de la educación técnica y formación profesional que demanda el mundo laboral actual y el fundamento curricular de los programas de estudio, bajo un enfoque de educación basada en normas de competencias, el cual constituye uno de los avances más importantes de la educación técnica profesional costarricense en el camino hacia una educación holista.



Cabe resaltar los aspectos señalados por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), en relación con el reconocimiento a la educación técnica y la formación profesional como un contribuyente clave para el desarrollo económico y la cohesión social (Galván, 2015).

En acatamiento a lo establecido en las normativas y políticas aprobadas por el Consejo Superior de Educación, la DETCE ha implementado una serie de reformas educativas orientadas a brindar herramientas que propicien la incorporación de las personas a la empleabilidad, la creación de su propia empresa o continuar estudios de educación superior.

En busca del mejoramiento continuo y el fomento de la movilidad social ascendente de la población costarricense, la educación técnica profesional (ETP) de Costa Rica continúa evolucionando para generar talento humano técnico calificado, capaz de tomar decisiones informadas, asumir la responsabilidad de sus acciones individuales e incidir en la colectividad actual y futura, con integridad ambiental, viabilidad económica y justicia social en el marco del respeto de la diversidad cultural y de la ética ambiental que contribuya con la competitividad del país.

La política educativa y política curricular aprobadas por el CSE establecen el modelo educativo en el que se enmarcan los programas de estudio de la ETP, con un enfoque curricular de educación por competencias. Éste constituye la fundamentación y el marco de referencia por seguir para el alcance de las metas y objetivos propuestos del subsistema.

Los programas de estudio tienen su fundamento en los pilares filosóficos establecidos en la política educativa: La persona: centro del proceso educativo y sujeto transformador de la sociedad.

- **Paradigma de la complejidad.** Plantea que el ser humano es un ser autoorganizado y autoreferente, es decir que tiene conciencia de sí mismo y de su entorno, cuya existencia cobra sentido dentro de un ecosistema natural social- familiar y como parte de la sociedad. En cuanto a la adquisición de conocimiento, este paradigma toma en cuenta que las personas estudiantes se desarrollan en un ecosistema bionatural (que se refiere al carácter biológico del conocimiento en cuanto a formas cerebrales y modos de aprendizaje) y en un ecosistema social que condiciona la adquisición del conocimiento. El ser humano se caracteriza por tener autonomía e individualidad; establecer relaciones con el ambiente; poseer aptitudes para aprender, inventiva, creatividad, capacidad de integrar información del mundo natural y social y la facultad de tomar decisiones.

En el ámbito educativo, el paradigma de la complejidad permite ampliar el horizonte de formación, pues considera que la acción humana, por sus características, es esencialmente incierta, llena de eventos imprevisibles, que requieren que la persona estudiante desarrolle la inventiva y proponga nuevas estrategias para abordar una realidad que cambia a diario.

- **Humanismo.** Se orienta hacia el crecimiento personal y por lo tanto aprecia la experiencia de la persona estudiante, incluyendo sus aspectos emocionales. Cada persona se considera responsable de su vida y de su autorrealización. La educación, en consecuencia, está centrada en la persona, de manera que sea ella misma evaluadora y guía de su propia experiencia, a través del significado que adquiere su proceso de aprendizaje. Cada persona es única, diferente; con iniciativa, con necesidades personales de crecer, con potencialidad para desarrollar actividades y solucionar problemas creativamente.
- **Constructivismo social.** Propone el desarrollo máximo y multifacético de las capacidades e intereses de las personas estudiantes, según el aprendizaje en el contexto de una sociedad, tomando en cuenta las experiencias previas y las propias estructuras mentales de la persona que participa en los procesos de construcción de los saberes. Es parte y producto de la actividad humana en el contexto social y cultural donde se desarrolla la persona.
- **Racionalismo.** Se sustenta en la razón y en las verdades objetivas como principios para el desarrollo del conocimiento válido, ha sido fundamental en la conceptualización de las políticas educativas costarricenses (CSE; MEP, 2016, p 8-10).



Los programas de estudio se orientan al desarrollo de competencias específicas y competencias para el desarrollo humano, las cuales se fundamentan en los pilares filosóficos de la política educativa y se articulan con los ejes que permean las diferentes situaciones desarrolladas en el ámbito educativo. Los ejes son parte de las acciones que se implementan en este programa de estudio de manera transversal en todas las unidades de estudio que se desarrollan.

- **Educación para el desarrollo sostenible.** Eje que torna a la educación en la vía de empoderamiento de las personas, a fin de que tomen decisiones informadas, asuman la responsabilidad de sus acciones individuales y su incidencia en la colectividad actual y futura, y que, en consecuencia contribuyan al desarrollo de sociedades con integridad ambiental, viabilidad económica y justicia social para las presentes y futuras generaciones.
- **Ciudadanía planetaria con identidad nacional.** Con el propósito de fortalecer la toma de conciencia de la conexión e interacción inmediata que existe entre personas y ambientes en todo el mundo y la incidencia de las acciones locales en el ámbito global y viceversa. Además, implica retomar nuestra memoria histórica, con el propósito de ser conscientes de quiénes somos, de dónde venimos y hacia dónde queremos ir.
- **Ciudadanía digital con equidad social.** Eje que busca el desarrollo de un conjunto de prácticas orientadas a la disminución de la brecha social y digital mediante el uso y aprovechamiento de las tecnologías digitales (CSE; MEP, 2016, p 10-12).

Desde la perspectiva de una educación enfocada en competencias, se integran las cuatro dimensiones que promueve la Transformación Curricular: Educar para una nueva ciudadanía (2015):

- Formas de pensar: se refiere al desarrollo cognitivo de cada persona, por lo que implica las competencias relacionadas con la generación de conocimiento, la resolución de problemas, la creatividad y la innovación.
- Formas de vivir en el mundo: conlleva el desarrollo sociocultural, las interrelaciones que se tejen en la ciudadanía global con el arraigo pluricultural y la construcción de los proyectos de vida.
- Formas de relacionarse con otros: se relaciona con el desarrollo de puentes que se tienden mediante la comunicación y lo colaborativo.
- Herramientas para integrarse al mundo: es la apropiación de las tecnologías digitales y otras formas de integración, así como la atención que debe prestarse al manejo de la información (MEP, 2015, p 33-37).

De acuerdo con las necesidades de la educación técnica y formación profesional demandadas por el mundo laboral actual y las recomendaciones de la OCDE, se creó el Marco Nacional de Cualificaciones de la Educación y Formación Técnica Profesional de Costa Rica (MNC-EFTP-CR), el cual constituye la estructura reconocida nacionalmente, que norma las cualificaciones y las competencias asociadas a partir de un conjunto de criterios técnicos contenidos en los descriptores. El propósito es guiar la formación, clasificar las ocupaciones y puestos para empleo y facilitar la movilidad de las personas en los diferentes niveles.

La formulación del documento del MNC-EFTP-CR es autoría de un grupo interdisciplinario integrado por representantes del Ministerio de Educación Pública (MEP), el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (MTSS), el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA), el Consejo Nacional de Rectores (CONARE), la Unión Costarricense de Cámaras y Asociaciones del Sector Empresarial Privado (UCCAEP) y la Unidad de Rectores de las Universidades Privadas de Costa Rica (UNIRE).

Asimismo, mediante el Decreto Ejecutivo N° 39851 -MEP-MTSS se creó la Comisión Interinstitucional para la Implementación y Seguimiento del Marco Nacional de Cualificaciones de la educación y formación técnica profesional de Costa Rica (CIIS-MNC-EFTP-CR), adscrita al Ministerio de Educación Pública; la cual está conformada por los jefes de las instituciones citadas y tiene, como función esencial, servir como instancia de coordinación para la implementación del Marco Nacional de Cualificaciones de la educación y formación técnica profesional de Costa Rica.

El Marco Nacional de Cualificaciones de la Educación y Formación Técnica Profesional de Costa Rica MNC-EFTP-CR (2018), “tiene como propósito general normar el subsistema de educación y formación técnica profesional, a través de la estandarización de los niveles de formación, descriptores, duración y perfiles de ingreso y egreso de la formación, entre otros; además de establecer la articulación vertical y horizontal en el sistema educativo costarricense y orientar la atención de la demanda laboral” (p. 36-37).

Para la detección de las competencias específicas y competencias para el desarrollo humano que requiere el país en el área técnica, se utiliza como mecanismo la implementación de la metodología establecida por el MNC-EFTP-CR para la elaboración de estándares de cualificación.



El estándar de cualificación es un documento de carácter oficial aplicable en toda la República de Costa Rica. Establece los lineamientos para la formulación y alineación de los planes de estudios y programas de la EFTP, desarrollados en las organizaciones educativas. Pueden entenderse como definiciones de lo que una persona debe saber, hacer, ser y convivir para ser considerado competente en un nivel de cualificación. Los estándares describen lo que se debe lograr como resultado del aprendizaje de calidad. Para la elaboración de estándares de cualificación se desarrollan una serie de etapas en las cuales se involucra desde el inicio hasta la validación de estándar al sector empleador. En el Estándar de Cualificación (2018) “La metodología incorpora la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación (CINE-F-2013), con el objetivo de codificar las cualificaciones para el Catálogo Nacional de Cualificaciones de EFTP, normalizar la oferta educativa y los indicadores de la estadística de la EFTP en el ámbito nacional e internacional”(p. 2-3).

Una vez que se implemente este programa de estudio, cuyo diseño y desarrollo curricular utiliza como uno de los insumos el estándar de cualificación aprobado por la Comisión para la Implementación y Seguimiento del MNC-EFTP-CR (CIIS-MNC-EFTP-CR, el diploma de técnico en el nivel medio de esos programas tendrá equivalencia con el Técnico 4, establecido en el Marco Nacional de Cualificaciones de la Educación y Formación Técnica Profesional de Costa Rica.

Enfoque curricular

Las nuevas tendencias que hoy caracterizan la organización del mercado de trabajo y la demanda de nuevos perfiles profesionales, en el marco de la globalización económica y de la sociedad de la información y el conocimiento, provocaron una transformación en materia de conocimientos, habilidades, destrezas, valores y actitudes requeridos por el talento humano técnico, el cual representa uno de los perfiles de mayor demanda según los empleadores, tanto en el mercado laboral, nacional como internacional.

Posiciones especializadas como técnicos, representantes de ventas, electricistas, mecánicos, personal de apoyo de oficina e ingenieros se han clasificado entre los primeros cinco puestos más difíciles de cubrir en los últimos diez años en Costa Rica. La escasez de talento humano disponible y la falta de competencias técnicas y competencias para el desarrollo humano son las principales razones por las que los empleadores no encuentran el talento adecuado a sus organizaciones (Manpower Group, 2018).

En dicho contexto el enfoque por competencias, desde la corriente o perspectiva formativa (tiene un respaldo epistemológico vinculado al constructivismo, neoconstructivismo, cognitivista y social constructivista), constituye uno de los factores principales para dinamizar la economía nacional. En la actualidad, se reconoce que las personas aprenden a construir el sentido de su existencia mediante hechos y experiencias ya existentes, lo cual permite elaborar nuevos conocimientos.



El enfoque por competencias, desde una perspectiva social constructivista, demanda una vinculación directa con el desarrollo integral de las personas. El aprendizaje de una competencia no puede aislarse del desarrollo de la persona, su comunidad o su entorno laboral-social. Bajo esta corriente se reconoce que el conocimiento se construye a partir de la propia experiencia de quien aprende, de la información que recibe y la manera como lo procesa, coteja, integra, reconstruye e interpreta, pero, sobre todo, de cómo la comparte con los demás.

En el enfoque por competencias se busca que la persona estudiante desarrolle sus propias aptitudes o capacidades con la intención de alcanzar un desarrollo integral a lo largo de la vida, que le permita insertarse exitosamente en el sector empleador o continuar estudios de educación superior. Según López (2016) “La palabra competencia es de naturaleza polisémica, por lo que su abordaje requiere precisar la perspectiva de su enfoque, ya que actualmente es común encontrar una gran variedad de clasificaciones (p. 43).

En el enfoque por competencias desde la perspectiva formativa, las competencias hacen referencia a los cuatro pilares del conocimiento de Jacques Delors, el cual plantea que la educación debe estructurarse en torno a cuatro aprendizajes fundamentales que en el transcurso de la vida serán para cada persona, en cierto sentido, los pilares del conocimiento: aprender a conocer, es decir, adquirir los instrumentos de la comprensión; aprender a hacer, para poder influir sobre el propio entorno; aprender a vivir juntos, para participar y cooperar con los demás en todas las actividades humanas; por último, aprender a ser, un proceso fundamental que



recoge elementos de los tres anteriores. Por supuesto, estas cuatro vías del saber convergen en una sola, ya que hay entre ellas múltiples puntos de contacto, coincidencia e intercambio (Delors, 1994).

Para hacer posible el desarrollo en la vida de las personas, su proceso de formación deberá estar asociado, no solo en la adquisición de datos e información, sino en la articulación e integración de los saberes o aprendizajes: saber conocer, saber hacer, saber estar y saber ser.

Las competencias nos remiten a la acción. Para Perrenoud (2008) “Una competencia es concebida como la capacidad de movilizar varios recursos cognitivos para hacer frente a un tipo determinado de situaciones”. Roegiers (2010) las “considera como un conjunto ordenado de capacidades (actividades) que se ejercen sobre los contenidos en una categoría determinada para resolver los problemas planteados por estos (López, p. 67).

Las competencias movilizan saberes, maneras de hacer y actitudes; cuando la persona tiene la competencia, en ese momento actualiza lo que sabe en un contexto singular.



De acuerdo con estas ideas, queda claro que una competencia puede ser definida como el saber en la acción (López, 2016). Castillo y Cabrerizo (2010) definen una competencia como:

...la capacidad de aplicar los conocimientos -lo que se sabe- junto con las destrezas y habilidades -lo que se sabe hacer- para desempeñar una actividad profesional, de manera satisfactoria y en un contexto determinado, de manera satisfactoria -sabiendo ser- uno mismo y sabiendo estar con los demás. (p. 64).

Tobón (2007) define las competencias como:

... procesos complejos de desempeño con idoneidad en determinados contextos, integrando diferentes saberes (saber ser, saber hacer, saber conocer y saber convivir), para realizar actividades y/o resolver problemas con sentido de reto, motivación, flexibilidad, creatividad, comprensión y emprendimiento, dentro de una perspectiva de procesamiento metacognitivo, mejoramiento continuo y compromiso ético, con la meta de contribuir al desarrollo personal, la construcción y afianzamiento del tejido social, la búsqueda continua del desarrollo económico-empresarial sostenible, y el cuidado y protección del ambiente y de las especies vivas (p. 17).



Esta definición muestra seis aspectos esenciales en el concepto de competencias desde el enfoque complejo: procesos, complejidad, desempeño, idoneidad, metacognición y ética. Significa que en cada competencia se hace un análisis de alguno de los aspectos centrales para orientar el aprendizaje y la evaluación, lo cual tiene implicaciones en la didáctica, así como en las estrategias e instrumentos de evaluación.

Tobón (2007) menciona que las competencias son un enfoque para la educación y no un modelo pedagógico. Son un enfoque porque solo se focalizan en determinados aspectos conceptuales y metodológicos de la educación y la gestión del talento humano; por ejemplo: 1) integración de saberes en el desempeño, como el saber ser, el saber hacer, el saber conocer y el saber convivir; 2) construcción de los programas de formación acorde con la filosofía institucional y los requerimientos disciplinares, investigativos, laborales, profesionales, sociales y ambientales; 3) orientación de la educación por medio de criterios de calidad en todos sus procesos; 4) énfasis en la metacognición en la didáctica y la evaluación de las competencias; y 5) empleo de estrategias e instrumentos de evaluación de las competencias mediante la articulación de lo cualitativo con lo cuantitativo (p. 18-19).

Al trabajar bajo un enfoque por competencias, lo primero que se deberá aclarar son las metas o propósitos propuestos. Cuando el docente planea es fundamental que fije las metas, determine los resultados esperados e identifique el tipo de competencias por desarrollar.

Para Adam (2004) los resultados de aprendizaje:

... son enunciados acerca de lo que se espera que el estudiante sea capaz de hacer, comprender o demostrar una vez terminado un proceso de aprendizaje. Describen de manera integrada los conocimientos, habilidades y actitudes que los estudiantes adquirirán en un proceso de formación. Dichos resultados deben ser observables o medibles, y se redactan usando un verbo dinámico, es decir que se refiere a una acción, no a un estado (p. 19).

El enfoque por competencias propuesto en este programa de estudio considera como parte de los elementos del diseño curricular el desarrollo de competencias específicas, genéricas y para el desarrollo humano.

Las competencias específicas tienen que ver con el conocimiento concreto de cada área temática o campo disciplinar. Las competencias genéricas constituyen parte del dominio que el estudiante debe tener sobre el conjunto de conocimientos teóricos necesarios que sustentan el campo disciplinar incluyendo funciones cognitivas, metodológicas, tecnológicas y lingüísticas. Las competencias para el desarrollo humano se refieren a la capacidad de mantener una óptima relación social y están vinculadas con la cooperación al llevar a cabo proyectos comunes o de autoconocimiento. Así mismo se vinculan con la capacidad de alcanzar una visión de conjunto e implican la comprensión, conocimiento y sensibilidad de las personas. Se le considera como la capacidad de actuar de manera flexible y disposición del cambio ante la presencia de nuevas situaciones (López, 2017, p 46-47).



El sistema educativo se fundamenta en la Constitución Política de Costa Rica (1949), la cual establece que “el Estado tiene la obligación de brindar una educación adecuada que se ajuste a las necesidades y requerimientos de los y las estudiantes, y permitiéndoles desarrollar al máximo sus aptitudes, determinando la educación como un derecho fundamental” (Artículos 77 y 78). El Consejo de Superior de Educación (CSE), en el marco de su mandato constitucional, ha aprobado una serie de disposiciones, normativas y políticas trascendentales para orientar la educación costarricense. Reviste especial importancia en la política curricular el documento “Educar para una Nueva ciudadanía” y en la política educativa el escrito “La persona: centro del proceso educativo y sujeto transformador de la sociedad”. Mediante el Acuerdo CSE 06-37-2016, se implementó el Marco Nacional de Cualificaciones de la Educación y Formación Técnica Profesional en Costa Rica (MNC-EFTP-CRF) y con el Acuerdo CSE 06-67-2016, el proyecto piloto “Modelo Dual: Institucionalización de una alternativa para el fortalecimiento del sistema educativo y la inserción laboral de los jóvenes en Costa Rica”. La consolidación de las cuatro estrategias responden a las necesidades de la educación técnica y formación profesional, que demanda el mundo laboral actual y el fundamento curricular de los programas de estudio, bajo un enfoque de educación basada en normas de competencias, el cual constituye uno de los avances más importantes de la educación técnica profesional costarricense en el camino hacia una educación holista.

Cabe resaltar los aspectos señalados por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), en relación con el reconocimiento a la educación técnica y la formación profesional como un contribuyente clave para el desarrollo económico y la cohesión social (Galván, 2015).

En acatamiento a lo establecido en las normativas y políticas aprobadas por el Consejo Superior de Educación, la DETCE ha implementado una serie de reformas educativas orientadas a brindar herramientas que propicien la incorporación de las personas a la empleabilidad, la creación de su propia empresa o continuar estudios de educación superior.

En busca del mejoramiento continuo y el fomento de la movilidad social ascendente de la población costarricense, la educación técnica profesional (ETP) de Costa Rica continúa evolucionando para generar talento humano técnico calificado, capaz de tomar decisiones informadas, asumir la responsabilidad de sus acciones individuales e incidir en la colectividad actual y futura, con integridad ambiental, viabilidad económica y justicia social en el marco del respeto de la diversidad cultural y de la ética ambiental que contribuya con la competitividad del país.

La política educativa y curricular aprobadas por el CSE, establecen el modelo educativo en el que se enmarcan los programas de estudio de la ETP, con un enfoque curricular de Educación por competencias. Constituyen la fundamentación y el marco de referencia por seguir para el alcance de las metas y objetivos propuestos del subsistema.



Los programas de estudio tienen su fundamento en los pilares filosóficos y los ejes establecidos en la Política Educativa: La persona: centro del proceso educativo y sujeto transformador de la sociedad.

Paradigma de la Complejidad

Plantea que el ser humano es un ser autoorganizado y autoreferente, es decir que tiene conciencia de sí mismo y de su entorno, cuya existencia cobra sentido dentro de un ecosistema natural social- familiar y como parte de la sociedad. En cuanto a la adquisición de conocimiento, este paradigma toma en cuenta que las personas estudiantes se desarrollan en un ecosistema bionatural (que se refiere al carácter biológico del conocimiento en cuanto a formas cerebrales y modos de aprendizaje) y en un ecosistema social que condiciona la adquisición del conocimiento. El ser humano se caracteriza por tener autonomía e individualidad, establecer relaciones con el ambiente, poseer aptitudes para aprender, inventiva, creatividad, capacidad de integrar información del mundo natural y social y la facultad de tomar decisiones.

En el ámbito educativo, el paradigma de la complejidad permite ampliar el horizonte de formación, pues considera que la acción humana, por sus características, es esencialmente incierta, llena de eventos imprevisibles, que requieren que la persona estudiante desarrolle la inventiva y proponga nuevas estrategias para abordar una realidad que cambia a diario.

Humanismo

Se orienta hacia el crecimiento personal y por lo tanto aprecia la experiencia de la persona estudiante incluyendo sus aspectos emocionales. Cada persona se considera responsable de su vida y de su autorrealización. La educación, en consecuencia, está

centrada en la persona, de manera que sea ella misma evaluadora y guía de su propia experiencia, a través del significado que adquiere su proceso de aprendizaje. Cada persona es única, diferente; con iniciativa, con necesidades personales de crecer, con potencialidad para desarrollar actividades y solucionar problemas creativamente.

Constructivismo Social

Propone el desarrollo máximo y multifacético de las capacidades e intereses de las personas estudiantes, según el aprendizaje en el contexto de una sociedad, tomando en cuenta las experiencias previas y las propias estructuras mentales de la persona que participa en los procesos de construcción de los saberes. Es parte y producto de la actividad humana en el contexto social y cultural donde se desarrolla la persona.

Racionalismo

Se sustenta en la razón y en las verdades objetivas como principios para el desarrollo del conocimiento válido, ha sido fundamental en la conceptualización de las políticas educativas costarricenses (CSE; MEP, 2016, p 8-10).

Los programas de estudio se orientan al desarrollo de competencias específicas y competencias para el desarrollo humano, las cuales se fundamentan en los pilares filosóficos de la política educativa y se articulan con los ejes que permean las diferentes situaciones desarrolladas en el ámbito educativo. Los ejes son parte de las acciones que se implementan en este programa de estudio de manera transversal en todas las unidades de estudio que se desarrollan.

Educación para el Desarrollo sostenible

Eje que torna a la educación en la vía de empoderamiento de las personas, a fin de que tomen decisiones informadas, asuman la responsabilidad de sus acciones individuales y su incidencia en la colectividad actual y futura, y que, en consecuencia contribuyan al desarrollo de sociedades con integridad ambiental, viabilidad económica y justicia social para las presentes y futuras generaciones.

Ciudadanía Planetaria con Identidad Nacional

Con el propósito de fortalecer la toma de conciencia de la conexión e interacción inmediata que existe entre personas y ambientes en todo el mundo y la incidencia de las acciones locales en el ámbito global y viceversa. Además, implica retomar nuestra memoria histórica, con el propósito de ser conscientes de quiénes somos, de dónde venimos y hacia dónde queremos ir.

Ciudadanía Digital con Equidad Social

Eje que busca el desarrollo de un conjunto de prácticas orientadas a la disminución de la brecha social y digital mediante el uso y aprovechamiento de las tecnologías digitales (CSE; MEP, 2016, p 10-12).

Desde la perspectiva de una educación enfocada en competencias, se integran las cuatro dimensiones que promueve la Transformación Curricular: Educar para una nueva ciudadanía (2015):

- Formas de pensar: se refiere al desarrollo cognitivo de cada persona, por lo que implica las competencias relacionadas con la generación de conocimiento, la resolución de problemas, la creatividad y la innovación.
- Formas de vivir en el mundo: conlleva el desarrollo sociocultural, las interrelaciones que se tejen en la ciudadanía global con el arraigo pluricultural y la construcción de los proyectos de vida.
- Formas de relacionarse con otros: se relaciona con el desarrollo de puentes que se tienden mediante la comunicación y lo colaborativo.
- Herramientas para integrarse al mundo: es la apropiación de las tecnologías digitales y otras formas de integración, así como la atención que debe prestarse al manejo de la información (MEP, 2015, p 33-37).

De acuerdo con las necesidades de la educación técnica y formación profesional demandadas por el mundo laboral actual y las recomendaciones de la OCDE, se creó el Marco Nacional de Cualificaciones de la Educación y Formación Técnica Profesional de Costa Rica (MNC-EFTP-CR), el cual constituye la estructura reconocida nacionalmente, que norma las cualificaciones y las competencias asociadas a partir de un conjunto de criterios técnicos contenidos en los descriptores. El propósito es guiar la formación, clasificar las ocupaciones y puestos para empleo y facilitar la movilidad de las personas en los diferentes niveles.

La formulación del documento del MNC-EFTP-CR es autoría de un grupo interdisciplinario integrado por representantes del Ministerio de Educación Pública (MEP), el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (MTSS), el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA), el Consejo Nacional de Rectores (CONARE), la Unión Costarricense de Cámaras y Asociaciones del Sector Empresarial Privado (UCCAEP) y la Unidad de Rectores de las Universidades Privadas de Costa Rica (UNIRE).

Asimismo, mediante el Decreto Ejecutivo N° 39851 -MEP-MTSS se creó la Comisión Interinstitucional para la Implementación y Seguimiento del Marco Nacional de Cualificaciones de la educación y formación técnica profesional de Costa Rica (CIIS-MNC-EFTP-CR), adscrita al Ministerio de Educación Pública; la cual está conformada por los jefes de las instituciones citadas y tiene, como función esencial, servir como instancia de coordinación para la implementación del Marco Nacional de Cualificaciones de la educación y formación técnica profesional de Costa Rica.

El Marco Nacional de Cualificaciones de la Educación y Formación Técnica Profesional de Costa Rica MNC-EFTP-CR (2018), “tiene como propósito general normar el subsistema de educación y formación técnica profesional, a través de la estandarización de los niveles de formación, descriptores, duración y perfiles de ingreso y egreso de la formación, entre otros; además de establecer la articulación vertical y horizontal en el sistema educativo costarricense y orientar la atención de la demanda laboral” (p. 36-37).



Para la detección de las competencias específicas y competencias para el desarrollo humano que requiere el país en el área técnica, se utiliza como mecanismo la implementación de la metodología establecida por el MNC-EFTP-CR para la elaboración de estándares de cualificación.

El estándar de cualificación es un documento de carácter oficial aplicable en toda la República de Costa Rica. Establece los lineamientos para la formulación y alineación de los planes de estudios y programas de la EFTP, desarrollados en las organizaciones educativas. Pueden entenderse como definiciones de lo que una persona debe saber, hacer, ser y convivir para ser considerado competente en un nivel de cualificación. Los estándares describen lo que se debe lograr como resultado del aprendizaje de calidad.

Para la elaboración de estándares de cualificación se desarrollan una serie de etapas en las cuales se involucra desde el inicio hasta la validación de estándar al sector empleador. En el Estándar de Cualificación (2018) “La metodología incorpora la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación (CINE-F-2013), con el objetivo de codificar las cualificaciones para el Catálogo Nacional de Cualificaciones de EFTP, normalizar la oferta educativa y los indicadores de la estadística de la EFTP en el ámbito nacional e internacional” (p. 2-3).

Una vez que se implemente este programa de estudio, cuyo diseño y desarrollo curricular utiliza como uno de los insumos el estándar de cualificación aprobado por la Comisión para la Implementación y Seguimiento del MNC-EFTP-CR (CIIS-MNC-EFTP-CR, el diploma de técnico en el nivel medio de esos programas tendrá equivalencia con el Técnico 4, establecido en el Marco Nacional de Cualificaciones de la Educación y Formación Técnica Profesional de Costa Rica.



Perfil de los actores del proceso de aprendizaje

Estudiante

Bajo el enfoque por competencias y los fundamentos establecidos en las políticas educativas y directrices emanadas por el CSE en materia de Educación técnica profesional; se espera que cada estudiante al finalizar su proceso formativo en la especialidad técnica, desarrolle las siguientes competencias:

Competencia general.

Se sustenta en el estándar de cualificación que sirvió de insumo para la elaboración del programa de estudio. Describe la función principal que ejerce un técnico en el nivel medio en el campo disciplinar en el cual se educó; la cual parte del análisis del contexto educativo y laboral producto de la información suministrada por informantes clave y fuentes de información nacionales e internacionales.

- Desarrollar acciones de planeación estratégica de mercadeo, según indicaciones recibidas, políticas de la organización, con ética y profesionalismo, promoviendo el cumplimiento de la normativa, buenas prácticas y un ambiente de sana convivencia, asimismo, coordinando con los niveles jerárquicos la solución de problemas.

Competencias específicas.

Relacionadas con el conocimiento concreto de cada área temática o campo disciplinar.

- Desarrollar acciones de planeación y desarrollo de estudios de mercado, según indicaciones recibidas, procedimientos y políticas de la organización.
- Administrar las plataformas digitales, en el posicionamiento de productos y servicios, según procedimientos y políticas de la organización.
- Implementar acciones de planeación y desarrollo de campañas de publicidad, comunicación y relaciones públicas, según indicaciones recibidas, procedimientos y políticas de la organización.

Competencias genéricas.

Constituyen parte del dominio que el estudiante debe tener sobre el conjunto de conocimientos teóricos necesarios que sustentan el campo disciplinar.

- Identifica oportunidades de negocios y aplica metodologías para la construcción de modelos de negocios.
- Elabora planes de negocios aplicando metodologías vigentes en el mercado.
- Desarrolla las etapas correspondientes para la creación de empresas de práctica y de su proyecto de vida, tomando en consideración sus competencias, recursos, el entorno y su compromiso local y social.



- Utiliza herramientas y tecnologías digitales mediante la aplicación de software de código abierto y licenciado, la automatización y el análisis de datos y su transmisión a través del Internet; así como la evaluación de alternativas para la protección e integridad de los datos mediante el uso de tecnologías.
- Promueve y verifica acciones que respondan a la normativa ambiental.
- Aplica las normas de salud ocupacional, según protocolos establecidos.
- Aplica normas de aseguramiento de la calidad establecidas a nivel nacional e internacional.
- Coordina acciones con equipos de trabajo, de manera asertiva y propositiva.
- Propone soluciones creativas e innovadoras a procesos específicos del campo de formación técnica.
- Demuestra habilidad y destreza en las tareas propias de la especialidad.
- Comprende, interpreta y comunica información técnica propia de su campo de formación.
- Dirige procesos de producción, cumpliendo las instrucciones de los técnicos superiores.
- Elabora y evalúa proyectos de la especialidad.
- Demuestra calidad en su trabajo.
- Aplica sistemas de mantenimiento preventivo y correctivo en equipo, maquinaria y herramienta, propias de la especialidad.
- Demuestra ética profesional en el cumplimiento de las tareas que forman parte de la especialidad.

- Organiza el espacio de trabajo, aplicando normas técnicas propias de la especialidad.
- Utiliza adecuadamente los materiales, equipos, maquinarias y herramientas propios de su área de formación técnica.

Competencias para el desarrollo humano.

Se definen como competencias no específicas de una ocupación, necesarias para el desarrollo integral de una persona, un profesional o un ciudadano. Se adquieren durante el desarrollo del proceso de mediación pedagógica, en el desempeño del campo disciplinar y a lo largo de la vida.

- Desempeña las labores propias de su área de formación técnica con
 - *Autocontrol*: capacidad de control o dominio sobre uno mismo.
 - *Compromiso ético*: Capacidad o voluntad para hacer el bien a través de relaciones morales entre humanos.
 - *Discernimiento*: Capacidad de comprender o declarar la diferencia entre varias cosas de un mismo asunto, involucra juicios morales o de actuación, resueltos con conciencia, aplicando un proceso lento de concentración para la toma de decisiones con ética y moral.
 - *Responsabilidad*: Capacidad de analizar procesos e identificar y comprender el asunto para proponer un planteamiento eficaz y viable.

- Propone soluciones a los problemas que se presentan en el campo laboral mostrando capacidad para el análisis de procesos e identificación y comprensión de planteamientos eficaces y viables.
- Aplica los principios de atención al cliente.
- Demuestra capacidad para ser atento con otro aplicando las políticas de la empresa, relacionándose de manera efectiva con el fin de resolver la necesidad, el servicio o producto planteado.
- Atiende al usuario con proactividad y asertividad.
- Se comunica correctamente tanto en forma oral como escrita. Demuestra capacidad de producir un canal de comunicación audible o visual para transmitir información en forma precisa
- Demuestra capacidad para aprender por él mismo, sin necesidad de un mediador (autoaprendizaje).
- Se comunica asertivamente. Comunica información clara y objetiva en relación con puntos de vista, deseos y sentimientos, con honestidad y respecto a las otras personas.
- Trabaja en equipo de manera responsable y ordenada.
- Muestra capacidad de negociación. Expone puntos de vista con el propósito de obtener un acuerdo o resultados.
- Evidencia innovación y creatividad. Desarrolla productos o procesos de manera novedosa y creativa.

- Demuestra liderazgo en el desempeño de su área de formación técnica para el logro de las metas y objetivos de la organización y el bien común.
- Manifiesta capacidad para anticiparse a problemas o necesidades futuras, por iniciativa propia, en el ámbito de su área de formación técnica.
- Evidencia pensamiento crítico. Interpreta las opiniones o afirmaciones con argumentos válidos o veraces, aplicados al contexto de la vida cotidiana.
- Otras que el sector productivo y educativo requieran.

Docente

Constituye un facilitador de la información y el conocimiento. Para ello requiere de una verdadera disposición y compromiso para ser un promotor efectivo del desarrollo de las competencias. A continuación algunas de las características del docente en un enfoque por competencias.

- Muestra inquietud por investigar, conocer y desarrollar conocimientos nuevos relacionados con su especialidad técnica.
- Muestra conocimiento de la realidad nacional e internacional que se relaciona con el campo de acción de su especialidad.
- Evalúa detenidamente su propio aprendizaje y experiencias.
- Reconoce sus capacidades y limitaciones, en busca de un continuo desarrollo personal.



- Domina y estructura los saberes para facilitar experiencias de aprendizaje significativo.
- Reconoce con profundidad las competencias, los contenidos y los enfoques que se establecen para la enseñanza, así como las interrelaciones y la racionalidad del plan de estudios.
- Posee competencias de pensamiento crítico, sistémico, divergente y reflexivo enmarcado en procesos éticos válidos ante la sociedad.
- Participa responsablemente en el proceso de desarrollo de competencias.
- Posee la habilidad de aprender a aprender.
- Promueve estrategias que motiven al estudiante a adquirir un aprendizaje significativo.
- Diseña, organiza y propone estrategias y actividades didácticas, adecuadas a los niveles y formas de desarrollo de competencias, que deben ser adquiridas por la persona estudiante, interrelacionando las características propias del medio social y cultural.
- Participa en el mejoramiento de la calidad educativa.
- Posee capacidad de expresarse en forma clara, sencilla y correcta en forma verbal y escrita, tanto en el ámbito técnico, como en el social cotidiano.
- Sabe escuchar los diferentes puntos de vista y atender las necesidades de expresión de los aprendientes e iguales en un marco de reflexión positiva.

- Aborda correctamente los procesos de solución de conflictos entre pares, promoviendo el diálogo, comprometiéndose con los ideales de la educación costarricense.
- Guía del desarrollo intelectual de los estudiantes.
- Genera estrategias de evaluación que motiven el aprendizaje significativo.
- Explora conocimientos y potenciales del alumno para el desarrollo de competencias.
- Trabaja en equipo.
- Expone empatía, sensibilidad y respeto por las necesidades y sentimientos de los demás.
- Posee sentido de equidad social, justicia, respeto, imparcialidad, integridad y honradez.
- Plantea, analiza y resuelve problemas; enfrentando desafíos intelectuales en los que genera respuestas propias a partir de sus conocimientos y experiencias.
- Posee capacidad de orientar a sus estudiantes para que estos adquieran la competencia de analizar y de resolver problemas.
- Identifica estilos de aprendizaje para optimizar y estimular las competencias.
- Determina su propio estilo en cuanto al proceso enseñanza aprendizaje usando múltiples fuentes de información e innovación.

Diseño curricular

Dentro de los elementos del diseño curricular, el programa de estudio considera el desarrollo de las competencias específicas o técnicas propias del área de formación técnica, además de las competencias para el desarrollo humano y el eje de la política educativa “Persona centro del proceso educativo y sujeto transformador de la sociedad”, la cual permea todo el proceso educativo de la carrera técnica o especialidad seleccionada por el estudiante.

Los resultados de aprendizaje son enunciados asociados con lo que se espera que el estudiante sea capaz de hacer, comprender o demostrar una vez terminado el proceso de aprendizaje. Los saberes esenciales son el conjunto de conocimientos técnicos, teóricos, metodológicos del campo disciplinar y de otras disciplinas requeridas para el proceso de aprendizaje en su área de formación técnica y para la vida. Estos deben desarrollarse para el logro de los resultados de aprendizaje determinados en la propuesta curricular.

Los indicadores de logro constituyen enunciados que expresan el camino hacia el cumplimiento del estándar, reflejan los propósitos, metas y aspiraciones a alcanzar por el estudiante, desde el punto de vista afectivo, cognitivo e instrumental. Son indicadores para la macroevaluación que permiten visualizar y evidenciar el nivel de logro alcanzado por la persona estudiante como producto del abordaje pedagógico desarrollado por el docente.

A continuación el formato establecido en el diseño curricular de este programa de estudio.



Esquema formato del diseño curricular

Especialidad ¹ : Haga clic aquí para escribir texto.	Modalidad: Elija un elemento.	Campo detallado ² : Haga clic aquí para escribir texto.	Nivel: Elija un elemento.
Subárea: Haga clic aquí para escribir texto.	Unidad de estudio: Haga clic aquí para escribir texto.		Tiempo estimado: Haga clic aquí para escribir texto.
Competencias para el desarrollo humano: Elija un elemento.		Eje política educativa ³ : Elija un elemento.	
Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro ⁴	
1.			
2.			
3.			

¹ Nombre de la Cualificación del estándar aprobado del MNC EFTP CR.

² Según el Clasificación Internacional Normalizada de la Educación (CINE).

³ Política Educativa “Persona centro del proceso educativo y sujeto transformador de la sociedad”.

⁴ Indicadores para la macroevaluación.



Principios didácticos y estrategias metodológicas para la mediación pedagógica

La educación del siglo XXI necesita encontrar nuevas formas de organizar el proceso de aprendizaje en las instituciones educativas. Este esfuerzo de búsqueda y aplicación de nuevos métodos y medios de enseñanza se requiere para todos y cada uno de los niveles educativos.

Las condiciones sociales y culturales del nuevo siglo exigen una educación diferente, más acorde con las peculiaridades de los niños, adolescentes y jóvenes de hoy. Y la razón salta a la vista: las nuevas generaciones están influidas de modo directo e indirecto por las tecnologías de la información y las telecomunicaciones, lo que hace, entre otros factores, que aprendan en modo distinto a las generaciones precedentes.

No basta con emplear recursos tecnológicos para satisfacer necesidades de aprendizaje y formación. El reto está en que las nuevas tecnologías constituyan un medio para formar a las nuevas generaciones de ciudadanos con los valores que demanda la sociedad. Por esta razón, el método de aprendizaje constituye un factor clave en la creación de nuevos ambientes de aprendizaje. En otras palabras, el método de aprendizaje es la vía o camino en la presentación de la información, los pasos que se siguen y hacen que los educandos participen de modo activo e interactivo, crítico, reflexivo y creativo, así como comprometido y responsable; de manera



que los educandos no sean solo receptores de la información sistematizada y presentada por otros, sino todo lo contrario, que participen en la construcción del conocimiento y contribuyan al aprendizaje de los demás miembros de su grupo.

Orientaciones para el docente

Las estrategias y técnicas de enseñanza aprendizaje se encargan de articular las actividades que el docente propone a sus estudiantes. Surge entonces la oportunidad para que el docente se convierta en un diseñador de escenarios y ambientes educativos experienciales, situados, enriquecidos y distribuidos, en los que intervengan diversas variables; entre ellas, el espacio físico o virtual, la duración de la actividad, el tipo y número de participantes, los recursos o materiales por emplear, los contenidos por revisar, las acciones por ejecutar, pero sobre todo, la competencia que se desea alcanzar mediante los resultados esperados (Ferreiro, 2009).

Una vez descritos los resultados de aprendizaje; que deben alcanzar las personas estudiantes, el siguiente paso es definir la estrategia de enseñanza-aprendizaje adecuada, la cual comprende tanto la metodología didáctica como la evaluación. La metodología docente es el conjunto de las estrategias, técnicas y actividades educativas (conferencias, resolución de problemas, prácticas de laboratorio, trabajo cooperativo, seminarios, visitas a empresas, entre otras) utilizadas por los docentes y las personas estudiantes en el proceso educativo.



En el diseño del proceso de enseñanza-aprendizaje se integra la estrategia de la evaluación, es decir, utilizar las técnicas y actividades evaluativas que propicien el aprendizaje.

La coordinación de resultados de aprendizaje, metodología docente y metodología de evaluación y tienen como propósito mejorar el aprendizaje, renovar la actuación docente y los procesos de mediación pedagógica para incrementar su fiabilidad, validez y transparencia. En síntesis, los resultados de aprendizaje orientan las estrategias y actividades de mediación y de evaluación.

A continuación algunas orientaciones didácticas y pedagógicas para la aplicación de currículos basados en enfoque por competencias.

- Articulación de resultados de aprendizaje, saberes esenciales, actividades y sistema de evaluación como línea de trabajo a seguir por el docente.
- Aplicación de métodos variados que resulten apropiados para la adquisición de aprendizajes de diferente naturaleza: conceptos y teorías, así como también, habilidades, actitudes y valores. La diversidad de métodos permite acceder, desde varias perspectivas, el objeto de aprendizaje de manera que se pueda aprehender de forma integral. Sin embargo, es preciso cuidar de no dispersar la atención del estudiante con una diversidad de metodologías cambiantes.

- Inclusión de las distintas metodologías dentro de un marco coherente y que responda a las características antes mencionadas. En este sentido ninguna estrategia docente es la solución única, sino más bien una excusa para invitar a los estudiantes a actuar y, sobre la base de sus producciones, crear oportunidades de intercambio y reflexión.
- Selección de actividades de contexto, que el estudiante puede reconocer como socialmente valoradas, como medio para estimular su interés y motivación.
- Un entorno que facilite un aprendizaje de calidad caracterizado, entre otros elementos, por coordinar los resultados de aprendizaje y el método docente con las estrategias, técnicas y actividades de evaluación (metodología de evaluación), de modo que todo el proceso de mediación pedagógica sea coherente y los actores de dicho proceso (docentes y estudiantes) sean copartícipes del mismo.
- Implementación cada vez más de las tecnologías de Información y comunicación para crear entornos virtuales y simular condiciones laborales reales (CSUCA, 2018, p.86-87).

En el marco del socialconstructivismo, el aprendizaje cooperativo y colaborativo revisten de importancia como metodología para el desarrollo de estrategias de mediación pedagógica bajo el enfoque por competencias. Es una metodología que establece cómo agrupar a los educandos en el salón de clases, cuántos alumnos por equipo, la forma de disponer el mobiliario, así como las funciones

EDUCAR PARA UNA NUEVA CIUDADANÍA

didácticas que van a complementarse y las estrategias que hacen posible la mediación en cada momento del proceso educativo, entre otros aspectos para que los alumnos aprendan significativamente.

La categoría básica de aprendizaje cooperativo es la interdependencia que se logra a partir de las relaciones de cooperación entre los implicados en un aprendizaje. Ello no implica suprimir el trabajo individual, es necesario prepararse mejor para el esfuerzo grupal, con el objeto de alcanzar entre todos la tarea. Cooperar es compartir una experiencia vital significativa que exige trabajar juntos para lograr beneficios mutuos. La cooperación implica resultados en conjunto, mediante la interdependencia positiva que involucra a todos los miembros del equipo en lo que se hace, y en cuyo proceso cada uno aporta su talento (Ferreiro, 2007).

Orientaciones para la realización de actividades pedagógicas fuera de la institución.

El Manual de actividades pedagógicas fuera de las instituciones educativas que ofrecen especialidades de educación técnica (2006) establece la normativa para el desarrollo de actividades pedagógicas fuera de la institución y tiene como finalidad orientar y dar a conocer los requisitos para realizar visitas, giras, pasantías y la práctica profesional en las asignaturas del área técnica del plan de estudios de la Educación Técnica Profesional, que se imparten en los colegios técnicos profesionales.

Las actividades pedagógicas fuera de la institución, constituyen un medio idóneo para fortalecer y desarrollar conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes en los estudiantes, a través de la relación con el entorno y su relación con una realidad concreta.

Para la implementación de estas actividades, todos los actores deben cumplir con lo que establece el manual antes mencionado, cuyas disposiciones son de acatamiento obligatorio y de aplicación inmediata, en todos los colegios técnicos profesionales y las instituciones públicas que imparten especialidades de Educación Técnica Profesional. Asimismo, toda actividad pedagógica fuera de la institución educativa debe corresponder únicamente con el desarrollo o complemento de los programas de estudio correspondientes a la educación técnica profesional y, a su vez, debe cumplir con lo que establezcan las disposiciones ministeriales y la legislación vigente.

El Manual de actividades pedagógicas fuera de las instituciones educativas que ofrecen especialidades de educación técnica (2006)

establece las actividades pedagógicas por utilizar como parte del proceso de aprendizaje del estudiante de la ETP:

- **Práctica profesional:** Es una actividad de índole curricular que proporciona al estudiante la oportunidad de la experiencia práctica, mediante su vinculación a la empresa pública y/o privada que le permita aplicar los conocimientos atinentes a su especialidad. Dichas prácticas se rigen por lo que establece el Reglamento de Requisitos de Graduación para optar por el Título de Técnico en el Nivel Medio en las especialidades aprobadas por la DETCE.
- **Pasantía:** Es la actividad de índole curricular, que forma parte del proceso de enseñanza y aprendizaje que se realiza en instituciones públicas y/o privadas, cuyo objetivo es lograr que el estudiante vivencie la realidad inherente a su especialidad y facilite, de esta manera, la incorporación del estudiante al sector productivo. Dicha actividad es de carácter obligatorio.
- **Gira:** Viaje a distintas instituciones públicas y/o privadas, cuyo propósito es que el o la estudiante refuerce el proceso de aprendizaje en condiciones reales.
- **Visita:** Ir a una institución pública y/o privada con el propósito de que el estudiante refuerce el proceso de aprendizaje en condiciones reales (MEP, 2006, p 2-3).

Planeamiento del proceso de aprendizaje

Plan anual

El plan anual se realiza a partir del programa de estudio vigente y constituye el cronograma en el que se representa el desarrollo del programa de estudio en los meses y semanas que componen el curso lectivo. Representa la distribución en el tiempo en el cual se desarrollarán las unidades de estudio con sus respectivos resultados de aprendizaje.

Para su confección se deben señalar las semanas e indicar las horas destinadas al desarrollo de cada una de las unidades de estudio y sus resultados de aprendizaje. Se desarrolla un plan anual por cada subárea y esta debe incluir las unidades de estudio que la conforman con sus resultados de aprendizaje. Además, respetar la secuencia lógica que señala el programa de estudio para el abordaje del proceso educativo. La información para su elaboración debe ser tomada del programa de estudio, específicamente, en función de lo indicado en la estructura, mapa y malla curricular.

Este plan debe ser entregado al Director o Directora del centro educativo de manera física o digital, según lo establezca la administración, al inicio del curso lectivo.

Plan de práctica pedagógica

Este plan debe ser preparado mensualmente. Es de uso diario y debe ser entregado al director o directora, de manera física o digital, en el momento en que la administración del centro educativo lo juzgue oportuno, de manera que se pueda comprobar que su desarrollo es congruente con lo planificado en el plan anual preparado al inicio del curso lectivo.

Su formato contempla el desarrollo de dos partes: administrativa y técnica. La información administrativa que se incluye está relacionada con el nombre del centro educativo, el nombre del docente, la especialidad o carrera técnica que imparte, nivel educativo y el curso lectivo.

La modalidad en la cual se ubica la especialidad está relacionada con los sectores de la economía (Agropecuario, Comercial y Servicios e Industrial). El Campo detallado corresponde a uno de los campos en los que se identifica la cualificación cuando se construye el estándar, según el Clasificador Internacional Normalizado de la Educación (CINE) de la Unesco.

Además, se indica la subárea, la unidad de estudio y el tiempo estimado para su desarrollo. Estos aspectos, en concordancia con lo establecido en el plan anual y por ende, en la estructura, mapa y malla curricular del programa de estudio.



La competencia para el desarrollo humano y los ejes de la política educativa se desarrollan a lo largo de todo el programa de estudio y son elementos que forman parte del desarrollo de la parte técnica del plan de práctica pedagógica.

El docente debe trasladar los resultados de aprendizaje y saberes esenciales del programa de estudio correspondiente a la subárea y unidad de estudio en desarrollo y establecer, según su experiencia docente, las estrategias y técnicas pedagógicas que empleará para su mediación; incluyendo tanto las estrategias que utilizará él como docente para su abordaje en el aula, como las que ejecutará el estudiante.

Asimismo, le corresponde al docente generar los indicadores de logro que espera observar en las personas estudiantes, producto de las estrategias de mediación empleadas y las evidencias de conocimiento, desempeño o producto según corresponda.

Los indicadores de logro, establecidos por el docente en el plan de práctica pedagógica, deben tener concordancia con la información incluida en los instrumentos técnicamente elaborados para el proceso de evaluación y, en el caso de las evidencias, deben observarse en el portafolio de evidencias del estudiante.



En relación con el campo detallado, se indica según la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación (CINE). El tiempo estimado debe determinarse en horas y corresponderá al tiempo que el docente requiere para el abordaje de cada uno de los resultados de aprendizaje, siempre en relación con lo establecido en el plan anual.

El eje de la política educativa corresponde a la política curricular “Educar para una nueva ciudadanía”. El docente debe indicar los recursos de espacio físico, materiales, equipo y herramientas que utilizará en el desarrollo del plan de práctica pedagógica. Se detalla a continuación el formato en el cual debe presentarse, según lo aprobado por el CSE en el programa de estudio.

Esquema formato del plan de práctica pedagógica.

PLAN DE PRÁCTICA PEDAGÓGICA					
Institución educativa: Elija un elemento.					
Nombre del docente: Haga clic aquí para escribir texto.			Nivel: Elija un elemento.		
Especialidad: Haga clic aquí para escribir texto.		Modalidad: Elija un elemento.		Campo detallado ⁵ : Haga clic aquí para escribir texto.	
Subárea: Haga clic aquí para escribir texto.		Unidad de estudio: Haga clic aquí para escribir texto.		Tiempo estimado:	
Competencias para el desarrollo humano: Elija un elemento.			Eje política educativa ⁶ : Elija un elemento.		
Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Estrategias para la mediación pedagógica		Evidencias	Tiempo estimado (horas)
1.		Docente	Estudiante	Conocimiento Desempeño Producto	
2.		Docente	Estudiante	Conocimiento Desempeño Producto	
Recursos: Aula para clase teórica: Haga clic aquí para escribir texto. Laboratorio o taller para clase práctica: Haga clic aquí para escribir texto. Equipos y herramientas: Haga clic aquí para escribir texto. Materiales: Haga clic aquí para escribir texto.					

⁵ Según la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación (CINE).

⁶ Política Curricular “Educar para la nueva ciudadanía”.

Evaluación del proceso de aprendizaje

Hablar de evaluación por competencias significa incorporar nuevas estrategias de evaluación. En este sentido, se enfatiza la importancia de implementar una evaluación orientada al aprendizaje, centrada en la participación del alumno, dirigida a situaciones de naturaleza auténtica, cada vez más cercanas a la vida real. Por lo tanto, la competencia es contextual; refleja la relación entre las habilidades de las personas y las actividades que desempeñan en una situación particular en el mundo real (López, 2014).

La evaluación en un enfoque por competencias es continua, dinámica, holista y dirigida al análisis de los niveles de desempeño alcanzados por el estudiante. En este sentido, la evaluación cumple una función de autorregulación que le permite al estudiante generar un monitoreo personal de su aprendizaje.

Desde esta perspectiva, la competencia predice el desempeño; está directamente vinculada con procesos prácticos del estudiante y no tanto con el cúmulo de datos. Mediante la evaluación se identifican y registran los atributos de la competencia que se pretende desarrollar a través de los procesos y las evidencias generadas por los estudiantes, con la intención de valorar la evolución del dominio y la transferencia de las mismas. El docente hace juicios basados en el proceso y las evidencias de sus estudiantes por medio de la observación y análisis de la evolución del dominio de niveles.

La evaluación debe estar alineada al currículum; debe existir un equilibrio entre los resultados de aprendizaje, las estrategias de mediación por desarrollar durante todo el proceso educativo y el sistema de valoración de los conocimientos, desempeños y productos deseados, según los indicadores de logro establecidos.

La evaluación ofrece estrategias que posibilitan conocer a profundidad los resultados obtenidos por los estudiantes y toman conciencia de lo que se espera de ellos. Mediante la evaluación basada en competencias, los estudiantes ofrecen a docentes, padres de familia, compañeros y comunidad en general “evidencias” de su desempeño por medio de nuevas herramientas y métodos de evaluación. Estas herramientas se apoyan en una perspectiva de corte constructivista y centran su dinámica en los procesos.

Una vez seleccionadas las estrategias de mediación pedagógica, se definen los instrumentos de evaluación. En ellos se incluyen los indicadores de logro y los criterios de desempeño mediante los cuales se valorará la situación de aprendizaje, pues permiten al docente emitir juicios sobre lo alcanzado por cada persona estudiante.

Para alcanzar la objetividad, cuando se emiten los juicios de valor, es importante establecer los indicadores de logro y las evidencias asociadas a los niveles de valoración establecidos, para que al finalizar se pueda proceder al análisis de la información recolectada

y determinar si se han alcanzado las competencias y en qué niveles, lo que permite la toma de decisiones respecto al desarrollo de las competencias por parte de cada estudiante.

El Reglamento de Evaluación de los Aprendizajes, mediante decreto ejecutivo, rige la evaluación costarricense y establece los componentes de la evaluación para cada una de las modalidades del sistema educativo. La nota en cada asignatura, para cada período, se obtiene de la sumatoria de los porcentajes correspondientes a las calificaciones obtenidas por la persona estudiante en los componentes. A continuación se describen los componentes de la calificación que actualmente establece el Reglamento de evaluación de los aprendizajes (REA) para los talleres exploratorios y subáreas que se desarrollan en la Educación Técnica Profesional tanto en modalidades diurnas, nocturnas y plan a dos años. El valor porcentual de los componentes lo define el REA según corresponda.

- **Trabajo cotidiano.** Consiste en las actividades educativas que realiza el estudiantado con la guía y orientación de la persona docente según el planeamiento didáctico y el programa de estudios.

Para su calificación se deben utilizar instrumentos técnicamente elaborados, en los que se registre información relacionada con el desempeño de la persona estudiante. La misma se recopila en el transcurso del período y durante el desarrollo de las lecciones, como parte del proceso de enseñanza - aprendizaje y no como producto, debe reflejar el avance gradual de la persona estudiante en sus aprendizajes.



En las asignaturas de las especialidades técnicas del Plan de Estudios de Educación de Adultos y la Educación Diversificada Técnica, el trabajo cotidiano incluye la realización del portafolio de evidencias.

- **Tareas.** Consisten en trabajos cortos que se asignan al estudiantado con el propósito de reforzar aprendizajes esperados, de acuerdo con la información recopilada durante el trabajo cotidiano. Mediante las tareas, el estudiantado puede repasar o reforzar los aprendizajes esperados. Por ello es indispensable que sean ejecutadas por el estudiantado exclusivamente para que así puedan fortalecer su propio aprendizaje. Las tareas no deben asignarse para ser desarrolladas en horario lectivo y en períodos de vacaciones, entiéndase Semana Santa y medio año, o período de pruebas calendarizadas en el centro educativo.
- **Pruebas.** Son un instrumento de medición cuyo propósito es que el estudiantado demuestre la adquisición de habilidades cognitivas, psicomotoras o lingüísticas. Pueden ser escritas, de ejecución u orales. Para su construcción se seleccionan los aprendizajes esperados e indicadores, de acuerdo con el programa de estudio vigente, del nivel correspondiente. A menos que la persona docente lo juzgue necesario, las pruebas no deben tener carácter acumulativo durante un mismo período. La prueba escrita debe ser resuelta individualmente y debe aplicarse ante la presencia del docente o, en su defecto, ante el funcionario que el director o la directora designe. La prueba oral y de ejecución debe aplicarse ante la persona docente a cargo de la asignatura.

Las pruebas cortas deben tener carácter formativo, salvo el caso de las aplicadas al estudiantado con necesidades educativas.

- **Proyecto.** Es un proceso de construcción de aprendizajes, guiado y orientado por la persona docente; parte de la identificación de contextos del interés de la persona estudiante. Está relacionado con contenidos curriculares o resultados de aprendizaje, aprendizajes obtenidos, valores, actitudes y prácticas propuestas en cada unidad temática del programa de estudio o subáreas de las especialidades técnicas. Tiene como propósito, que el estudiantado aplique lo aprendido en la realización reflexiva de un conjunto sistemático de acciones de interés en un contexto determinado del entorno sociocultural.

Su realización puede ser de manera individual o grupal. Para su evaluación se debe entregar al estudiantado, los indicadores y criterios, según las etapas definidas para el mismo, además, considerar tanto el proceso como el producto y evidenciarse la autoevaluación y coevaluación.

- **Asistencia.** La asistencia se define como la presencia de la persona estudiante en las lecciones y en todas aquellas otras actividades escolares a las que fuere convocado. Las ausencias y las llegadas tardías podrán ser justificadas o injustificadas. (MEP, 2018, Art. 25-30)

Actualmente, se cuenta con una gama de estrategias y herramientas que el docente puede utilizar como parte del proceso de evaluación de algunos de los componentes citados, como es el caso del trabajo cotidiano: mapa conceptual, portafolio de evidencias, línea de tiempo, mapa mental, mapas cognitivos, video foro, proyectos, collage, plenarias, entre muchas otras. El docente debe confeccionar instrumentos de evaluación técnicamente elaborados, que muestren los indicadores y permitan visualizar el nivel de logro alcanzado por la persona estudiante según el cumplimiento de la normativa vigente y las directrices ministeriales emanadas para tales efectos.

Las pruebas escritas y de ejecución constituyen instrumentos de evaluación de gran importancia para la valoración del desempeño del estudiante. Deben confeccionarse de acuerdo con los lineamientos técnicos establecidos por el Departamento de Evaluación de los Aprendizajes del MEP.

El portafolio de evidencias, además de tener asignado un rubro porcentual en el componente de la calificación del trabajo cotidiano, es una herramienta valiosa para su evaluación ya que en él se deben observar las evidencias del proceso de aprendizaje de la personas estudiantes en el desarrollo de las competencias, según los lineamientos establecidos por la Dirección de Educación Técnica y Capacidades Emprendedoras.

Estructura curricular

NOMBRE DE LA SUBÁREA	(NÚMERO DE HORAS POR SUBÁREA POR NIVEL)					
	Décimo		Undécimo		Duodécimo	
	Horas semanales	Horas anuales	Horas semanales	Horas anuales	Horas semanales	Horas anuales
1. Mercadeo digital	16	640	-	-	8	200
2. Mezcla de mercadotecnia	4	160	-	-	-	-
3. Gestión en productos y servicios para mercadear	-	-	12	480	-	-
4. Comportamiento del consumidor	-	-	8	320	-	-
5. Negocios digitales en mercadeo					12	300
6. English Oriented to Marketing	4	160	4	160	4	100
Total 2840 horas ⁷	24	960	24	960	24	600

⁷ Incluye las 320 horas de la práctica profesional de duodécimo nivel.



Mapa curricular

Décimo

1. Mercadeo digital

1 TI aplicada a la Mercadología 160 Horas	2 Marketing digital 128 Horas
3 Marketing E-commerce 96 Horas	4 Social media 96 Horas
5 Ilustración 80 Horas	6 Fotografía 80 Horas

2. Mezcla de mercadotecnia

1 Contexto de la mercadotecnia 48 Horas	2 Marketing mix 56 Horas
3 Plan de mercadotecnia 56 Horas	

Undécimo

1. Gestión en productos y servicios para mercadear

1 Función administrativa de la producción en mercadeo 108 Horas	2 Herramientas para analizar y resolver problemas operativos 96 Horas
3 Decisiones empresariales y políticas laborales 108 Horas	4 Emprendimiento e innovación para mercadólogos 168 Horas

2. Comportamiento del consumidor

1 Gestión comercial y legislativa 96 Horas	2 Economía 96 Horas
3 Comportamiento del consumidor 128 Horas	

Duodécimo

1. Mercadeo digital

1 Administración de empresas modernas 40 Horas	2 Diseño publicitario 80 Horas
3 Diseño digital 80 Horas	

**2. Negocios digitales en
Mercadotecnia**

1 Estadística para mercadeo 72 Horas	2 Gestión de ventas por internet 72 Horas
3 Relaciones Públicas y Comunicación 156 Horas	



Décimo	Undécimo	Duodécimo
3. English Oriented to Marketing	3. English Oriented to Marketing	3. English Oriented to Marketing
El desarrollo de ésta sub área se detalla en el apartado destinado para la misma, e incluye la estructura, el mapa y la malla curricular. 160 horas	El desarrollo de ésta sub área se detalla en el apartado destinado para la misma, e incluye la estructura, el mapa y la malla curricular. 160 horas	El desarrollo de ésta sub área se detalla en el apartado destinado para la misma, e incluye la estructura, el mapa y la malla curricular. 100 horas

Malla curricular

Nivel: Décimo

Mercadeo

1- Mercadeo digital

1. TI aplicada a la mercadología (160 horas)	2. Marketing digital (128 horas)	3. Marketing E-commerce (96 horas)	4. Social media (96 horas)
---	-------------------------------------	---------------------------------------	-------------------------------

Resultados de aprendizaje	Resultados de aprendizaje	Resultados de aprendizaje	Resultados de aprendizaje
<ol style="list-style-type: none"> Utilizar herramientas para la producción de documentos, según las nuevas tendencias. Utilizar herramientas para la gestión y análisis de la información. Utilizar el Internet del todo y la seguridad de los datos. Aplicar principios éticos y legales en el acceso, uso y 	<ol style="list-style-type: none"> Contrastar las diferencias entre el mercadeo tradicional y el mercadeo digital. Diseñar campañas publicitarias efectivas en redes sociales, de modo que la marca alcance los objetivos propuestos en el Plan Estratégico de Mercadeo. 	<ol style="list-style-type: none"> Desarrollar el plan estratégico de mercadeo, según las nuevas tendencias. Diseñar el canal de comercio electrónico, según las nuevas tendencias. 	<ol style="list-style-type: none"> Realizar la segmentación de mercado según los objetivos de marca, con el fin de ejecutar la estrategia de mercadeo, de manera efectiva y sostenible en el tiempo. Crear acciones y estrategias para el mantenimiento, mejoramiento y



Resultados de aprendizaje	Resultados de aprendizaje	Resultados de aprendizaje	Resultados de aprendizaje
<p>análisis de la información obtenida a partir de grandes volúmenes de datos.</p> <p>5. Desarrollar capacidades para el acceso a la información de forma eficiente, haciendo un uso preciso, responsable, creativo y crítico de la misma.</p>	<p>3. Investigar en plataformas de medición de sitios y redes sociales que orienten las acciones del mercadólogo.</p> <p>4. Crear la estrategia y plan táctico para la pauta digital.</p> <p>5. Innovar sus trabajos con ideas creativas, en temas relativos a su especialidad.</p> <p>6. Mostrar escenarios de desarrollo sostenible en relación con lo establecido en la Agenda 2030, a través de la educación.</p>	<p>3. Integrar los objetivos del negocio con la cadena del valor.</p> <p>4. Relacionar el mercadeo experiencial de los clientes, con las distintas generaciones.</p> <p>5. Utilizar el mercado verde como fuente de solución a problemas, innovación y creatividad.</p> <p>6. Ejemplificar escenarios de desarrollo sostenible en materia de mercadeo verde, a través de la educación.</p>	<p>evaluación de los momentos de verdad.</p> <p>3. Desarrollar estrategias de contenido alterno para el aumento de la visibilidad y posicionamiento de la marca entre los usuarios de la nueva tecnología, integrándolos en la cadena de valor del negocio.</p> <p>4. Presentar los trabajos con ideas creativas, usando temas relacionados con los momentos de verdad.</p> <p>5. Ilustrar situaciones de desarrollo sostenible en temas relacionados con la administración verde, a través de la educación.</p>



Mercadeo

1- Mercadeo digital

5. Ilustración (80 horas)

1. Manejar las herramientas del software de ilustración, según las nuevas tecnologías.
2. Estudiar casos para la toma de decisiones con pensamiento crítico.
3. Usar tecnología en el desarrollo de actividades básicas de Second Life

6. Fotografía (80 horas)

1. Utilizar las herramientas digitales para la edición de fotografías, según las nuevas tecnologías.
2. Asumir compromiso ético en forma creativa e innovadora.
3. Demostrar los principios de una ciudadanía digital con equidad, en el uso de Normas de netiqueta inclusivas.

Mercadeo

2. Mezcla de mercadotecnia

1. Contexto de la mercadotecnia
(48 Horas)

2. Marketing mix
(56 Horas)

3. Plan de mercadotecnia
(56 Horas)

Resultados de aprendizaje

1. Seleccionar los mercados según las nuevas tendencias.
2. Aplicar la segmentación de mercado, según las nuevas tendencias.
3. Resolver casos de compra de bienes y servicios, usando como base sitio web oficial del Sistema de Compras Públicas (SICOP).
4. Desarrollar habilidades en negociación, según las nuevas tendencias.

Resultados de aprendizaje

1. Costear el producto o servicio para mercaderarlo, según las nuevas tendencias.
2. Explicar en qué consiste la consolidación del producto, en el contexto de sus variables.
3. Aplicar los principios de la cadena de valor en el contexto del mercadeo.
4. Utilizar técnicas de trabajo en equipo, en el desarrollo de su especialidad.

Resultados de aprendizaje

1. Explicar aspectos básicos de la economía, según las nuevas tendencias.
2. Diseñar la estructura del Plan de mercadeo, para las modalidades: Industrial, Agropecuaria y Comercial y de servicios, según las nuevas tendencias.
3. Elaborar los instrumentos de control y evaluación del plan de mercadotecnia, según la plataforma digital seleccionada.

Resultados de aprendizaje
5. Implementar estrategias educativas sobre el desarrollo de una comunidad virtual estudiantil a través del uso de un sistema de videoconferencias, reuniones virtuales y gratuitas con la tecnología móvil o equipos de cómputo estacionarios.

Resultados de aprendizaje
5. Desarrollar estrategias para el fortalecimiento de una ciudadanía planetaria con identidad.

Resultados de aprendizaje
4. Utilizar técnicas de servicio al cliente para realizar una buena gestión administrativa.
5. Explicar las formas de protección de los nuevos productos, según las nuevas tendencias.

Nivel: Undécimo

Mercadeo

1. Gestión de productos y servicios para mercadear

1. Función administrativa de la producción en mercadeo (108 horas)

2. Herramientas para analizar y resolver problemas operativos. (96 horas)

3. Decisiones empresariales y políticas laborales. (108 horas)

4. Emprendimiento e innovación para mercadólogos (168 horas)

Resultados de aprendizaje

1. Explicar los fundamentos de los enfoques teóricos para la administración de la producción, según las nuevas tendencias.
2. Diferenciar las características de la ventaja competitiva y la ventaja comparativa.

Resultados de aprendizaje

1. Usar herramientas para el análisis y resolución de problemas operativos.
2. Analizar el proceso de desarrollo de productos y servicios, según la filosofía de los negocios inteligentes.

Resultados de aprendizaje

1. Explicar las decisiones empresariales con base en la planeación estratégica y el control estadístico de procesos.
2. Explicar las decisiones empresariales relativas al talento humano y la política laboral de la empresa.

Resultados de aprendizaje

1. Utilizar técnicas creativas que permitan la generación de ideas de negocio innovadoras, brindando soluciones a las necesidades detectadas en los clientes potenciales.
2. Construir modelos de negocios a partir de

Resultados de aprendizaje	Resultados de aprendizaje	Resultados de aprendizaje	Resultados de aprendizaje
<p>3. Explicar las implicaciones gerenciales de Sistema de servucción.</p> <p>4. Participar en dinámicas que favorezcan el pensamiento creativo.</p> <p>5. Desarrollar técnicas que permitan el fortalecimiento de la ciudadanía planetaria con identidad, en el marco del manejo responsable de la información.</p>	<p>3. Utilizar las normas de protocolo y etiqueta, según las nuevas tendencias, en eventos institucionales.</p> <p>4. Identificar las mejores soluciones a problemas ecológicos en Costa Rica.</p> <p>5. Fortalecer la identidad de ciudadano planetario en el marco del gobierno digital.</p>	<p>3. Resolver situaciones obrero - patronales, según la legislación laboral vigente.</p> <p>4. Ejercer sus acciones en forma ética y responsable como ciudadano de una comunidad y país, en el marco de la política curricular del MEP.</p> <p>5. Desarrollar técnicas que permitan el fortalecimiento de una ciudadanía planetaria con identidad desde la perspectiva de género.</p>	<p>ideas innovadoras con propuestas de valor diferenciadoras, utilizando las herramientas y metodologías vigentes.</p> <p>3. Realizar labores en las áreas funcionales que conforman la empresa de práctica propuesta aplicando los principios de la administración y lo establecido en el plan de negocios.</p> <p>4. Planificar su vida, considerando sus competencias, recursos y el entorno, contribuyendo al desarrollo de la cultura emprendedora.</p>

Resultados de aprendizaje	Resultados de aprendizaje	Resultados de aprendizaje	Resultados de aprendizaje
			<p>5. Elegir las mejores estrategias para búsqueda de información a través del uso de las tecnologías de forma individual o colaborativa.</p> <p>6. Valorar el impacto social, económico y ambiental que genera la eficiencia energética.</p>



Mercadeo

2. Comportamiento del consumidor

<p>1. Gestión comercial y legislativa (96 horas)</p>	<p>Economía (96 horas)</p>	<p>Comportamiento del consumidor (128 horas)</p>
<p>Resultados de aprendizaje</p> <ol style="list-style-type: none"> Usar técnicas modernas de ventas efectivas, aplicables a todo el comercio. Utilizar leyes en la resolución de casos. Fortalecer acciones éticas y responsables en el marco del Programa Integral de Educación para el Desarrollo Sostenible y la Gestión Ambiental 	<p>Resultados de aprendizaje</p> <ol style="list-style-type: none"> Crear cultura tributaria de modo que se favorezca la economía del país. Explicar las variables microeconómicas y macroeconomía que impactan a la empresa. Reconocer el impacto del neuromarketing en la sociedad. 	<p>Resultados de aprendizaje</p> <ol style="list-style-type: none"> Explicar el papel del consumidor como individuo. Analizar el efecto de la comunicación en el comportamiento del consumidor. Examinar el contexto social y cultural de los consumidores. Implementar soluciones de seguridad empresarial en materia de salud ocupacional.

Resultados de aprendizaje	Resultados de aprendizaje	Resultados de aprendizaje
<p>Institucional-MEP (versión vigente).</p> <p>4. Desarrollar técnicas que permitan el fortalecimiento de una ciudadanía planetaria con identidad, en el marco de la prevención de estafas.</p>	<p>4. Reconocer los principios de la Ley de Igualdad de Oportunidades para las Personas con Discapacidad, con el fin de actuar en forma ética y responsable, en calidad de ciudadano de la comunidad y país.</p> <p>5. Implementar el fortalecimiento de una ciudadanía planetaria con identidad, en el marco de los Estándares de Cualificación.</p>	<p>5. Incentivar el actuar como un ciudadano planetario con identidad, en el marco de la Industria 4.0.</p>



Nivel: Duodécimo

Mercadeo

1. Mercadeo digital

1. Administración de empresas modernas (40 horas)

2. Diseño publicitario (80 horas)

3. Diseño digital (80 horas)

Resultados de aprendizaje

1. Reconocer los principios de la administración, según las nuevas tendencias.
2. Costear los servicios publicitarios, usando como base los principios contables.
3. Tomar decisiones administrativas sencillas, con base en información relativa al Cuadro de Mando Integral.

Resultados de aprendizaje

1. Explicar la sintaxis de la imagen, según las nuevas tendencias.
2. Usar el diseño editorial en productos gráficos.
3. Diseñar empaques y embalajes de acuerdo con las características de productos específicos.
4. Buscar soluciones a diferentes escenarios, presentes en la economía social solidaria.

Resultados de aprendizaje

1. Usar herramientas disponibles en software específico para la creación de páginas Web.
2. Utilizar software de animación vectorial.
3. Usar las aplicaciones básicas para el diseño de páginas Web.
4. Desarrollar la capacidad de toma de decisiones con base en información administrativa.
5. Implementar estrategias educativas para el desarrollo

Resultados de aprendizaje
4. Aplicar principios del Aprendizaje Basado en Proyectos (PBL).
5. Fomentar estrategias educativas para el desarrollo sostenible, en el marco de los derechos humanos.

Resultados de aprendizaje
5. Implementar estrategias educativas para el desarrollo sostenible, en el marco del falso marketing ecológico.

Resultados de aprendizaje
sostenible, en el marco de la interculturalidad.



Mercadeo

2. Negocios digitales en Mercadotecnia

1. Estadística para Mercadeo
(72 horas)

2. Gestión de ventas por internet
(72 horas)

3. Relaciones públicas y comunicación
(156 horas)

Resultados de aprendizaje

1. Analizar información estadística, presentada a través de cuadros, gráficos estadísticos, según las nuevas tendencias.
2. Resolver casos de estadística en el contexto de la Gestión de Mercadeo.
3. Reconocer el perfil de un cliente con orientación turística.
4. Explicar las estrategias de segmentación y mercadeo turístico.

Resultados de aprendizaje

1. Elegir el producto ideal para la venta por internet.
2. Seleccionar la plataforma adecuada para vender el producto o servicio.
3. Crear páginas de ventas por internet, según las nuevas tendencias.
4. Redactar informes técnicos desarrollando la comunicación oral y escrita.
5. Reconocer acciones de desarrollo tecnológico con

Resultados de aprendizaje

1. Explicar los fundamentos conceptuales de las Relaciones Públicas.
2. Analizar casos para tener éxito en materia de Relaciones Públicas, según las nuevas tendencias.
3. Usar herramientas teóricas y prácticas para el desarrollo de las Relaciones Públicas, según las nuevas tendencias.
4. Desarrollar una actitud empresarial proactiva.
5. Diagnosticar la equidad social a nivel de las Américas.

Resultados de aprendizaje
5. Desarrollar capacidad analítica en el Aprendizaje Basado en Desafíos (CBL).
6. Aplica la Ingeniería del Caos, en la resolución de conflictos.

Resultados de aprendizaje
equidad que favorezcan el medio ambiente.

Resultados de aprendizaje



SUB ÁREA GESTIÓN EN PRODUCTOS

Y SERVICIOS PARA MERCADEAR

Descripción de la subárea Gestión de productos y servicios para mercadear.

La sub-área Gestión de productos y servicios para mercadear ofrece un espacio para que los aspectos teórico-prácticos sean desarrollados durante doce horas semanales para un total de 480 horas anuales, comprendidas en el curso lectivo. Lo cognoscitivo, lo psicomotor y lo afectivo se interrelacionan para facilitar la formación integral del educando. El proceso de enseñanza y aprendizaje, se fundamenta en el desarrollo de contenidos programáticos representativos, como son: función administrativa de la producción, herramientas para el análisis y resolución de problemas operativos, emprendimiento, decisiones sobre capacidad, localización, distribución, calidad, y políticas laborales.

A continuación se indican las unidades de estudio que integran la subárea:

Función administrativa de la producción en mercadeo

Esta unidad de estudio se encarga de la planificación, organización, dirección, control y mejora de los sistemas que producen bienes y servicios.

Herramientas para analizar y resolver problemas operativos

La experiencia de los especialistas en la aplicación de estas herramientas señala que bien utilizadas y aplicadas, con la firme idea de estandarizar la solución de problemas, los equipos pueden ser capaces de resolver hasta el 95% de los problemas.

Se aplican herramientas y técnicas cualitativas y no cuantitativas tales como: recolección de datos, lluvia/Tormenta de ideas, diagrama de Pareto, diagrama de Ishikawa, diagrama de flujo, matriz de relación, diagrama de comportamiento, diagrama de Gantt, entrevistas, presentación de resultados.

Decisiones empresariales y políticas laborales

Es habitual que las empresas se enfrenten en su día a día a la disyuntiva de tener que tomar decisiones. Tomar el camino correcto es elemental, ya que el éxito o fracaso pueden depender de cada determinación. La política laboral está determinada en función de las fluctuaciones de la política y la economía a nacional e internacional. También, está influida además por la actuación de las asociaciones empresariales y los sindicatos.

Emprendimiento e innovación para mercadólogos

Esta unidad de estudio tiene como propósito crear cultura empresarial.

Para el desarrollo de esta subárea se recomienda a los docentes, el uso de software libre en sus versiones vigentes o actualizaciones, de sitios seguros y de registro gratuito para desarrollar la mediación pedagógica que el docente prefiera o le sea más amigable.: Kahoot, Google drive, Powtoon, Lucidchart, Survey Monkey, Prezzi, Cuadernia, Dvolver, Wordle, Slideshare, Scribd, Haiku Deck, Screen-o-matic, Voxopop, Remin, Haiku Deck,



Propósitos generales de la sub-área

- Planificar, organizar, dirigir, controlar y mejorar los sistemas que producen bienes y servicios.
- Utilizar herramientas y técnicas cualitativas y no cuantitativas tales como: recolección de datos, lluvia/Tormenta de ideas, diagrama de Pareto, diagrama de Ishikawa, diagrama de flujo, matriz de relación, diagrama de comportamiento, diagrama de Gantt, entrevistas, presentación de resultados, en la resolución de casos.
- Aplicar la legislación laboral costarricense en la resolución de casos.

Tabla de distribución de unidades de estudio de la sub área Gestión en productos y servicios para mercadear

UNIDADES DE ESTUDIO	SEMANAS	HORAS ANUALES
① Función administrativa de la producción.....	9	108.....
② Herramientas para analizar y resolver problemas operativos	8	96.....
③ Decisiones empresariales y políticas laborales.....	9	108.....
④ Emprendimiento e innovación para mercadólogos.....	14	168.....



Especialidad ⁸ : Mercadeo	Modalidad: Comercial y Servicios	Campo detallado ⁹ : Mercadotecnia y Publicidad	Nivel: Undécimo
Subárea: Gestión en productos y servicios para mercadear	Unidad de estudio: Función administrativa de la producción en mercadeo		Tiempo estimado: 108 horas 9 semanas
Competencias para el desarrollo humano: Innovación y creatividad		Eje política educativa ¹⁰ : Fortalecimiento de una ciudadanía planetaria con identidad	

Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro ¹¹
1. Explicar los fundamentos de los enfoques teóricos para la administración de la producción, según las nuevas tendencias.	<p>Enfoques teóricos administrativos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La administración científica: El Taylorismo y el Fordismo”. • De la producción en serie a la producción flexible. • Del toyotismo de la empresa horizontal y las redes empresariales globales. • La manufactura de clase mundial. <p>Sistema de producción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La producción de productos y servicios como sistema. • Partes y funciones del sistema de operaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Explica en qué consisten los enfoques teóricos administrativos. • Analiza el funcionamiento de los sistemas de producción. • Interrelaciona a la administración de la producción

⁸ Nombre de la Cualificación del estándar aprobado del MNC EFTP CR.

⁹ Según la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación (CINE).

¹⁰ Política Educativa “Persona centro del proceso educativo y sujeto transformador de la sociedad”.

¹¹ Indicadores para la macroevaluación.

Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro ¹¹
	<ul style="list-style-type: none"> • El sistema de control. <p>La función de la Administración de la Producción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Funciones de la Administración de la Producción. • Ubicación dentro de las organizaciones. • Interrelación con otras funciones de la empresa. <p>Inventarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concepto, fines y propósitos de los inventarios. • Costo del inventario de mercancías, mediante el Sistema de Inventario Permanente. • Métodos para valorar inventarios (identificación específica, PEPS, costo promedio). • Aplicación de la rotación del inventario y los días de venta del inventario para evaluar el desempeño del negocio. • Costo del inventario mediante el sistema de inventario periódico y permanente. • Método de promedio ponderado y su relación con el inventario periódico. 	<p>con el departamento de Mercadeo de la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Enumera el concepto, fines y propósitos de los inventarios. • Valúa los inventarios. • Calcula la rotación de los inventarios. • Calcula el costo del inventario final mediante el método perpetuo y periódico.



Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro ¹¹
	<ul style="list-style-type: none"> • Costo del inventario final: <ul style="list-style-type: none"> • Método utilidad bruta. • Método de ventas al por menor. Compras: <ul style="list-style-type: none"> • Función de compras (necesidades de compras, importancia de la planeación de las compras, organización de las compras en la empresa). Documentos y formularios usados: <ul style="list-style-type: none"> • Requisiciones internas de materiales. • Contratos con proveedores. • Registro de proveedores. • Cotizaciones y proformas. • Orden de compra. • Factura. • Método de valuación de inventarios, según lo estipula el Ministerio de Hacienda). • Clasificación de las compras (propiedad, planta y equipo, suministro, materia prima). • Organización del almacén de existencias (Producto – alfabético). Proveedor adecuado: <ul style="list-style-type: none"> • Reclutamiento de proveedores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Explica la función de compras. • Completa los documentos y formularios usados en compras. • Clasifica los tipos de compras. • Califica a los proveedores.



Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro ¹¹
	<ul style="list-style-type: none"> • Calificación del producto y el proveedor. • Logística de compra. • Punto de re orden. 	
2. Diferenciar las características de la ventaja competitiva y la ventaja comparativa.	<p>Ventaja competitiva:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concepto. • Claves. • Tipos. • Ejemplos de empresas exitosas por implementar una adecuada ventaja competitiva. <p>Ventaja comparativa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concepto. • Claves. • Tipos. • Ejemplos de empresas exitosas por poseer una adecuada ventaja comparativa. <p>Análisis de caso:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El ascenso y la caída de las 10 marcas más valiosas del mundo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reconoce el concepto de ventaja competitiva y ventaja comparativa. • Distingue ejemplos de ventajas competitivas y de ventajas comparativas que le han dado resultado a empresas en el mundo. • Crea ventajas competitivas y ventajas comparativas propias de su especialidad.
3. Explicar las implicaciones gerenciales de Sistema de servucción.	<p>Vocabulario usado en los Sistemas de servucción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Saldos de temporada. • Criptomonedas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ilustra el vocabulario técnico usado en los sistemas de servucción. • Analiza en qué consisten los Sistemas de servucción.

Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro ¹¹
	<ul style="list-style-type: none"> • Cuña. • CTR. • Craker. • Coolhunter. • Concesionario. • Outsourcing. • Serigrafía. • Slogan. • Spam. • Unidad estratégica de negocios. • Vending. • Valla. • Ventas (a domicilio, a pérdida, ambulante, por catálogo, por correspondencia, inteligentes). <p>Sistema de Servucción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elementos que componen el sistema de servucción. • Relaciones entre elementos. • Implicaciones gerenciales del sistema de servucción. <p>Gestión:</p> <ul style="list-style-type: none"> • De la participación del cliente. • Del personal de contacto. • Del soporte físico. • Estratégica de la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Identifica cuál es la mejor estrategia empresarial a seguir ante un desafío competitivo. • Relaciona la estrategia de operación y el mercadeo.



Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro ¹¹
	<ul style="list-style-type: none"> • Similitud y diferencias entre sistemas de producción y de servucción. <p>Producción de un bien o servicio como ventaja competitiva para mercadear:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los tres frentes: <ul style="list-style-type: none"> • A la competencia globalizada. • A las nuevas prioridades competitivas. • A los nuevos requerimientos sociales. • Que hacer frente al desafío competitivo? <p>Estrategias de operación y decisiones operativas estratégicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La estrategia de operaciones. • Estrategia de operaciones vrs estrategia empresarial global. • Objetivos de estrategias de operaciones. • Vínculo entre mercadeo y operaciones. • Estrategia de operaciones en manufactura y en servicios. • Decisiones estratégicas de operación. 	
<p>4. Participar en dinámicas que favorezcan el pensamiento creativo.</p>	<p>Desarrollo de pensamiento creativo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El aterrizaje del huevo. • Tormenta de post-it. 	<ul style="list-style-type: none"> • Explica en qué consisten las dinámicas usadas para el



Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro ¹¹
	<ul style="list-style-type: none"> • Cinco hombres. • El camino más largo. • Lectura nocturna. • La extraña expedición. • Fuera de la caja. • Imaginarte. • Solución ideal. • Dibujo incompleto. 	<ul style="list-style-type: none"> • desarrollo del pensamiento creativo. • Resuelve ejercicios de pensamiento creativo.
5. Desarrollar técnicas que permitan el fortalecimiento de la ciudadanía planetaria con identidad, en el marco del manejo responsable de la información.	<p>Manejo responsable de la información:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El documento: definición y características. • El valor del documento. • El archivo: clase, categoría y tipo. • La organización de los archivos. • Los instrumentos de descripción: guías, inventarios y catálogos. • Lugar y papel de la informática en los archivos. • Legislación vigente en Costa Rica. • Registro y expediente administrativo. • Los sistemas generales de ordenación. <p>Normas APA (vigentes):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informes técnicos. • Trabajos escritos. • Proyectos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reconoce el concepto e importancia de la información y de los documentos. • Identifica los tipos de archivo de documentos. • Distingue los documentos de descripción. • Explica en qué consiste el expediente administrativo. • Usa los sistemas generales de ordenamiento. • Usa las normas APA (vigentes), en la redacción de documentos.

Especialidad: Mercadeo	Modalidad: Comercial y Servicios	Campo detallado: Mercadotecnia y Publicidad	Nivel: Undécimo
Sub área: Gestión en productos y servicios para mercadear	Unidad de estudio: Herramienta para analizar y resolver problemas operativos		Tiempo estimado: 96 horas 8 semanas
Competencias para el desarrollo humano: Solución		Eje política educativa: Fortalecimiento de una ciudadanía planetaria con identidad	

Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
1. Usar herramientas para el análisis y resolución de problemas operativos.	<p>Herramientas para el análisis y resolución de problemas operativos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diagrama de Pareto. • Diagrama causa efecto. • Método Brain storming. • Método de las 5 m. • Pensamientos básicos para analizar problemas. <p>Estudio de caso:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eurotúnel: apagado el incendio, el tráfico de pasajeros. 	<ul style="list-style-type: none"> • Explica el concepto de problema operativo. • Resuelve casos sobre problemas operativos empresariales, usando las herramientas para el análisis y resolución de problemas.
2. Analizar el proceso de desarrollo de productos y servicios, según la filosofía de los negocios inteligentes.	<p>Decisiones sobre producto, proceso y tecnología:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ciclo de vida de los productos y servicios. • Proceso de desarrollo de productos y servicios. • Proceso de diseño de un producto. • El diseño de un sistema de servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Diagrama el ciclo de vida de los productos y servicios. • Resuelve casos sobre decisiones mercadológicas en materia de productos, procesos y tecnologías.



Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
	<ul style="list-style-type: none"> • Selección de procesos y equipamientos: <ul style="list-style-type: none"> • Medición del trabajo. • Mejora de los procesos. • Diseño del flujo de proceso. • Diseño y manufactura de productos y servicios globales. • Selección de la tecnología adecuada: <ul style="list-style-type: none"> • Gestión de la innovación tecnológica. • Automatización integrada. <p>Vocabulario usado en el desarrollo de productos y servicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identidad corporativa. • Marketing (estratégico, externo, ferial, interno, lateral, mix, one to one, operativo, radical, de confrontación, de contenidos, de datos, guerrillas, de percepciones, de recomendación de relaciones, de retención, de servicios, 3.0, bursátil). • Lobbies. • Lineales. • Robapáginas. • Retweet. • Revistas. • Ventas AIDA. • Ventas AIDDA. 	<ul style="list-style-type: none"> • Explica en qué consiste la filosofía “Inteligencia en los negocios”. • Analiza la importancia de actuar con inteligencia en los negocios y lo relaciona en el contexto de su especialidad y de la modalidad a la cual pertenece la especialidad. • Diagrama flujos de procesos de estructuras relativas a inteligencia en los negocios.



Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
	<p>Inteligencia de Negocios (BI):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Equipar a la organización para una toma de decisiones efectiva. • Utilizar Business Intelligence. • La fuente de inteligencia empresarial. • El modelo semántico de BI. • Desarrollo de la inteligencia empresarial. • Definición de estructuras de inteligencia empresarial. • Creación de Data Marts. • Transformadores. • Estructura y componentes del servicio de integración. • Integration Services para llenar Data Marts. <p>Estudio de caso:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anita Roddick, The Body Shop – La mujer que cambió el mundo de los negocios. 	
<p>3. Utilizar las normas de protocolo y etiqueta, según las nuevas tendencias, en eventos institucionales.</p>	<p>Presentación personal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuidados personales. • Apariencia física. • Porte y postura. • Maquillaje. • Vestuario. • Accesorios. • Estilo profesional: 	<ul style="list-style-type: none"> • Diferencia las características del protocolo y la etiqueta. • Aplica las normas de protocolo y etiqueta, en eventos institucionales. • Aplica las normas de protocolo y etiqueta, en eventos institucionales,

Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
	<ul style="list-style-type: none"> • Seguridad en sí mismo • Comunicación asertiva. • Uso de un reloj adecuad en los negocios. • La moda y su relación con la etiqueta. <p>Evento de protocolo y etiqueta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comportamiento en la mesa. • Utensilios según el menú. • Distribución de la mesa. • Servir la mesa. • Recibimiento de los invitados. <p>Protocolo y etiqueta en un acto gubernamental.</p> <p>Protocolo y etiqueta para personas con alguna discapacidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Silla de ruedas. • Problemas motores. • Con bastón. • Adulto mayor. <p>Estudio de caso:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Louis Vuitton: el imperio de lo único. 	<p>atendiendo las circunstancias de la Ley 7600.</p>
3. Identificar las mejores soluciones a problemas ecológicos en Costa Rica.	<p>Programa Bandera Azul Ecológica Costa Rica:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Significado. • Aplicación (requisitos). • Categorías. 	<ul style="list-style-type: none"> • Explica en qué consiste el Programa Bandera Azul Ecológica Costa Rica.

Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
	<ul style="list-style-type: none"> Galardonados. Casos de éxito vigentes. Visita el Sitio web oficial. 	<ul style="list-style-type: none"> Identifica los casos de éxito en el desarrollo del Programa Bandera Azul Ecológica Costa Rica.
4. Fortalecer la identidad de ciudadano planetario en el marco del gobierno digital.	<p>Discusión en plenaria sobre el tema:</p> <ul style="list-style-type: none"> Gobierno Digital (versión vigente): Estrategia digital Costa Rica. Visión General. Iniciativas y proyectos. Resumen de implicaciones. Leyes y reglamentos sobre las TIC. Visión general e Implicaciones. Organización de las TIC. Estructura de Gobierno Digital. Comisión Intersectorial de Gobierno Digital. Secretaría Técnica de Gobierno. Digital Organizaciones relevantes. Métodos de recolección de información y análisis. Infraestructura TI. Estado de las telecomunicaciones. Estado de las redes del troncal de información. Historia del cable submarino del troncal de información. Troncal de información IP en Costa Rica. 	<ul style="list-style-type: none"> Reconoce la importancia del gobierno digital. Explica la realidad del costarricense como ciudadano planetario, en el marco del gobierno digital. Enumera los requisitos necesarios para que se dé el gobierno digital.



Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio de Internet e implicaciones. • Estado del gobierno digital de Costa Rica. • Encuesta de las Naciones Unidas 2008-2010. • Unión Internacional de Telecomunicaciones (ITU). • Estado de la atención (Front Office) al público en Costa Rica. • Servicios en línea. • Compromiso ciudadano. • Portales de Gobierno. • Estado de servicios internos administrativos (Back Office) en Costa Rica. • Requisitos para el gobierno electrónico. <p>Estudio de caso:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un gigante telefónico. La empresa británica de telecomunicaciones British Telecom (BT). 	



Especialidad: Mercadeo	Modalidad: Comercial y Servicios	Campo detallado: Mercadotecnia y Publicidad	Nivel: Undécimo
Sub área: Gestión en productos y servicios para mercadear	Unidad de estudio: Decisiones empresariales y políticas laborales		Tiempo estimado: 108 horas 9 semanas
Competencias para el desarrollo humano: Compromiso ético		Eje política educativa: Fortalecimiento de una ciudadanía planetaria con identidad	

Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
1. Explicar las decisiones empresariales con base en la planeación estratégica y el control estadístico de procesos.	<p>Planeación Estratégica:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El Contexto y concepto. • Proceso de formulación de estrategias y toma de decisiones. • Estrategia Corporativa y Comercial. Desarrollo de ideas estratégicas. • Usuarios de la Planificación Estratégica. • Modelado del proceso de Planeación Estratégica: • El Enfoque de Modelado. • Formulación de estrategias. <p>La empresa y el mercado: El Mercado.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La curva de la demanda. • Reacción de la competencia. • Segmentación. • Calidad del producto. • Ciclos de vida del producto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Explica en qué consiste la planeación estratégica. • Ubica a la empresa en el contexto del mercado globalizado. • Diferencia los tipos de costos. • Calcula el punto de equilibrio en unidades y en colones.

Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
	<ul style="list-style-type: none"> • Modelos de cartera. • Oferta. • Mercados y precios. • Estructuras de mercado. • El papel del gobierno. • El análisis estructural de las industrias. • Grupos estratégicos. • Ventaja de primero en actuar. • Información general sobre macro modelos y micro modelos. • Cambio de la competencia. • Perfil de amenazas y oportunidades del entorno. <p>Vocabulario relacionado en la planeación estratégica:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Competitividad. • Compra (programada, racional, irracional). • Comunicación (comercial, externa, integral). • Data (Drivers, minig, warehouse). • Cuota de mercado. • Devoluciones y descuentos en compra. • Decisiones (de precio, de servicio, de canal). • Dimensión física de la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Explica en qué consiste el Benchmarking. • Selecciona entre varias opciones la mejor estrategia y la evalúa. • Realiza el análisis FODA. • Ilustra el vocabulario técnico relacionado con la planeación estratégica. • Explica en qué consiste el Cuadro de mando integral. • Sugiere acciones en temas de manejo de la capacidad en el corto y largo plazo.



Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
	<ul style="list-style-type: none"> • Dimensión organizativa de la empresa- <p>Análisis de caso:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La tabaquera Altadis entra en la guerra de precios con Philip Morris. <p>Análisis interno de la compañía:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Costo de oportunidad. • Costos fijos, variables y costos hundidos. • Análisis marginal. • Maximización de utilidades. • Estimación de costos de producción. • Punto de equilibrio. • Benchmarking. • Investigación y desarrollo. • Competencias. • Arquitectura estratégica. • Perfil de ventaja estratégica. <p>Análisis de casos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • General Motors, El fin de un imperio. <p>Elección entre varias estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estructura para una decisión racional. • Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ilustra vocabulario técnico usado en los temas de tendencias centrales. • Confecciona prácticas sobre la distribución de frecuencia y su presentación gráfica, según las nuevas tendencias. • Calcula medidas de tendencias centrales para datos no agrupados y agrupados, según las nuevas tendencias. • Presenta la información estadística en general y en forma gráfica, usando la hoja electrónica o software especializado. • Redacta conclusiones y recomendaciones de la

Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategias genéricas. • Identificación de variaciones estratégicas. • Elección de estrategias. <p>Implementación y evaluación de la estrategia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Implementación de estrategias. • Estructura organizacional. • Asignación de recursos. • Evaluación y Control. • Retroalimentación. • El modelo de procesos ampliado. • El Cuadro de Mando Integral. <p>Decisiones empresariales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Decisiones sobre capacidad a largo plazo, en el manejo de la capacidad en el corto y largo plazo. • La planeación estratégica de la capacidad de producción y de la capacidad de servicios. • Estudio de localización de plantas industriales y servicios. <p>Control estadístico: Introducción a la Estadística:</p>	<p>información estadística extraída de cuadros y gráficos.</p>



Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
	<ul style="list-style-type: none"> • Concepto, campos y tipos (descriptiva, inferencial). <p>Selección de conveniencia. Muestras (aleatoria e intencional).</p> <p>Fuentes de información:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Datos existentes y no existentes. • Fuentes primarias y secundarias. <p>Métodos de recolección de datos no existentes.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Observación, entrevista, registro, correo. <p>Distribuciones de frecuencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Necesidades de resumir la información. • Distribución de frecuencias para atributos. • Distribución de frecuencias para variables: discretas y continuas. <p>Frecuencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Absolutas, Relativas, Simples, Acumuladas. <p>Representación gráfica para distribuciones de frecuencias:</p>	



Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
	<ul style="list-style-type: none"> • Histogramas. • Polígonos de Frecuencia. <p>Medidas de tendencia central para datos no agrupados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La Media Aritmética o Promedio Simple. • La Media Aritmética Ponderada. • La Moda (Mo). • La Mediana (Me). <p>Medidas de tendencia central para datos agrupados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La Media Aritmética o Promedio Simple. • La Moda (Mo). • La Mediana (Me). • La Media Armónica. • La Media Geométrica • Usos de las medidas de posición • Análisis e interpretación de los datos. <p>Presentación de datos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Textual (informes). • Cuadros estadísticos con información de mercadeo de bienes y servicios. • Componentes del cuadro: obligatorios y complementarios. • Tipos de cuadros: generales y de resumen. 	



Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
	<p>Representación gráfica:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tipos de gráficos: de barras, simples, compuestos, comparativos y de barras de dos direcciones, lineal y circular, barra 100%. <p>Información estadística:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Confección de cuadros y gráficos estadísticos usando una herramienta digital. 	
<p>2. Explicar las decisiones empresariales relativas al talento humano y la política laboral de la empresa.</p>	<p>Talento Humano:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Importancia del recurso humano en la empresa. • Descripción de puestos: Departamento de Ventas, Compras, Contabilidad y Finanzas, Producción, Auditoría, Recursos Humanos, Gerencia, Mercadeo. • Reclutamiento del personal: <ul style="list-style-type: none"> • Fuentes Internas. • Fuentes Externas. • Selección de personal: <ul style="list-style-type: none"> • Recepción de solicitudes • Pruebas. • Entrevista. • Atributos personales. • Presentación Personal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Contrasta los términos colaborador y sub alterno. • Explica la importancia del talento humano para la organización. • Diagrama el proceso de selección y reclutamiento de personal. • Diferencia los conceptos puesto, función y competencia laboral • Ilustra la prueba de actitud y la prueba de aptitud para optar por puestos.



Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
	<ul style="list-style-type: none"> • Vocabulario. • Principios éticos y morales. • Verificación de datos. • Inducción: • Reglas internas de la empresa. • Solicitud de empleo. • Análisis descriptivo y especificaciones de puesto de trabajo. • Currículum Vitae. <p>Política Laboral:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lineamientos generales de las decisiones involucradas en una gestión de calidad y en una política de gestión de personal. • Interacción directa entre ambos tipos de decisiones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Explica en qué consiste el proceso de inducción al personal. • Completa la solicitud de empleo. • Elabora Currículum vitae. • Identifica el concepto de política laboral empresarial.
3. Resolver situaciones obrero - patronales, según la legislación laboral vigente.	<p>Legislación laboral vigente:</p> <p>Nómina:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Salario bruto y neto. • Deducciones de nómina por retenciones. • Planilla de nómina. <p>Contratos de trabajo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elementos. • Modalidades de pago para los tipos de jornada laboral. 	<ul style="list-style-type: none"> • Elabora la planilla, según la normativa vigente. • Distingue los tipos, elementos, modalidades de los contratos de Trabajo. • Discrimina entre obligaciones y deberes de los patronos y los empleados. • Enlista las causas que dan origen a la relación laboral.

Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
	<ul style="list-style-type: none"> Obligaciones y prohibiciones de los patronos y trabajadores ante la C.C.S.S y el Código de Trabajo (versión vigente). Ley de Protección al Trabajador y las reformas al Código de Trabajo (resumen ejecutivo - versión vigente). Causas que dan origen a la suspensión o terminación de la relación laboral. Cálculo de las indemnizaciones por cesación de la relación laboral con responsabilidad laboral. Cálculo de las vacaciones y el aguinaldo. Cálculo del impuesto único sobre la renta percibido por el trabajo profesional realizado. Ley de Riesgo al Trabajador (resumen ejecutivo - versión vigente). 	<ul style="list-style-type: none"> Calcula indemnizaciones por cesantía, vacaciones, aguinaldo, preaviso, y el impuesto único sobre la renta. Comenta generalidades de la Ley de Riesgos al Trabajador (versión vigente).
4. Ejercer sus acciones en forma ética y responsable como ciudadano de una comunidad y país, en el marco de la política curricular del MEP.	<p>Discusión en plenaria sobre la Transformación curricular: fundamentos conceptuales en el marco de la visión “Educar para una Nueva Ciudadanía”:</p> <ul style="list-style-type: none"> Educar para una nueva ciudadanía. Pilares conducen la transformación curricular de la Educación para una Nueva Ciudadanía. 	<ul style="list-style-type: none"> Explica en qué consiste la expresión “Educar para una nueva ciudadanía”. Diferencia los términos política educativa y política curricular. Reconoce el uso, importancia e impacto educativo de la Política

Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
	<ul style="list-style-type: none"> • Retos debemos confrontar en la transformación curricular con el fin de Educar para una nueva ciudadanía. • Desarrolla una transformación curricular bajo la visión de Educación para una Nueva Ciudadanía. • Cuatro dimensiones y sus habilidades correspondientes en el desarrollo educativo. • Perfil profesional técnico en el nivel medio - Especialidades técnicas. 	Educativa y la Política Curricular del país.
5. Desarrollar técnicas que permitan el fortalecimiento de una ciudadanía planetaria con identidad desde la perspectiva de género.	<p>Perspectiva de género:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Patriarcado como forma de organización social. • Atención al círculo de violencia contra las mujeres. • Sexismo. • División socio sexual del trabajo. • Factores de producción. • Plusvalía. • Economía feminista (principios). • Análisis de coyuntura. • Convención colectiva desde una perspectiva de género. • Historia sindical desde una perspectiva de género. • Liderazgo sindical de la mujer. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reconoce qué es la perspectiva de género. • Explica los principios de la Economía feminista. • Distingue los factores de producción. • Reconoce el papel de liderazgo de la mujer en temas sindicales. • Explica las implicaciones de la convención colectiva en el sector empresarial y patronal.

Especialidad: Mercadeo	Modalidad: Comercial y Servicios	Campo detallado: Mercadotecnia y Publicidad	Nivel: Undécimo
Sub área: Gestión en productos y servicios para mercadear	Unidad de estudio: Emprendimiento e innovación para mercadólogos		Tiempo estimado: 168 horas 14 semanas
Competencias para el desarrollo humano: Innovación y creatividad		Eje política educativa: Educación para el desarrollo sostenible	

Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
1. Utilizar técnicas creativas que permitan la generación de ideas de negocio innovadoras, brindando soluciones a las necesidades detectadas en los clientes potenciales.	<p>Emprendimiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> Definición, características e importancia del fomento del espíritu emprendedor. Características de la cultura emprendedora. Habilidades y responsabilidades de un emprendedor. Importancia de ser emprendedor en su proyecto de vida. Elementos a tomar en cuenta al emprender un proyecto. <ul style="list-style-type: none"> Justificación del proyecto. Estudio del mercado. Trámites administrativos y legales. Fuentes de financiamiento. Análisis integral. Uso productivo de las tecnologías en los negocios. 	<ul style="list-style-type: none"> Identifica habilidades y responsabilidades de la persona emprendedora. Discrimina los elementos a tomar en cuenta al emprender proyectos. Explica el uso productivo de las tecnologías en la generación de ideas de negocios. Caracteriza el funcionamiento del mercado y su dinámica. Identifica las oportunidades del mercado según las nuevas tendencias.



Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
	<p>Mercado</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concepto. • Funcionamiento del mercado y tendencias innovadoras. • Análisis del entorno. • Oportunidades de negocios. • Necesidades sociales. • Problemáticas. • Herramientas para detectar necesidades. • Detección del mercado y clientes potenciales. <p>El cliente como elemento clave.</p> <p>Generación de ideas empresariales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concepto. • Fuentes. • Propósito. <ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de una idea. • Respuesta a las necesidades del mercado. • Cambios en la moda y los requisitos. • Mantenerse a la cabeza de la competencia. • Tecnología. <p>Técnicas para generar ideas empresariales:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Utiliza herramientas para la recolección de información que permita la detección de oportunidades de negocio. • Interpreta los resultados obtenidos en función del mercado y los clientes potenciales. • Determina fuentes de generación de ideas empresariales. • Selecciona ideas empresariales usando distintas técnicas. • Aplica técnicas creativas que brinden soluciones a las necesidades detectadas en los clientes potenciales.



Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
	<ul style="list-style-type: none"> • Características, utilidad y beneficios. • Herramientas que apoyan el proceso de selección del mejor producto. • Diseño de una idea de negocio innovadora. 	
2. Construir modelos de negocios a partir de ideas innovadoras con propuestas de valor diferenciadoras, utilizando las herramientas y metodologías vigentes.	<p>Modelos de negocios.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concepto. • Aspectos a considerar : <ul style="list-style-type: none"> • Clientes. • Canales. • Relación con los clientes. • Actividades importantes. • Recursos. • Aliados. • Estructura económica y financiera. • Tipos de herramientas vigentes y su aplicabilidad <ul style="list-style-type: none"> • Pensamiento de diseño (Design Thinking): <ul style="list-style-type: none"> • Características. • Otras herramientas vigentes. <p>Producto mínimo viable (PMV).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concepto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Distingue los aspectos que se consideran en la construcción de modelos de negocios. • Compara las herramientas y metodologías vigentes en la construcción de modelos de negocios. • Utiliza herramientas y metodologías vigentes en la construcción de modelos de negocios. • Diseña ideas de negocio con mayor oportunidad de éxito a partir de la aplicación de herramientas y metodologías vigentes. • Reconoce el concepto de producto mínimo viable.

Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
	<ul style="list-style-type: none"> • Pasos de la metodología por ejemplo Lean Startup. • Diseño del producto mínimo viable aplicando los pasos de las metodologías vigentes. <p>Validación del modelo de negocio.</p> <p>Plan de implementación.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inversión inicial. • Gestión de las finanzas. • Identificación de fuentes de financiamiento. • Aspectos de formalización. • Diseño de marca. • Plan de mercadeo y ventas. • Impactos: social, ambiental y la salud integral. 	<ul style="list-style-type: none"> • Explica los pasos para la construcción del producto mínimo viable según las metodologías vigentes. • Diseña el producto mínimo viable aplicando los pasos de las metodologías vigentes. • Identifica los aspectos que deben considerarse en la puesta en marcha del modelo de negocios. • Distingue las características de los aspectos que deben considerarse para la implementación del plan de puesta en marcha del modelo de negocio. • Construye el plan de puesta en marcha del modelo de negocios, tomando en cuenta las estrategias de mitigación de impacto.
<p>3. Realizar labores en las áreas funcionales que conforman la empresa de práctica propuesta aplicando los principios de la</p>	<p>Tipos de empresas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concepto, características, ventajas y desventajas: <ul style="list-style-type: none"> • Según el ámbito de actividad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Compara los tipos de empresas que interactúan en el sistema financiero y económico nacional.



Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
<p>administración y lo establecido en el plan de negocios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Según el destino de sus beneficios. • Según la forma jurídica. • Según origen o procedencia de capital. • Según el tamaño. • Según su actividad desde el punto de vista de la materia que utiliza. <p>Plan de negocios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objetivos: • Metas • Modelo de negocios • Estudios: mercado, mercadeo, técnico, económico y financiero <p>Estructuración del negocio, según el modelo empresarial:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Constitución legal. • Modalidades de contratación según la legislación costarricense. • Permisos de funcionamiento y/o patentes. • Permisos de salud. • Inscripción en Hacienda y Caja Costarricense de Seguro Social como patrono. • Catálogo de productos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Selecciona el tipo de empresa para el desarrollo de su modelo de negocio. • Identifica los elementos que conforman el plan de negocios. • Diseña el plan de negocios, considerando todos sus elementos. • Elabora la estructura organizativa, procesos y procedimientos de la empresa, basándose en el plan de negocios y utilizando el enfoque orientado al cliente. • Identifica las áreas funcionales y labores que se ejecutan para la puesta en marcha del negocio. • Utiliza la tecnología en las transacciones y otras actividades propias de la operación del negocio, incrementando la productividad de la empresa. • Ejecuta experiencias educativas mediante la simulación de la empresa de práctica.

Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
	<ul style="list-style-type: none"> • Estructura organizativa de la empresa utilizando cadena de valor orientada al cliente. • Unidades y departamentos de la empresa. • Procesos y procedimientos del negocio. • Asociatividad, encadenamientos y clúster. • Principios de la administración. • Uso de la tecnología como aliado estratégico para la operación de la empresa. • Roles de trabajo por áreas funcionales. • Puesta en operación del negocio. <ul style="list-style-type: none"> • Transacciones comerciales. • Centro de Operaciones. • Registro de las empresas. • Transacciones bancarias. • Compra y venta de bienes y servicios entre empresas. • Compras del Estado. • Uso eficiente de los datos para la toma de decisiones. • Pago de impuestos. • Cargas sociales. • Pólizas y seguros. 	



Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
	<ul style="list-style-type: none"> Asesoría empresarial. 	
4. Planificar su vida, considerando sus competencias, recursos y el entorno, contribuyendo al desarrollo de la cultura emprendedora.	<p>Evaluación de la empresa a través de indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> Sistematización de resultados. Valoración de los logros alcanzados. Resumen ejecutivo de lecciones aprendidas. Conclusiones. Recomendaciones. <p>Certificación de empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> Procedimiento. Revisión de los alcances del plan de negocios según indicadores. <p>Instituciones de apoyo al emprendimiento nacional:</p> <ul style="list-style-type: none"> Incubadoras y aceleradoras de Empresas. Ministerio de Economía, Industria y Comercio. Sistema de Banca para el Desarrollo. Sistema Bancario Nacional público y privada. INFOCOOP. Otros operadores financieros. Instituciones de apoyo. 	<ul style="list-style-type: none"> Determina el nivel de logro según los indicadores propuestos para la certificación. Describe los resultados de la empresa a través de la revisión de indicadores de certificación. Sistematiza los resultados obtenidos durante el periodo de funcionamiento de la empresa, en función de la certificación de empresa. Aplica lecciones aprendidas en su desarrollo personal y profesional, adaptándose al entorno cambiante. Examina las áreas de acción y los requerimientos que establecen las instituciones de apoyo para el desarrollo y consolidación del emprendimiento. Identifica los procesos requeridos para la formalización del

Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
	<p>Aprendizaje permanente.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Autoaprendizaje: <ul style="list-style-type: none"> • Concepto de aprendizaje. • ¿Qué significa aprender a aprender? • Utilidad del autoaprendizaje. • Motivación para aplicar el autoaprendizaje. • Adaptabilidad a nuevas situaciones. • Importancia del autoaprendizaje en el área de formación técnica. <p>Competencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Específicas. • Para el desarrollo humano. <p>Plan de vida.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concepto. • Aspectos a considerar en la elaboración de un plan de vida a corto, mediano y a largo plazo: <ul style="list-style-type: none"> • Sociales. • Económicos. • Personales. 	<p>emprendimiento en las instituciones de apoyo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseña la propuesta de formalización considerando los requerimientos establecidos por la institución de apoyo seleccionada. • Identifica las competencias específicas y para el desarrollo humano alcanzadas a través del proceso educativo y su relación con el entorno. • Propone ideas innovadoras propias de su área de formación técnica, aplicando sus conocimientos, habilidades y destrezas como parte del proceso de gestión de su plan de vida. • Enriquece su proyecto de vida aprovechando las oportunidades de aprendizaje disponibles, los obstáculos y las competencias desarrolladas. • Toma conciencia de sus competencias y limitaciones y lo

Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
		<p>pone en práctica de acuerdo con su contexto.</p> <ul style="list-style-type: none"> Desarrolla estrategias individuales y colectivas que propicien el logro de las metas propuestas.
5. Elegir las mejores estrategias para búsqueda de información a través del uso de las tecnologías de forma individual o colaborativa.	<p>Herramientas para la productividad:</p> <ul style="list-style-type: none"> Redes sociales. Blog. Wikis. Software específico. Herramientas ofimáticas. Otras herramientas que faciliten la mediación pedagógica. 	<ul style="list-style-type: none"> Valora implicaciones económicas, socioculturales y éticas del uso de las tecnologías en la creación de la empresa. Aplica herramientas tecnológicas vigentes en el mercado para la operación de su empresa de práctica.
6. Valorar el impacto social, económico y ambiental que genera la eficiencia energética.	<p>Eficiencia energética:</p> <ul style="list-style-type: none"> Plan Nacional de energía. La eficiencia energética como oportunidad para el desarrollo sostenible Planificación y coordinación de la eficiencia energética La eficiencia energética de los equipos consumidores Cultura de uso de la energía La eficiencia energética en la oferta. Eficiencia energética en los macro consumidores. 	<ul style="list-style-type: none"> Describe los elementos del desarrollo sostenible y relación con la eficiencia energética. Discrimina el impacto al ambiente y a la salud producto del uso de la eficiencia energética. Propone acciones creativas que mitiguen los daños al ambiente, la empresa y su propia persona como parte del desarrollo de emprendimientos sostenibles relacionados con eficiencia energética.

Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
	<ul style="list-style-type: none"> • Eficiencia energética del sector público. • Tarifas eléctricas y la eficiencia energética. • Generación distribuida una alternativa a la producción centralizada. • La planificación de la generación distribuida. • Esquema de generación distribuida. • Seguridad jurídica de la generación distribuida • La matriz de generación eléctrica. • El abastecimiento eléctrico del país. • Situación de los precios de la electricidad. • Energías Renovables No Convencionales (ERNC). • Planificación del subsector energía. • Mercado regional. • El conflicto socio ambiental. • Conflictividad socio ambiental. • Normativa ambiental. • Gobernanza. • Transparencia. • Acceso de los grupos sociales más vulnerables. 	

SUB ÁREA COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Descripción de la subárea Comportamiento del consumidor

La sub área Comportamiento del consumidor se imparte 320 horas anuales con una frecuencia de 8 horas semanales durante el desarrollo del curso lectivo. A continuación se detallan las unidades de estudio que la conforman.

Gestión comercial y legislativa

La gestión comercial es un término relacionado a la mercadotecnia o marketing, que proporciona las técnicas de cómo promover un producto o servicio ofrecido por la empresa. Para que la gestión comercial pueda realizar su tarea correctamente, debe hacerlo teniendo como base el Código de comercio, la legislación laboral y la Ley de fortalecimiento de las PYMES.

Economía

La economía es una ciencia social que estudia los procesos de extracción, producción, intercambio, distribución y consumo de bienes y servicios. En esta unidad, se estudiará cómo la economía rige y modera los gastos y ahorro para beneficio de la empresa.

Comportamiento del consumidor

En esta unidad se analiza el comportamiento que los consumidores muestran al buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar los productos y servicios que, consideran, satisfarán sus necesidades. Se enfoca en la forma que los individuos toman decisiones para gastar sus recursos disponibles (tiempo, dinero y esfuerzo) en artículos relacionados con el consumo.



Para el desarrollo de esta subárea se recomienda a los docentes, el uso de software libre en sus versiones vigentes o actualizaciones, de sitios seguros y de registro gratuito para desarrollar la mediación pedagógica que el docente prefiera o le sea más amigable.: Kahoot, Google drive, Powtoon, Lucidchart, Survey Monkey, Prezzi, Cuadernia, Dvolver, Wordle, Slideshare, Scribd, Haiku Deck, Screen-o-matic, Voxopop, Remin, Haiku Deck,

El estudio de casos planteado en esta sub área y por unidad de estudio puede ser ubicado con facilidad por su nombre en Internet.

Propósitos generales de la sub-área

- Realizar la gestión comercial y legislativa.
- Reconocer los principios y generalidades de la economía.
- Analizar el comportamiento del consumidor al seleccionar la compra final.

Tabla de distribución de unidades de estudio de la subárea Comportamiento del consumidor

UNIDADES DE ESTUDIO	SEMANAS .	HORAS ANUALES
① Gestión comercial y legislativa	12.....	96
② Economía	12.....	96
③ Comportamiento del consumidor	14.....	128

Especialidad: Mercadeo	Modalidad: Comercial y Servicios	Campo detallado: Mercadotecnia y Publicidad	Nivel: Undécimo
Subárea: Comportamiento del consumidor	Unidad de estudio: Gestión comercial y legislativa		Tiempo estimado: 96 horas 12 semanas
Competencias para el desarrollo humano: Capacidad de negociación		Eje política educativa: Educación para el desarrollo sostenible	

Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
1. Usar técnicas modernas de ventas efectivas, aplicables a todo el comercio.	<p>Vocabulario técnico relacionado con ventas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vendedor. • Venta. • Relación consumidor-empresa (C2B). • Relación consumidor-consumidor (C2C). • Relación empresa a empresa (B2B). • Relación negocio a consumidor ((B2C). • Marketing parasitario o de emboscada. • Programa de afiliación de ventas. • Web invisible. • Cabecera de góndola. • Call centers. • Campaña. 	<ul style="list-style-type: none"> • Representa el vocabulario técnico relacionado con ventas. • Relaciona el concepto de ventas con el ciclo contable. • Utiliza técnicas modernas de ventas efectivas, aplicables a todo el comercio. • Ejecuta el ciclo de cierre de ventas en diferentes escenarios.



Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
	<ul style="list-style-type: none"> • Campaña (de imagen, intriga, comunicación). • Análisis de ventas. <p>Técnicas de ventas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Método SPIN. • Método SNAP. • Vendedor retador. • Sistema de ventas sandler. • Venta consultiva o venta de soluciones. <p>Cierre de ventas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuerpo Espín. • Cambio de precio. • Alternativa. • Cierre rebote • Descripción de necesidades. 	
<p>2. Utilizar leyes en la resolución de casos.</p>	<p>Código de Comercio Costarricense (versión vigente). Capítulo II al Capítulo VII del</p> <p>Clasificación según el Código de Comercio. Los auxiliares del comercio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los comisionistas. • Los corredores jurados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Clasifica los auxiliares del comercio, según el Código de comercio.



Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
	<ul style="list-style-type: none"> • Los factores. • Los portadores. • Los agentes viajeros. • Los representantes de casas extranjeras. • Los dependientes. <p>Ley 8204 “Ley sobre estupefacientes, sustancias psicotrópicas, drogas de uso no autorizado, legitimación de capitales y actividades conexas” acerca de la legitimación de capitales (versión vigente):</p> <p>El delito de legitimación de capitales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concepto de Legitimación de Capitales. • Etapas. • Etapas del Lavado de Activos. • Características del lavado. <p>Señales de alerta y consecuencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Señales de alerta en la legitimación de Capitales. • Consecuencias de la legitimación de capitales para el país, la sociedad y la salud pública. 	<ul style="list-style-type: none"> • Identifica las etapas, señales y consecuencias del lavado de dinero. • Usa la Ley 8204 “Ley sobre estupefacientes, sustancias psicotrópicas, drogas de uso no autorizado, legitimación de capitales y actividades conexas” acerca de la legitimación de capitales (versión vigente) en la resolución de casos.



Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
	<p>Ley contra el acoso laboral en el sector público y privado – Costa Rica (versión vigente).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Discusión en plenaria. • Resumen ejecutivo con la información más relevante a su especialidad. <p>Ley sobre la Renta (versión vigente según el sitio web oficial del Ministerio de Hacienda:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Confección, presentación y pago del impuesto sobre la renta. (Formulario vigente). • Tarifas del impuesto sobre la renta. • Pagos parciales del impuesto sobre la renta. • Retención de la fuente por salarios y otros pagos laborales. • Rentas de capital. (D 101, D 151, D 104-2, D 125-1). <p>Ley de Promoción de la Competencia y Defensa efectiva del consumidor -Ley No. 7472 (versión vigente)</p> <p>Artículo 29 del capítulo V “Defensa efectiva del consumidor” (versión vigente):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Protección contra los riesgos que afectan la salud. 	<ul style="list-style-type: none"> • Usa la ley contra el acoso laboral en diferentes escenarios para la resolución de casos. • Calcula el monto a pagar por concepto de impuesto sobre renta y por concepto de servicios profesionales. • Elabora las declaraciones correspondientes (D 101, D 151, D 104-2, D 125-1). • Explica el artículo 29 del Capítulo V de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa efectiva del consumidor – Ley 7472.



Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
	<ul style="list-style-type: none"> • Protección de los intereses económicos y sociales del consumidor • Derecho a la información verdadera y oportuna de los productos: (cantidad: peso o medida), características (peso, medida, presentación, calidad (primera, segunda u otra calidad). • Protección contra la publicidad engañosa. • Derecho al acceso de eficientes sistemas administrativos y judiciales. • Derecho a recibir apoyo del Estado para que los consumidores formen organizaciones. <p>Responsabilidades del consumidor:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conciencia crítica. • Participación activa. • Conciencia ambiental. • Conciencia social. • Solidaridad. <p>Función principal del Estado con respecto al consumidor.</p> <p>Artículo 31 de la Ley 7472 (versión vigente): De las obligaciones de los proveedores, comerciantes o empresarios.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Respetar las condiciones de los contratos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Distingue las responsabilidades del consumidor. • Explica en qué consiste la función del Estado con respecto al consumidor. • Analiza el artículo 31 de la Ley de Promoción de la competencia y defensa efectiva del consumidor – Ley 7472.



Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
	<ul style="list-style-type: none"> • Informar al consumidor la naturaleza de los productos. • Incluir la información necesaria en el caso de ventas al crédito. • Entregar instrucciones para hacer uso de los artículos. • Informar si las partes y repuestos son usados. • Informar cuando en el país no existan servicios técnicos de reparación. • Garantizar el bien o servicio que se ofrece. • Asumir daños en caso de no cumplir con los plazos establecidos en los contratos de reparación. • Acaparara productos (ocultar o no poner a la venta). • Comunicar a los clientes si son bienes usados, defectuosos o reconstruidos, • Extender la factura o los comprobantes de compra. <p>Condiciones con respecto a los instrumentos de medición.</p> <p>Instituciones relacionadas con el consumidor:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comisión Nacional del Consumidor. • Aresep. • Energía. 	<ul style="list-style-type: none"> • Identifica las instituciones relacionadas con el consumidor.
3. Fortalecer acciones éticas y responsables en el marco del Programa Integral de Educación para el Desarrollo Sostenible y	Documento Programa Integral de Educación para el Desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> • Explica en qué consiste el Programa Integral de Educación para el Desarrollo Sostenible y la Gestión

Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
la Gestión Ambiental Institucional-MEP (versión vigente).	Sostenible y la Gestión Ambiental Institucional-MEP (versión vigente).	Ambiental Institucional-MEP (versión vigente). <ul style="list-style-type: none"> Ejerce sus acciones en forma ética y responsable como ciudadano de la comunidad y país.
4. Desarrollar técnicas que permitan el fortalecimiento de una ciudadanía planetaria con identidad, en el marco de la prevención de estafas.	Método de estafa: <ul style="list-style-type: none"> Concepto, características de una estafa. Esquema de Ponzi – Funcionamiento del Fraude disfrazado. 	<ul style="list-style-type: none"> Distingue las características de la estafa. Explica cómo opera el fraude disfrazado, según el esquema de Ponzi.

Especialidad: Mercadeo	Modalidad: Comercial y Servicios	Campo detallado: Mercadotecnia y Publicidad	Nivel: Undécimo
Subárea: Comportamiento del consumidor	Unidad de estudio: Economía		Tiempo estimado: 96 horas 12 semanas
Competencias para el desarrollo humano: Comunicación asertiva		Eje política educativa: Fortalecimiento de una ciudadanía planetaria con identidad	

Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
1. Crear cultura tributaria de modo que se favorezca la economía del país.	<p>Necesidades del ser humano:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fisiológicas. • Seguridad y protección. • Amor y sensación de pertenencia. • Estatus. • Autorrealización. <p>Medios de comunicación que promueven la satisfacción de necesidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Radio. • Televisión. • Propaganda móvil (vehículos, motorizados) • Internet • Anuncios publicitarios (periódicos, revistas, vallas). <p>Factores que influyen en las decisiones de un consumidor:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El mercado. • Las estrategias de mercadeo. • La publicidad y su impacto en la mente del consumidor. • Valores culturales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ilustra la jerarquía de necesidades de Maslow. • Muestra los diferentes medios de comunicación. • Reconoce los factores que influyen en la decisión del consumidor.

Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
	<ul style="list-style-type: none"> • Las modas. <p>Consecuencias de la desinformación en la toma de decisiones de compra:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Características de los productos y servicios. • Rotulado de las etiquetas de un producto. • Información que deben contener las etiquetas de productos envasados (Composición, cantidad, advertencias, fecha de vencimiento, instrucciones de uso, ingredientes, entre otros). <p>Habilidades de comunicación básicas que se recomiendan para plantear un reclamo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mirar a los ojos al vendedor. • Hablar en primera persona. Tener un tono de voz intermedio (ni alto ni bajo). • Músculos relajados. • Gestos amables y no agresivos. • Presentar el problema con claridad. • No hacer caso a gestos, palabras o gritos desagradables del vendedor. • No fomentar situaciones agresivas. <p>Proceso del reclamo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ante el propio vendedor. • Reclamos por medios legales (ARESEP, Comisión, Nacional del Consumidor). 	<ul style="list-style-type: none"> • Distingue las consecuencias de la desinformación en la toma de decisiones de compra. • Representa las habilidades de comunicación en el planteo de reclamos. • Diagrama el procedimiento de reclamo, proceso de revisión periódica al comercio y el procedimiento para rescindir de compras.

Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
	<ul style="list-style-type: none"> • Estar atento al trámite posterior a la denuncia ante la Comisión Nacional del Consumidor. <p>Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC):</p> <p>Área de Comercio y Apoyo al Consumidor del (M.E.IC):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Funciones del área de comercio. • Línea 800-Consumo (denuncias telefónicas) <p>Proceso de revisión periódica al comercio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concepto. • En qué consiste la verificación? <p>Pasos que se verifican en una visita al comercio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verificación del estado correcto de pesas, medidas, registradoras y demás instrumentos de medición. • Acceso a una información veraz y oportuna sobre bienes y servicios. • Se corrobora que los talleres de reparación, establecimientos y similares indiquen claramente las condiciones y limitaciones del servicio. • Acatamiento de los precios y porcentaje de utilidad bruta sobre bienes y servicios que tienen precios regulados por el MEIC. <p>Venta de clubes de viajes y otros planes de venta a plazos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Explica el papel del MEIC, en la regulación de comercio costarricense.



Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
	<ul style="list-style-type: none"> • Monitorio de precios en ciertos productos en ciertos períodos del año (por ejemplo: Semana Santa) <p>Instrucción a los comerciantes sobre la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor (Ley 7472).</p> <p>Derecho a la factura:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concepto y usos. • Requisitos que debe tener una factura. • Factura electrónica. <p>Derecho de garantía:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concepto e importancia. • Plazo de duración • Aspectos requeridos en una garantía • Límites, titular y certificado de garantía. • Aspectos que deben contemplarse en la garantía (alcance, duración, condiciones, personas o empresas que extienden la garantía). • Exigencia del consumidor. <p>Derecho de retracto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concepto y aplicación. <p>Procedimientos para rescindir una compra o un servicio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Distingue los derechos de los consumidores.

Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
	<p>Educación Tributaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Espacio Público. • Por qué implementar la Educación Tributaria? <p>Cultura Tributaria: ¿En qué consiste la Educación Tributaria?</p> <p>Clasificación de los impuestos según su aplicación y características.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Directos e indirectos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Explica las razones para la implementación de la educación tributaria y la cultura tributaria en Costa Rica. • Ejemplifica los impuestos según su aplicación.
2. Explicar las variables microeconómicas y macroeconomía que impactan a la empresa.	<p>Dinero y el ahorro:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concepto de dinero y ahorro. • Importancia del concepto en el contexto de un mercado. <p>El dinero como medio de intercambio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El dinero como medida de valor. • El poder adquisitivo del dinero. • El dinero como patrón de pagos diferidos. <p>Atributos del dinero:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aceptación. • Durabilidad. • Homogeneidad. • Divisibilidad. • Facilidad de reconocimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reconoce la importancia de los conceptos dinero y ahorro en el contexto del mercado. • Explica la importancia del dinero como medio de intercambio. • Ilustra los atributos del dinero.

Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
	<p>La Empresa y la Economía:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La empresa en el entorno económico. • Ingresos y costos: El Modelo Básico. • El funcionamiento de la Economía. • Pronóstico: ¿Qué Sucederá a Continuación?. Análisis PEST. • Exploración del entorno. • Escenarios. • Economía y rentabilidad. <p>Estudio de caso:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Porsche: el Precio del Encanto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Relaciona la empresa con la economía.
3. Discriminar el impacto del neuromarketing en la sociedad.	<p>Neuromarketing: El poder de la mente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El sistema cerebral. • Los tres niveles cerebrales. • El cerebro humano al detalle. • Un cerebro, dos hemisferios. • El aprendizaje. <p>El cerebro emocional:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Emoción científica. • Las emociones. • Publicidad emocional. <p>El consumidor como individuo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Percepción, motivación, comportamiento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Identifica el concepto e importancia del Neuromarketing. • Enumera los principios del Neuromarketing. • Explica cómo funciona el sistema cerebral y el cerebro emocional. • Reconoce aspectos de percepción, motivación y comportamiento del consumidor.



Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
	<p>La decisión de compra:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tipos de comportamiento. • Tipos de decisiones. • Etapas en el proceso de decisión del cliente. <p>El Neuromarketing como ciencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Origen, concepto, objetivos. • Herramientas. • Chirstopher Morin y su teoría. • Aplicación y resultados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Examina cuáles razones motivan al consumidor a realizar compras. • Explica en qué consiste el neuromarking como ciencia. • Crea estrategias sencillas de neuromarketing orientadas al crecimiento de su especialidad.
<p>4. Reconocer los principios de la Ley de Igualdad de Oportunidades para las Personas con Discapacidad, con el fin de actuar en forma ética y responsable, en calidad de ciudadano de la comunidad y el país.</p>	<p>Ley 7600 Ley de igualdad de oportunidades para las personas con discapacidad – Costa Rica. (Versión vigente):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Artículo 2 de la Ley 7600. • Título I Capítulo 1, 2, 3, 4, 5, 6,7 de la Ley 	<ul style="list-style-type: none"> • Reconoce el vocabulario técnico usado en el artículo 2 de la Ley 7600 Ley de Igualdad de Oportunidades para las Personas con Discapacidad – Costa Rica. • Explica el Título I Capítulo 1, 2, 3, 4, 5, 6,7 de la Ley de Igualdad de Oportunidades para las Personas con Discapacidad – Costa Rica. • Ilustra escenarios que generan infracciones y sanciones en el contexto de la Ley de Igualdad de Oportunidades para las

Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
		Personas con Discapacidad – Costa Rica.
5. Implementar el fortalecimiento de una ciudadanía planetaria con identidad, en el marco de los Estándares de Cualificación.	<p>Discusión en plenaria sobre el tema:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marco Nacional de Cualificaciones y su implicación en la educación costarricense (versión vigente). • Perfiles de salida y su relación con el Marco Nacional de Cualificaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Explica en qué consiste el Marco Nacional de Cualificaciones y su importancia para el sector educación de Costa Rica. • Reconoce el concepto e implicaciones del estándar de cualificaciones. • Relaciona el perfil de salida ocupacional con el Marco Nacional de Cualificaciones.



Especialidad: Mercadeo	Modalidad: Comercial y Servicios	Campo detallado: Mercadotecnia y Publicidad	Nivel: Undécimo
Subárea: Comportamiento del consumidor	Unidad de estudio: Comportamiento del consumidor		Tiempo estimado: 128 horas 16 semanas
Competencias para el desarrollo humano: Solución		Eje política educativa: Fortalecimiento de una ciudadanía planetaria con identidad	

Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
1. Explicar el papel del consumidor como individuo.	<p>El consumidor como individuo:</p> <ul style="list-style-type: none"> Motivación y personalidad del consumidor: <ul style="list-style-type: none"> Dinámica de la motivación. Sistemas de necesidad. Medición de las motivaciones. La naturaleza de la personalidad y las teorías relacionadas (fases y teoría de la personalidad). Los rasgos de la personalidad y el comportamiento del consumidor. Percepción del consumidor. <ul style="list-style-type: none"> Elementos de la percepción. <ul style="list-style-type: none"> Selección, organización e interpretación perceptual. Ingeniería del consumidor. Calidad y riesgo percibido. Aprendizaje del consumidor: 	<ul style="list-style-type: none"> Explica cómo influye la motivación y personalidad en el proceso de compras. Caracteriza al ser humano en su etapa de niño, adulto y adulto mayor y lo relaciona con el proceso de compra en el mercado. Distingue el concepto de percepción del consumidor.

Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
	<ul style="list-style-type: none"> • Elementos del aprendizaje del consumidor. • Condicionamiento clásico e instrumental. • Aprendizaje por observación. • Procesamiento de la información. • Aprendizaje cognitivo. • Involucramiento del consumidor y lateralidad hemisférica. • Resultados y mediciones de aprendizaje del consumidor. <ul style="list-style-type: none"> • Formación y cambios de actitudes en el consumidor: <ul style="list-style-type: none"> • Las actitudes y su formación. • Modelo actitudinal de tres componentes y de atributos múltiples. • Modelo de las funciones motivacionales de las actitudes. • Modelo de probabilidad de elaboración. • Disonancia cognitiva y resolución de actitudes conflictivas. • La adjudicación de casualidad y la teoría de la atribución. <p>Estudio de caso:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Analiza cómo aprende la empresa de los comportamientos del consumidor. • Diferencia entre la formación y los cambios de actitudes que presenta el consumidor a la hora de decidir su compra.

Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
	<ul style="list-style-type: none"> El comportamiento de compra de los niños-El Poder Pester (la influencia de los niños en el poder de compra de los padres. 	<ul style="list-style-type: none"> Identifica el término Poder Pester.
2. Analizar el efecto de la comunicación en el comportamiento del consumidor.	<p>La comunicación y el comportamiento del consumidor:</p> <ul style="list-style-type: none"> Persuasión de los consumidores: <ul style="list-style-type: none"> Proceso de comunicación. Medios de difusión masiva y selectiva. Diseño de mensajes persuasivos. Alusiones publicitarias persuasivas. Medición de la eficacia del mensaje. De la publicidad impresa y electrónica a las redes sociales y los medios móviles: <ul style="list-style-type: none"> Delimitación de mercados meta por segmentación o por impresiones. Los consumidores y las redes sociales. Los consumidores y la publicidad móvil. Medición de la eficiencia publicitaria de los medios. 	<ul style="list-style-type: none"> Relaciona la comunicación con el comportamiento del consumidor. Diferencia las características de la comunicación impresa y electrónica.



Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
	<ul style="list-style-type: none"> • Evolución electrónica de los medios tradicionales. • Grupos de referencia y recomendaciones personales: <ul style="list-style-type: none"> • Credibilidad de la fuente y grupos de referencia. • Factores que afectan la influencia de los grupos de referencia. • Credibilidad de los voceros, los avales y tras fuentes formales. • Recomendaciones personales y liderazgo de opinión. • Aplicaciones estratégicas de las recomendaciones personales. • Difusión de innovaciones: segmentación por categorías de adoptantes. Toma de decisiones del consumidor y difusión de innovaciones: <ul style="list-style-type: none"> • Modelo de toma de decisiones del consumidor. • Comportamiento del consumidor en el contexto de los obsequios. • Difusión y adopción de innovaciones. Marketing ético y responsabilidad social: <ul style="list-style-type: none"> • Marketing social (utopía o realidad). 	<ul style="list-style-type: none"> • Relaciona el concepto de grupos de referencia con el mercadeo. • Explica en qué consiste la toma de decisiones del consumidor y la difusión de innovaciones.



Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
	<ul style="list-style-type: none"> Marketing abusivo. Técnicas y mensajes proporcionales tramposos. <p>Investigación del consumidor:</p> <ul style="list-style-type: none"> Objetivos de investigación. Recolección de datos secundarios. Diseño de investigación primaria (investigación cualitativa, cuantitativa, instrumentos para recolectar datos). Combinación de la recolección cualitativa y cuantitativa. <p>Estudio de caso:</p> <ul style="list-style-type: none"> El mundial de fútbol desata la fiebre por aprender ruso en América Latina. 	<ul style="list-style-type: none"> Relaciona al Marketing ético con la responsabilidad social. Explica en qué consiste el proceso de investigación al consumidor.
3. Examinar el contexto social y cultural de los consumidores.	<p>Mercado minorista (retailing):</p> <ul style="list-style-type: none"> Mercado meta. Características de la mezcla de marketing. Tipos de minoristas. Tendencias del menudeo <p>Mercado de mayoristas:</p> <ul style="list-style-type: none"> Papel y funciones de los mayoristas. 	<ul style="list-style-type: none"> Clasifica los tipos de minoristas. Explica cómo se desarrolla el Mercado de mayoristas.

Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
	<ul style="list-style-type: none"> • Importancia del mayoreo. • Marketing para mayoreo. • Tipos de mayoristas. • Agentes y corredores. <p>Mercados emergentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El fin de la Guerra Fría y el carácter de la Globalización. • La década del noventa y la “Era Clinton. • Guerra Fría: unipolarismo y Multipolarismo • México: La primera crisis en mercados emergentes. • La crisis asiática: “Segunda ola” de crisis financiera. • Las economías del Sudeste Asiático. • El “efecto arroz” sobre el sistema financiero argentino. • El cambio sistémico internacional y la crisis argentina. • El “caso argentino” y el cambio de paradigma global. • Investiga nuevos casos según la época de aplicación del programa de estudio. <p>La familia y su posición social:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La familia como agente de socialización. 	<ul style="list-style-type: none"> • Analiza escenarios de mercado emergentes del mundo.

Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
	<p>Comportamiento transcultural del consumidor: una perspectiva internacional:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análisis transcultural y aculturación. • Adaptación o estandarización. • Oportunidades globales de Marketing. • Segmentación transcultural. <p>Estudio de caso:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informar o desinformar, eh ahí el dilema: Oscar López, sobre la educación para el futuro: la gente está desinformada. 	<ul style="list-style-type: none"> • Analiza en qué consiste el comportamiento transcultural del consumidor.
<p>4. Implementar soluciones de seguridad empresarial en materia de salud ocupacional.</p>	<p>Seguridad en el trabajo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La salud y el trabajo: <ul style="list-style-type: none"> • Cuidar la salud y la seguridad en el trabajo • La cultura de la prevención: <ul style="list-style-type: none"> • La prevención en los ambientes laborales. • La identificación de peligros, la evaluación de riesgos y el mapa de riesgos en ambientes laborales. • Planificación preventiva. • La clasificación de los factores de riesgo. • Ergonomía. <p>La salud y el trabajo en las políticas públicas, según el sitio web oficial del</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Relaciona la salud con el trabajo. • Explica en qué consiste la cultura de prevención. • Resuelve casos de salud y seguridad laboral, considerando

Resultados de aprendizaje	Saberes esenciales	Indicador de logro
	<p>Consejo de Salud Ocupacional de Costa Rica:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lista de normas INTACO. • Normas técnicas de prevención. • Guía de Salud Ocupacional y prevención de riesgos en el teletrabajo. • Guía programa Salud Ocupacional. 	<p>el sitio web oficial del Consejo de Salud Ocupacional de Costa Rica.</p>
<p>5. Incentivar el actuar como un ciudadano planetario con identidad, en el marco de la Industria 4.0.</p>	<p>Discusión en plenaria sobre el tema Industria 4.0 (versión vigente).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Orígenes. • Protagonistas. • Desde la digitación hasta la automatización de las fábricas. • Flexibilidad de una fábrica y personalización de producción. • Nuevas herramientas logísticas. • Herramientas de simulación. • Una fábrica que economice energía y materias primas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Menciona la importancia de la Industria 4.0, en el desarrollo económico del país. • Enlista las nuevas herramientas de logística y simulación referidas a la Industria 4.0 • Relaciona los procesos de la Industria 4.0 con su especialidad.

Subject Area English Oriented to Marketing.



Description

To provide our young people with greater opportunities and to improve the country's competitiveness, the Higher Education Council approved a subject area for the acquisition of language skills in English for Specific Purposes as part of the curricular structure of the curriculum of the Specialties of Technical Vocational Education and Training (TVET).

The development of language skills in English is an essential element for Costa Rican youth to successfully integrate into society, to take advantage of new opportunities and to enhance their employability.

The subject area **English Oriented to Marketing in eleventh grade** offers a new curricular approach that combines the development of communicative skills with student-centered pedagogy, a technical orientation that integrates collaborative learning, the development of critical thinking, instruction based on conversation about a problem or product in the classroom, and project-based learning.

For the first time, English for Specific Purposes (ESP) is incorporated, in which the four linguistic competences are worked on using the six levels of the Common European Framework of Reference (CEFR) with essential knowledge that belongs specifically to the Marketing field and some related specialties.

At the end of the twelfth grade, the student will become an English Independent User (B1) according to the Common European Framework of Reference (CEFR).

The subject area contains four scenarios and each one has themes, which are detailed in the Curricular Grid and the Curriculum Scope and Sequence, which are detailed later in this section.

The organization outlined in this Curriculum is closer to real-life language use, which is grounded in interaction in which meaning is co-constructed. The goals are presented under four modes of communication: reception, production, interaction, and mediation. (CEFF, 2019 p.30.)

Language as, embracing language learning, comprises the action performed by people who as individuals and social agents develop a range of general and particular communicative language competences. Drawing on the competencies at their disposal in various contexts under various conditions and under different constraints to engage language activities involving language processes to produce and/or receive texts in relation to themes in specific domains, activating those strategies which seem most appropriate for carrying out the tasks to be accomplished. The monitoring of these actions by the participants leads to the reinforcement of modification of their competences.

The CEFR has two axes: a horizontal axis for describing different activities and aspects of competence and a vertical axis representing progress in proficiency. To facilitate organization, the CEFR presents six common reference levels. Firstly, they can be grouped into three broad categories: Basic user (A1 and A2), Independent user (B1 and B2) and Proficient User (C1 and C2). Secondly, the six reference levels are often segmented.

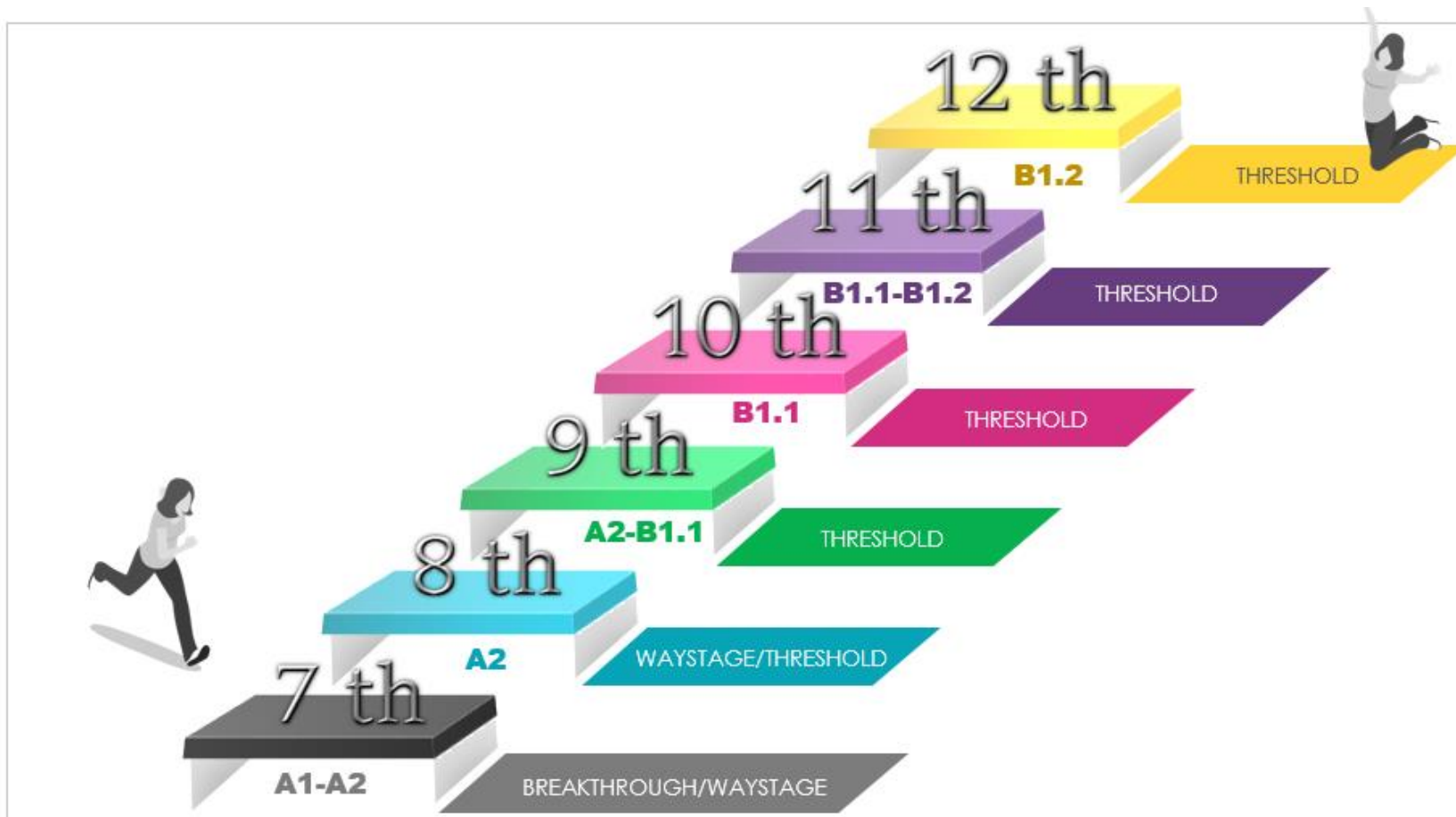


Figure 1. Common reference levels Common reference levels in the Professional Technical Education Curriculum.

Source: Prepared by the authors on the basis of data supplied by CEFR, DETCE, 2019.



CEFR Guidelines

Instructional hours needed to fulfill the targets of each CEFR level:

Table 1. Range of hours required to achieve the category

Category	Range of hours required to achieve the category
A1	Approximately 90-100
A2	Approximately 180-200
B1	Approximately 350- 400
B2	Approximately 500-600
C1	Approximately 700-800
C2	Approximately 1000 –1200

Source: Prepared by the authors on the basis of data supplied by CEFR, 2014.



Rationale

The Costa Rican education system is based on the Political Constitution, which establishes that the development of public education is the responsibility of the State. As indicated in article 77 of the Constitution of Costa Rica states, “Public education shall be organized as an integral process correlated in its various cycles, from preschool to university”.

In Costa Rica, education is recognized as a human and constitutional right, where the education system favors the acquisition of skills, abilities, knowledge, values, attitudes, behaviors and ways of seeing the world. In addition, it fosters and stimulates the integral development of the person and his or her individual and social transformation. It also promotes active participation in civic and academic life.

The Council of Higher Education (CSE), within the framework of its constitutional mandate, has adopted a series of comprehensive provisions, regulations and policies to guide Costa Rican education. Of special importance are the curricular policies within the framework of "Educating for a New Citizenship." "The person: center of the educational process and transforming subject of society", and the approval of study programs, which materialize the curricular transformation embodied in the aforementioned policies.

The Technical Vocational Education and Training, (TVET) in compliance with the regulations and policies approved by the Higher Education Council, has implemented a series of educational reforms aimed at providing tools that promote the incorporation of



people to employability, the creation of their own business and / or continue higher education studies. The curricular foundation of the study programs, under a competency-based education approach carried out since 2006, constitutes one of the most important advances of Costa Rican professional technical education on the road to a holistic education.

Pursuit of improvement and promotion of the social mobility of Costa Rican population, the TVET of Costa Rica continues evolving with the purpose of generating qualified technical human talent capable of making informed decisions, assuming the responsibility of its individual actions and influencing the present and future collectivity, with environmental integrity, economic viability and social justice within the framework of respect for cultural diversity and environmental ethics that contribute to the competitiveness of the country.

The educational policy and curricula establish the educational model in which the Technical Vocational Education and Training (TVET) study programs are framed, with a curricular focus on Education by Competencies that constitute the foundation and reference framework to follow for the achievement of the proposed goals and objectives of the subsystem.

The curricula are based on the philosophical pillars and the axes established in education policy, which are detailed below.

The Complexity Paradigm



States that the human being is a self-organized and self-referential being, i.e. that he is aware of himself and his environment. Their existence makes sense within a natural social-family ecosystem and as part of society. As for the acquisition of knowledge, this paradigm considers that students develop in a bio natural ecosystem (which refers to the biological character of knowledge in terms of brain forms and learning modes) and in a social ecosystem that conditions the acquisition of knowledge. The human being is characterized by having autonomy and individuality, establishing relationships with the environment, possessing aptitudes to learn, inventiveness, creativity, capacity to integrate information from the natural and social world and the ability to make decisions. In the field of education, the paradigm of complexity allows for a wider horizon of training, since it considers that human action, due to its characteristics, is essentially uncertain, full of unpredictable events that require the student to develop inventiveness and propose new strategies to deal with a reality that changes daily.

Humanism

It is oriented towards personal growth and therefore appreciates the student's experience including its emotional aspects. Each person considers himself responsible for his life and self-realization. Education, therefore, is centered on the person, so that he or she is the evaluator and guide of his or her own experience, through the meaning acquired by his or her learning process. Each person is unique, different; with initiative, with personal needs to grow, with potential to develop activities and solve problems creatively.

Social Constructivism

Proposes the maximum and multifaceted development of the abilities and interests of students. The purpose is fulfilled when learning is considered in the context of a society, considering previous experiences and the mental structures of the person who participates in the processes of knowledge construction. This takes place in an interaction between the internal mental level and the social exchange.

The Paradigm of Rationalism

Based on reason and objective truths as principles for the development of valid knowledge, has been fundamental in the conceptualization of Costa Rican education policies.

Principles and axes that permeate education policy

- **Student-Centered Education**

This means that all the actions of the education system are aimed at promoting the integral development of the student.

- **Education Based on Human Rights and Citizens' Duties**

This entails making commitments to give effect to these same rights and duties, through the participation of active citizenship geared to the changes desired.



- **Education for Sustainable Development**

Education becomes a means of empowering people to make informed decisions, take responsibility for their actions and their impact on current and future collectivity, and consequently contribute to the development of societies with environmental integrity, economic viability and social justice for present and future generations.

- **Planetary Citizenship with National Identity**

This means strengthening awareness of the immediate connection and interaction that exists between people and environments around the world and the impact of local actions at the global level and vice versa. Also, it implies retaking our historical memory, to be aware of who we are, where we come from and where we want to go.

- **Digital Citizenship with Social Equity**

Refers to the development of a set of practices aimed at reducing the social and digital divide through the use and exploitation of digital technologies.

Due to the technological, social, economic and environmental changes, it is necessary not only the development of specific competencies related to the area of technical training but also the development of competencies for human development. These competencies will help to continue learning throughout life, for innovation and creativity in individual and teamwork, critical thinking, problem-solving with social responsibility and environmental awareness and ethical commitment.

The development of the curriculum is oriented to the development of specific linguistic and human competencies, which are articulated with the axes established by the current educational policy, which are detailed below.

- **Education for Sustainable Development**

"Sustainable development" is based on the idea that, since the resources are finite, we must develop as far as they allow, which generates a struggle between "development and the environment". On the other hand, "sustainable development" advances towards an idea of greater harmony between human beings and ecosystems, understanding that the world is not broad and unlimited as we had believed, a conception that has provoked a revolution in the mentality of the last two generations.

- **Digital Citizenship with Social Equity**

Digital citizenship implies the development of a set of practices that make it possible to reduce the social and digital divide through the use and exploitation of digital information and communication technologies, based on the implementation of policies for the expansion of solidarity and universal connectivity.

The concept of "digital citizenship" arises in the international debate and has been defined as the norms of behavior concerning the use of technology. "Digital citizenship" implies the understanding of human, cultural, economic and social issues related to the use of Information and Communication Technologies (ICTs), as well as the application of behaviors relevant to that understanding and to the principles that guide it: ethics, legality, security, and responsibility in the use of the Internet, social networks and available technologies.



- **Strengthening a Planetary Citizenship with National Identity**

The clarification of the meaning and implications of "education and planetary citizenship" is recent. It is necessary to emphasize essential skills that include values, attitudes, communicative abilities, as well as cognitive knowledge, always dynamic and changing. Education is presented as a relevant aspect for understanding and solving social, political and cultural problems at the national and international levels, such as human rights, equity, multiculturalism, diversity, and sustainable development.

In this sense, the term "glocalized" communities are considered, which implies that individuals or groups are capable of "thinking globally and acting locally". Therefore it incorporates the need to learn to live together, as well as the recognition of the collective power of citizen action.

English Oriented to Marketing curriculum presents the goals under four modes of communication: reception, production, interaction, and mediation, using the common reference levels established by the Common European Framework of Reference for languages.

Meaning and Approach to Common European Framework of Reference for Languages

The Common European Framework of Reference for Languages: Learning, Teaching, Assessment, abbreviated in English as different acronyms as CEFR or CEF or CEFRL, is a guideline used to describe achievements of learners of foreign languages. This guideline contains standards for grading an individual's language proficiency. It was established by the Council of Europe as part of the project "Language Learning for European Citizenship" between the years 1989 and 1996. The main objective of this guideline is to provide a method of teaching, learning, and assessing which applies to all languages in Europe.

The CEFR has three principal dimensions: language activities, the domains in which the language activities occur, and the competencies on which we draw when we engage in them.

Language Activities

The CEFR distinguishes among four kinds of language activities:

- Reception (listening and reading),
- Production (spoken and written),
- Interaction (spoken and written),
- Mediation (translating and interpreting).



Domains

General and particular communicative competencies are developed by producing or receiving texts in various contexts under various conditions and constraints. These contexts correspond to various sectors of social life that the CEFR refers to as domains. Four broad domains are then distinguished: educational, occupational, public, and personal.

Competences

A language user can develop various degrees of competence in each of these domains and to help describe them, the CEFR has provided a set of six Common Reference Levels (A 1, A 2, B 1, B 2, C 1, C 2).

General Mediation Strategies and Pedagogical Approach

The Action Oriented Approach

The Action-Oriented Approach is the adopted approach for this curriculum to make language learning/teaching more efficient. It emphasizes what learners know and does to communicate successfully by completing tasks (not exclusively language-related) in a given set of circumstances, in a specific environment and within a particular field of action. It uses general and specific competences in meaningful contexts and real-life scenarios to use the language.

There is a progressive shift from complementing and improving the missing aspects of the Communicative Approach to the Action-Oriented Approach; increasing communication among people from various countries of the world increase not only the need for foreign language learning but also the methods, approaches, and techniques.

The Action-oriented approach, which does not ignore the social and cultural nature of the language as well as its communicative nature, deals with a new social dimension. It calls the learners as “social actors” (CEFR., 2000, p. 9) creating a common point in the phase of acquisition of skills and learning the knowledge “Actor means a person performing and animating some duties. Since foreign language is learned through some duties and actions as well, it handles the learners as (social) people who should perform tasks” (Delibaş, 2013, p. 1). Learners/users are responsible for their own learning in this approach where the social dimension is first



mentioned in language teaching. “This social dimension is to prepare the learners not only to live together but also to work with strangers in their own country or in a foreign country with different cultures and different spoken languages.

The need to use the language that emerged while fulfilling the tasks makes the learning process effective and the learner active. Puren expresses the importance of actions in communication by saying "This is an action that determines communication"(2006, p. 38). Bourguignon supported this opinion by adding, "There is no point in establishing communication on its own. But it becomes meaningful when it mediates actions” (2006, p. 69).

The action-oriented approach considers the learner as a social agent where learning takes place in a social learning environment and develops linguistic and pragmatic skills besides communicative skills. The creation of a social language environment where the learner will be able to communicate with each other in the middle of the pluricultural and plurilingual environment depends on teachers’ skills and knowledge. The tasks in the classroom or out of the classroom must be parallel to the needs of the learners and the teachers make learners feeling these needs. If considered that language learning is divided into two as knowledge and skills.

The action-oriented approach is the name of these two processes from the constructive learning where the learner is autonomous and directs his own process in which knowledge is constructed during the process and skills are acquired commonly and internationally. Krashen explains this feature of language acquisition by saying “Language acquisition is a subconscious process; language acquirers are not usually aware of the fact that they are acquiring language, but are only aware of the fact that they are using the language for communication (2009, p. 10). He also makes clear the difference between learning and using a language. In this process of acquisition

and learning “language is not only a means of communication but a tool of social action at the same time” (Alrabadi, 2012, p. 1). Bourguignon also emphasizes the same characteristic by saying “In action-oriented approach, communication is at the service for action” (2006, p. 64). It shouldn’t forget “the action came before the language in the process of the evolution of humanity and it constitutes the first stage of the interaction between the people, first the action is revealed then the language develops” (Moreno; Dökme; as cited in Saynsoy, 2003, p. 116). This phrase shows the learner and the teacher how important the action is.

Summarizing the components of the action-oriented approach. The **social agent** who learns in a **learning environment** uses various **knowledge, skills, and abilities** when performing **tasks**. Every place where language learning considered as a social process takes place is the social learning environment; therefore, this social environment can be a classroom, home, shopping center. **The learner** is an autonomous and language user in this social environment but collaborator as a social agent. It shouldn’t be forgotten that this approach is based on the tasks. Important **tools** to create meaningful experiences are; **authentic materials** as comprehensible input, as much as possible as well as **IT access**. Functions, vocabulary, grammar, phonology are taught with the purpose of facilitating communication. This approach also considers the **cognitive** and **emotional** resources.

Task Based Language Teaching (TBLT)

What is a Task? The purposeful actions performed by one or more individuals strategically using their specific competencies to achieve a given result. When the description of the text (oral and written) is examined carefully, it reveals that language learners



face tasks in everyday life within domains and scenarios. To fulfill these tasks, the learner will need several bits of knowledge, skills, and abilities. The learner is not speaking or writing to another person, but rather speaking or writing in a real-life context for a social purpose.

The task stimulates the learners' commitment to the learning process. It may differ in nature according to the balance determined by the goal and the combination of dimensions (general and communicative competences). There are different types of tasks orientations to the complexity (from simple to complex), the length (from shortest to the longest) and social implication (from individual actions to collective actions).

Task-based language teaching aims at providing opportunities for learners to experiment with and explore both spoken and written language through learning activities that are designed to engage learners in the authentic, practical and functional use of language for meaningful purposes. Learners are encouraged to activate and use whatever language they already have in the process of completing a task. The use of tasks will also give a clear and purposeful context for the teaching and learning of grammar and other language features as well as skills. All in all, the role of task-based language learning is to stimulate a natural desire in learners to improve their language competence by challenging them to complete meaningful tasks.

Task-based language teaching has strengthened the following principles and practices:

- A needs-based approach to content selection.
- An emphasis on learning to communicate through interaction in the target language.

- The introduction of authentic texts into the learning situation.
- The provision of opportunities for learners to focus not only on language but also on the learning process itself.
- An enhancement of the learner's own personal experiences as important contributing elements to classroom learning.
- The linking of classroom language learning with language use outside the classroom.

Seven Principles for Task-Based Language Teaching

Principle 1: Scaffolding. Lessons and materials should provide supporting frameworks within which the learning takes place. At the beginning of the learning process, learners should not be expected to produce language that has not been introduced either explicitly or implicitly. A basic role for an educator is to provide a supporting framework within which the learning can take place. The learners will encounter holistic 'chunks' of language that will often be beyond their current processing capacity. The 'art' of TBLT is knowing when to remove the scaffolding. If the scaffolding is removed prematurely, the learning process will 'collapse'. If it is maintained too long, the learners will not develop the independence required for autonomous language use.

Principle 2: Task dependency. Within a lesson, one task should grow out of, and build upon, the ones that have gone before. Within the task-dependency framework, a number of other principles are in operation. One of these is the receptive-to-productive principle. Here, at the beginning of the instructional cycle, learners spend a greater proportion of time engaged in

receptive (listening and reading) tasks than in productive (speaking and writing) tasks. Later in the cycle, the proportion changes, and learners spend more time in productive work. The reproductive-to-creative-language principle is also used in developing chains of tasks.

Principle 3: Recycling. Recycling language maximizes opportunities for learning and activates the ‘organic’ learning principle. This recycling allows learners to encounter target language items in a range of different environments, both linguistic and experiential. As such, they will see how a particular item functions in conjunction with other closely related items in the linguistic ‘jigsaw puzzle’. They will also see how it functions in relation to different content areas.

Principle 4: Active learning. Learners learn best by actively using the language they are learning. A key principle behind this concept is that learners learn best through doing – through actively constructing their own knowledge rather than having it transmitted to them by the teacher. When applied to language teaching, this suggests that most class time should be devoted to opportunities for learners to use the language. These opportunities could be many and varied, from practicing memorized dialogues to completing a table or chart based on some listening input. The key point, however, is that it is the learner, not the teacher, who is doing the work. This is not to suggest that there is no place at all for teacher input, explanation and so on, but that such teacher-focused work should not dominate class time.

Principle 5: Integration. Learners should be taught in ways that make clear the relationships between linguistic form, communicative function, and semantic meaning. The challenge for pedagogy is to ‘reintegrate’ formal and functional aspects of

language, and that what is needed is a pedagogy that makes explicit to learners the systematic relationships between form, function, and meaning.

Principle 6: Reproduction to creation. Learners should be encouraged to move from reproductive to creative language use. In reproductive tasks, learners reproduce language models provided by the teacher, the textbook or the tape. These tasks are designed to give learners mastery of form, meaning and function, and are intended to provide a basis for creative tasks. In creative tasks, learners are recombining familiar elements in novel ways. This principle can be deployed not only with students who are at intermediate levels and above but also with beginners if the instructional process is carefully sequenced.

Principle 7: Reflection. Learners should be given opportunities to reflect on what they have learned and how well they are performing. Becoming a reflective learner is part of learner training where the focus shifts from language content to learning processes.

Learner-Teacher, Learning and Acquisition in Action Oriented Approach

This Curriculum is based on real-world communicative needs, oriented towards real-life tasks and constructed around purposefully selected notions and functions. This promotes a proficiency perspective guided by “Can Do” descriptors.

In this approach in which knowledge and skill are blended, the learner can no longer be called only the constructor of knowledge, but as the one who can put together new information with existing and can carry acquired knowledge to future learning process.

Teachers are the facilitators and guides that guide the learning process, form the need, take an active role with the learners in the

learning process and their task is to facilitate the acquisition of real or near-real learning environments for the acquisition of language skills.

English for Specific Purposes (ESP)

Breen suggests that when we place communication at the center of the curriculum the goal of that curriculum (individuals who are capable of communicating in the target language) and the means (classroom procedures that develop this capability) begin to merge: learners learn to communicate by communicating. The ends and the means become the same.

ESP is a major activity around the world. It is an enterprise involving education, training, and practice, and drawing upon three major realms of knowledge: language, pedagogy, and the students' / participants' specialist areas of interest.

ESP teachers generally have a great variety of simultaneous roles as researchers, course designers, material writers, testers, evaluators as well as classroom teachers. These teachers need some knowledge of, or at least access to information on any field of study that students are professionally involved with for example business, tourism, agriculture, or mechanics, computer science, drawing, accounting, electronics, (Robinson, p.1).



The Methodology Used in the Classroom

The Bureau of Technical Education and Entrepreneurship recommends for **English Oriented to Marketing** in Tenth grade to implement a student center pedagogy that integrates collaborative learning, development of critical thinking skills, conversation-based instruction around a problem or product in the classroom. The purpose of the implementation of this Curriculum is to bump up the level of instruction and as a result to improve Costa Rican students' English Communicative Skills through a student-centered pedagogy aligned with a technical orientation.

Aristotle said you have to know *what* you are teaching but you also need to know *why and how*. It isn't enough to just know “the learnings” you are teaching. Some elements must be integrated into your classroom for your students to learn such as what their strengths are, what they already come knowing and what matters to them.

Teaching **English Oriented to Marketing** places priority on the communicative competence involving oral comprehension and oral and written communication so that they become Independent users of English and can reach the B1+ level, based on the descriptors of the CEFR. Each level has scenarios and themes:

- Each theme presents an Essential Question which introduces the lesson.
 - a) They are open-ended and resist a simple or single right answer.
 - b) They are deliberately thought-provoking, counterintuitive, and/or controversial.
 - c) They require students to draw upon content knowledge and personal experience.



- d) They can be revisited throughout the unit to engage students in evolving dialogue and debate.
- e) They lead to other essential questions posed by students.
- The Essential Competence and the New Citizenship Axis are shared by the teacher at the beginning of each unit to connect students with the core ideas that have lasting value beyond the classroom.
- Essential Competence is presented to the students, they need to follow human development competencies which are already established to articulate the three learnings: learn to know, learn to do and learn to be and live in community.
- The New Citizenship Axis might be: Sustainable Development Education, Digital Citizenship with Social Equity and Strengthening of Planetary Citizenship with Identity.
- Teachers select the goals from each theme. They can combine oral or written comprehension with oral and written production, depending on the pedagogical purpose of the lesson.
- Teachers start the lesson with a warm-up activity related to the name of the Theme. Then they share the learning goals/expected outcomes with the learners for that day or week.
- Lessons follow a task-based approach combined with the action-oriented approach.
- Grammar is developed by combining both inductive and deductive instruction within a meaningful context.
- The teacher follows a set of integrated sequence procedures established to develop different linguistic competences.

Curricular Design Template Elements

The elements considered in the curricular design are shown and defined in Table N. 2.

Table.2 Curricular elements of English Oriented to Marketing curriculum.

Element	Definition
CEFR	A tool that promotes positive formulation of educational aims and outcomes at all levels.
Scenario	A real-life context referenced for an entire unit, providing the authenticity of situations, tasks, activities, texts.
Time	Number of hours devoted for a unit.
Essential Question	A question to develop and deepen students' understanding of important ideas and processes, so that they can transfer their learning within and outside school. It stimulates learner thinking and inquiry.
Theme	The focus of attention for communicative acts and tasks, that refers back to the real life scenario. (context rather than content)
Essential Competence	Based on the New Citizenship Policy, one must follow human development Competences which are already established in order to articulate the three learnings: learn to know, learn to do and learn to be and live in community
New Citizenship Axis	Sustainable Development Education, Digital Citizenship with Social Equity, Strengthening of Planetary Citizenship with Identity
Goals	“Can Do” performance descriptors based on CEFR.
Oral and Written Comprehension	What a learner can understand or do when listening and/or reading.
Listening and Reading	



Continued, Table 2. Curricular elements of English Oriented to Marketing curriculum.

Oral and Written Production	What a learner can produce in an oral and/or written way.
Spoken production,	
Spoken Interaction and Writing	
Performance Indicator	They describe observable behaviors, give information about the student's performance acquired during the learning process. It allows to show the achievement of knowledge, skills, abilities and attitudes. It also contains two basic elements: Verb-Action and Condition.
Pedagogical Task	They are communicative or non-communicative activities that demand knowledge, skills and abilities and occur in the classroom.
Learnings	This is what learners need to know to communicate effectively within a domain, scenario and theme.
Functions	The use of spoken discourse and/or written texts in communication for a particular purpose (e.g. asking and giving information, describing)
Grammar	The grammatical components that will be covered in the unit.
Vocabulary	Words learners need to know to communicate effectively within a domain, scenario and theme.
Phonology	The part of the lesson that addresses the Learners ability to hear, identify, and manipulate sounds.

Source: Prepared by the authors on the basis of data supplied by CEFR, 2014.



Curriculum Template

Subject Area: English Oriented to Marketing		
Level: Tenth		
CEFR Band: Elija un elemento.	Scenario 1:	Time: hours
Essential Question:	Theme 1: Haga clic aquí para escribir texto.	
Essential Competences: Elija un elemento.	New Citizenship Axis ¹² : Elija un elemento.	

Goals	Performance Indicator	Pedagogical Task
Learner can...	The student...	The teacher will...
Essential Competences.		
New Citizenship Axis.		

Oral and Written Comprehension

Task Building Process

Listening:		
------------	--	--

¹² Política Curricular “Educar para la nueva ciudadanía”.



Reading:		
Oral and Written Production		
Spoken Interaction:		
Spoken Production:		
Writing:		

Learnings			
Functions and Discourse Markers	Grammar	Vocabulary	Phonology
Functions			
Discourse Markers			



Planning

Annual Learning Plan

It is a chronogram in which the development of the curriculum is represented according to the months and weeks that compose the school year. It represents the distribution in time in which the scenarios and their themes will be accomplished, with their correspondent Goals according to the Curriculum. The amount of weeks and hours that will be devoted for the development of each one of the scenarios must be indicated. It includes the name of Themes that make up each scenario with their goals; respecting the logical sequence indicated by the curriculum for the approach of the educational process.

This plan must be delivered to the Principle of the Technical School at the beginning of the school year.

ANNUAL LEARNING PLAN															
Technical High School: Elija un elemento.															
Subject Area: English Oriented to Marketing							Level: Elija un elemento.								
Teacher : Haga clic aquí para escribir texto.										Year : Haga clic aquí para escribir una fecha.					
Scenarios Theme and Goals	February				March	April	May	June	July	August	September	October	November	December	Hours
	1	2	3	4											
Scenario															
Theme															
Goals															



Pedagogical Practice Plan

This plan must be elaborated by Theme. It is of daily use at school and must be delivered to the Principle, according to the datelines established by the administration. The performance of the teacher during a lesson must have correspondence with what is written in the pedagogical practice plan as well as the time distribution established in the annual plan that was prepared at the beginning of the school year.

Definition of the Pedagogical Practice Plan template.

This is a template which contains different qualities at the heading e.g. the name of the institution, name of the teacher of course, and some of these qualities are given in the curricular design where the teacher has gotten familiar with them such as Essential Question, Essential Competence, CEFR level, Level, Scenario, Theme, New Citizenship Axis.

The First Column of the Template presents the Goals, which are found in the curricular design. When planning the teacher first collocates the goals for the Essential Competence, second the New Citizenship Axis Goals, then Oral and Written Comprehension goals for Listening and Reading, finally Oral and Written Production goals for Spoken Interaction, Spoken Production, and Writing. The second Column is Task Mediation Activities. First, a task is for Essential Competence and the second task corresponds to New Citizenship Axis and then comes the methodological message where language learning should be directed towards enabling learners to act in real-life situations, expressing themselves and accomplishing tasks of different natures.

With a group of pre-intermediate level students, how can we create a linked sequence of enabling exercises and activities that will prepare learners to carry out the task? It is asked to propose a six-step pedagogical sequence procedure for introducing tasks, and this is set out below.

Task-Building Process

Pre task

Schemata building. The first step is to develop a number of schema-building exercises that will serve as an introduction to the topic, set the context for the task, and introduce some of the key vocabulary and expressions that the students will need in order to complete the task.

Example:

1. *Create opportunities for schemata-building to introduce the meaning of unknown vocabulary, structures and functions for a concrete action according to the field of study.*

Task Rehearsal

Controlled practice. The next step is to provide students with controlled practice in using the target language vocabulary, structures, and functions. In this way, early in the instructional cycle, they would get to see, hear and practice the target language for the theme of work. This type of controlled practice extends the scaffolding learning that was initiated in the previous. Learners are introduced to the language within a communicative context. In the final part of the step, they are also beginning to develop a degree

of communicative flexibility. Involve learners in intensive listening practice. The listening texts could involve several native speakers. This step would expose them to an authentic or simulated conversation.

Examples:

2. Expose learners to authentic materials to deal with the real world of communication related to the field of study.

Focus on linguistic elements

The students now get to take part in a sequence of exercises in which the focus is on one or more linguistic elements. In the task-based procedure being presented here, it occurs relatively late in the instructional sequence. Before analyzing elements of the linguistic system, they have seen, heard and spoken the target language within a communicative context. Hopefully, this will make it easier for the learner to see the relationship between communicative meaning and linguistic form than when linguistic elements are isolated and presented out of context as is often the case in more traditional approaches.

Example:

3. Focus on linguistic elements such as functions, discourse markers, grammar and vocabulary required to go over the essential question related to the field of study.

4. Give learners controlled practice in using the target language, vocabulary, structures and functions.

Post Task

Provide freer practice. The student should be encouraged to extemporize, using whatever language they have at their disposal to complete the task. Those who innovate will be producing what is known as ‘pushed output’ (Swain 1995) because the learners will be ‘pushed’ by the task to the edge of their current linguistic competence. In this process, they will create their meanings and, at times, language, but over time it will approximate more and more closely to native speaker norms as learners ‘grow’ into the language. (See Rutherford 1987, and Nunan 1999, for an account of language acquisition as an ‘organic’ process.)

Example:

5. *Engage learners to meaningful productive tasks based on the context.*

Assessment

The final step in the instruction to assess is the pedagogical sequence itself. Students find it highly motivating, having worked through the sequence, to arrive at step 6 and find that they can create a project more or less successfully.

Example:

6. *Project: integration of activities. It has to be done in class. One per trimester.*

In third Column, the teacher writes the Indicators in third person singular as it points out what the student can do as a result of the learning process.

Next, you find the template for Learnings (Functions, Grammar, Vocabulary, Phonology provided to the teacher in the Curricular Design)

Finally, the teacher writes the needs: resources, classroom, English laboratory, devices, material required for the pedagogical process for each Theme.

Pedagogical Recommendations

- Teacher makes sure that all learners understand task instructions.
- Teachers should ensure learners know how to use strategies through teacher scaffolding and modeling, peer collaboration and individual practice.
- Learners have at their disposition useful words, phrases and idioms that they need to perform the task. It could be an audio recording with the instructions and the pronunciation of the words and phrases needed.
- The task could involve the integration of listening and speaking or reading and writing and is given to students individually, in pairs, or teams.
- The learners complete the task together using all resources they have. They rehearse their presentation, revise their written report, present their spoken reports or publish their written reports.
- Teacher monitors the learners' performance and encourages them when necessary.

- The learners consciously assess their language performances (using rubrics, checklists and other technically designed instruments that are provided and explained to them in advance). Teachers assess performance, provide feedback in the form of assistance, bring back useful words and phrases to learners' attention, and provide additional pedagogical resources to learners who need more practice.
- At the end of each period, the learners develop and present Integrated Mini-Projects to demonstrate mastery of the scenario goals.
- The Essential Competences and The New Citizenship Axis are central to articulate the three learnings: learn to know, learn to do and learn to be and live in community. The Integrated Mini-Project is an opportunity for students to integrate these three learnings in a single task.
- Teach and plan English lessons in English to engage learners socially and cognitively according to the steps mentioned above.

Pedagogical Practice Plan		
Institution: Elija un elemento.	CEFR: B1.1	
Teacher: Haga clic aquí para escribir texto.	Level: Tenth	
Subject Area: English Oriented to Marketing	Scenario: Haga clic aquí para escribir texto.	Time: hours
Essential question: Haga clic aquí para escribir texto.	Themes: Haga clic aquí para escribir texto.	
Essential Competences: Elija un elemento.	New Citizenship Axis13: Elija un elemento.	
Goals	Task Mediation Activity	Indicators
Essential Competences. New Citizenship Axis. Oral and Written Comprehension Listening: Reading: Oral and Written Production Spoken Interaction Spoken Production:	<p>Task-Building Process:</p> <p>Pre-Task:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Create opportunities for schemata-building to introduce the meaning of unknown vocabulary, structures and functions as mention <p>Task Rehearsal:</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Expose learners to authentic materials to deal with 3. Focus on linguistic elements such as functions, discourse markers, grammar and vocabulary 	

¹³ Política Curricular “Educar para la nueva ciudadanía”.



<p>Writing</p>	<p>4. Give learners controlled practice in using the target language, vocabulary, structures and functions.</p> <p>Post Task:</p> <p>5. Engage learners to meaningful productive tasks based on</p> <p>Assessment:</p> <p>Project: integration of activities. It has to be done in class during the whole period.</p>	
<p>Resources: Haga clic aquí para escribir texto. Classroom: Haga clic aquí para escribir texto. English Laboratory: Haga clic aquí para escribir texto. Devices: Haga clic aquí para escribir texto. Materials: Haga clic aquí para escribir texto.</p>		



Curricular Structure

Scenarios	Eleventh Grade	
	(HOURS PER LEVEL)	
	Weekly Hours	Yearly Hours
1. Running a Business	4	40
2. Assessing your business	4	40
3. Marketing	4	40
4. Social Media	4	40
Total (hours)		160



Curricular Grid

Tenth

S.1 Professional Courtesy

1 Theme Business Ethics 12 Hours	2 Theme Solving Conflicts at Work 12 Hours
3 Theme Etiquette and protocol 16 Hours	

S.2. Becoming an Entrepreneur

1 Theme Leadership and Management Styles 12 Hours	2 Theme Equity and Inclusion 12 Hours
3 Theme Neuromarketing 16 Hours	

Eleventh

S1. Running a Business

1 Theme Empowerment in the Workplace 8 Hours	2 Theme Types of Negotiations 12 Hours
3 Theme Discussion Techniques 8 Hours	4 Theme Cross Cultural Business Behavior 12 Hours

S.2 Assessing your Business

1 Theme Benefits and Work-Life Balance 8 Hours	2 Theme Global Work Environment 8 Hours
3 Theme Budget 12 Hours	4 Theme Statistics, Graphs and Reading Data 12 Hours

Twelfth

S1. Buy and Sell

1 Theme Costs 16 Hours	2 Theme Consumer Behavior 16 Hours
3 Theme Modern Sales Techniques 16 Hours	

S2. Design

1 Theme Theory of Color 20 Hours	2 Theme Psychology of Color 16 Hours
3 Theme Packaging Design 16 Hours	



Tenth

S.3 Introduction to Business

1 Theme Business Organization 12 Hours	2 Theme Ways of Working 8 Hours
3 Theme Tools to solve business problems 20 Hours	

S4. Introduction to Marketing

1 Theme Innovation and Invention 8 Hours	2 Theme Elements and Principles of Art 16 Hours
3 Theme Introduction to Marketing 16 Hours	

Eleventh

S3. Marketing

1 Theme Marketing Mix 8 Hours	2 Theme Marketing Plan 12 Hours
3 Theme Digital Marketing 20 Hours	

S4. Social Media

1 Theme Economy 8 hours	2 Theme Drawing Techniques 16 Hours
3 Theme Social Media 16 Hours	

Scope and Sequence

Level: Eleventh

English Oriented to Marketing

S1. Running a Business

Empowerment in the Workplace (8 hours)	Types of Negotiations (12 hours)	Discussion Techniques (8 hours)	Cross Cultural Business Behavior (12 hours)
--	--	--	--

Goals	Goals	Goals	Goals
<ol style="list-style-type: none"> 1. Uses knowledge of the world, knowledge of discourse structures, knowledge of culture to predict and guess. 2. Produce clear and coherent development of tasks. 3. Follow everyday conversation, with some repetition of particular words and phrases related to internal regulations, labor Performance or 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Develop knowledge for professional and personal use. 2. Increase knowledge on different types of negotiations. 3. Collaborate in simple, shared tasks and work towards a common goal in a group by asking and answering straightforward 	<ol style="list-style-type: none"> 7. Integrate techniques to express thoughts, ideas and feelings in a respectful way in order to transmit clear messages that provoke constructive changes and positive outcomes during discussions 8. Comprehend other’s messages, thoughts and feelings showing respect and the ability to have a constructive 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apply the principles of commitment in the execution of activities of your environment and in relationships with other people. 2. Develop critical digital citizenship on the premises of empathy and social justice by taking well-founded positions and decisions with



Goals	Goals	Goals	Goals
<p>labor Welfare at a company.</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Recognize significant points in straightforward articles from internet or magazines related to Work Environment, employees emotional Health and Committed Employees 5. Scan short texts to locate specific information related to Emotional Work Connections. 6. Give brief reasons and explanations using simple language about measurable improvements in productivity of a company. 7. Reasonably fluently sustain a straightforward description of Mission and Vision in a Company, values and 	<p>questions related to conflict resolution</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Follow the sequence of actions or events in a text about tactics and 5. Commitment in a Company. 6. Use simple appropriate language to check that information has been understood on the phone regarding a proposal or tentative solution to a customer 7. Make simple recommendations for a course of action in familiar everyday situations in a company. 8. Produce familiar sounds and prosodic patterns. 9. Write a notice that clearly conveys 	<p>conversation based on social equity.</p> <ol style="list-style-type: none"> 9. Understand the key points about discussion techniques to reach an agreement in your workplace to avoid controversies. 10. Understand written advice and instruction for applying techniques during discussions. 11. Respond to opinions and ideas expressed by others in different types of discussion that may occur at workplace such as: discussion and debate, round table discussion, panel or conference discussion. 12. Give detailed accounts of experiences, describing feelings and reactions about maturity and training of the group, available materials, physical and mental conditions. 	<p>commitment, inside and outside the classroom.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Understand the information content of the majority of recorded or broadcast audio material about the integrity in business and how to avoid conflicts of interest 4. Recognize significant points in factual texts about the administration of a code of conduct in a company, potential code violations, disciplinary actions, decisions. 5. Explain the benefits and importance of dealing with others such as governments, customers, suppliers, consumers, competitors in a company.

Goals	Goals	Goals	Goals
<p>positive attitudes in an employee and emotional intelligence presenting it as a linear sequence of points.</p> <p>8. Produce familiar sounds and prosodic patterns.</p> <p>9. Work out how to communicate the main points related to experiences functions delegation, taking into account employer's talents, abilities and competences.</p>	<p>information by emails/letters giving some details of events, experiences and feelings.</p>	<p>13. Produce familiar sounds and prosodic patterns.</p> <p>14. Write a description of proposed business objectives.</p>	<p>6. Give a prepared presentation about the different types of business taking into account cross-cultural differences and their classification explaining the main points with reasonable precision.</p> <p>7. Produce familiar sounds and prosodic patterns.</p> <p>8. Synthesize information about Conflicts of interest</p>



English Oriented to Marketing

S2. Assessing your Business

Benefits and Work-Life
Balance
(8 hours)

Global Work Environment
(8 Hours)

Budget
(12 hours)

Statistics, Graphs, and
Reading Data
(12 hours)

Goals

1. Make decisions that would come from management by empowering students who have knowledge in order to deliver services efficiently.
2. Value others' efforts to state points of view and constructive criticism by giving supporting opinions or showing disagreement respectfully.
3. Distinguish between main ideas and supporting details in standard lectures about

Goals

1. Plan and set goals that will help them shape the kind of professional they want to be.
2. Develop skills to overcome obstacles and pursuit what they want in their future careers.
3. Identify specific ethical duties managers owe employees.
4. Describe the provisions of the occupational safety and health act.

Goals

1. Describe a way to create a household budget and how to collaborate with its creation.
2. Explain some rules to follow in order to create a household budget based on sustainable development.
3. Identify a simple chronological sequence about household budget creation.
4. Generally understand

Goals

1. Demonstrate an understanding of the ability to report types of data, methods of data collection and the advantages and disadvantages of each.
2. Access information efficiently, and use it creatively to promote an effective communication.
3. Use some basic interjections to express understanding, surprise,



Goals	Goals	Goals	Goals
<p>human resources challenges and work benefits.</p> <p>4. Follow a straightforward presentation or demonstration with visual support about a family friendly organization</p> <p>5. Understand short texts about the essence of employee turnover rates, causes, and how to avoid it.</p> <p>6. Understand organizational development interventions.</p> <p>7. Take part in routine formal discussion about the consequences of job dissatisfactions, anxiety and depression, psychological stress caused by the workplace</p>	<p>5. Explain, briefly, equal employment opportunity commission protections, including those against sexual harassment at work.</p> <p>6. Describe how employee's expectations of work have changed.</p> <p>7. Produce familiar sounds and prosodic patterns.</p> <p>8. Write about how to be a responsible and ethical employer using simple language.</p>	<p>straightforward factual texts about creating household budget.</p> <p>5. Discuss what to do in order to create a household budget</p> <p>6. Describe in detail the issues that are required to create a family budget.</p> <p>7. Produce familiar sounds and prosodic patterns.</p> <p>8. Write basic instruction with a list of points about sustainable development in household budget, cost control, salary, and expenses.</p>	<p>disappointment, and excitement regarding graphs and charts with statistical observations.</p> <p>4. Describe future plans and intentions using fixed expressions</p> <p>5. Make simple inferences based on information given in a chart with graphical representation for frequency distributions of a company.</p> <p>6. Follow chronological sequence in a formal structured text.</p> <p>7. Follow clearly articulated speech directed to him/her in everyday conversation, though will sometime have to ask for repetition or reformulation from</p>



Goals	Goals	Goals	Goals
<p>8. Give a clear, systematically developed presentation, with highlighting significant points, and relevant supporting detail about the standard of living versus quality life.</p> <p>9. Produce familiar sounds and prosodic patterns</p> <p>10. Write a detailed description of equity and gender, value and reward at the workplace.</p>			<p>time to time to confirm understanding and keep a discussion on course regarding statistical investigation.</p> <p>8. Ask questions about someone's professional experience in a company.</p> <p>9. Use suitable phrases to invite others into a discussion about descriptive and inferential types of statistics.</p> <p>10. Discuss product features in a business setting using simple language.</p> <p>11. Produce familiar sounds and prosodic patterns.</p> <p>12. Summarize, report and give his/her opinion about</p>

Goals	Goals	Goals	Goals
			graphical representation for frequency distributions (e.g. circular, columns, horizontal, lines, dispersion, box, stacked areas, fluctuation graphs, bar charts) with some confidence.



English Oriented to Marketing

S3. Marketing

**Marketing Mix
(8 hours)**

Goals

1. Identify proactively the needs and behaviors of consumers in the current market.
2. Evaluate target markets and their impact on the marketing plan for products/services.
3. Understand the main points of clear standard speech about the market and its environment in order to identify behaviors, according to new trends
4. Understand important information in simple and clear articles in newspapers or magazines about the generation of innovative products, providing

**Marketing Plan
(12 hours)**

Goals

1. Explain what the actions to attract potential customers are in order to persuade them to buy a product or service.
2. Apply the results of market research to plan appropriate marketing actions and strategies.
3. Understand the advantages and disadvantages of different options during a discussion when creating a marketing plan.
4. Make inferences or predictions about the content of marketing plans.

**Digital Marketing
(20 hours)**

Goals

1. Evaluate and select appropriate channels of distribution for various products/services by using digital marketing.
2. Define the impact of changing technological conditions on marketing products/services.
3. Identify the main reasons for and against an argument or idea in a discussion delivered in clear standard speech
4. Understand problem and solution relationships in a structured text to provide advice in the use of digital marketing.
5. Encourage discussion by inviting other to join in, say what they

solutions to the needs detected in potential customers.

5. Point out behavior patterns in a clearly structured conversation to generate tendencies for new products/services.
6. Organize the work in a straightforward collaborative task by stating the aim and explaining in a simple manner the main issue that needs to be resolved.
7. Produce familiar sounds and prosodic patterns.
8. Write straightforward connected texts about consolidating a new product/service based on customers' needs, behavior and trends.

5. Express and comment on ideas and suggestions in different discussions about the creation of a marketing plan.

6. Describe objects, possessions, elements and products in detail, including their characteristics and special features.
7. Produce familiar sounds and prosodic patterns.
8. Write brief standard reports conveying factual information, stating reasons for actions that will be done in the marketing plan.

think about the use of digital marketing strategies.

6. Describe what actions would do and how consumers would react to digital marketing.
7. Produce familiar sounds and prosodic patterns.
8. Give advice and reasons of the best digital channel of distribution for specific products/services.

English Oriented to Marketing

S4. Social Media

Economy (8 hours)	Drawing Techniques (16 hours)	Social Media (16 hours)
Goals	Goals	Goals
<ol style="list-style-type: none"> 1. Develop autonomy to deal with goals demanded by economic needs to demonstrate a strong identity. 2. Promote identity as a powerful value when developing self-autonomy in business. 3. Understand specifications about how to differentiate between micro and macro economy and their variables. 4. Comprehend information at a satisfactory level about the importance of micro and 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Generate original ideas in a creative and innovative way in order to solve problems or find solutions to certain situations. 2. Create spaces in which individual can show their creativity and feel accepted by others. 3. Distinguish between main ideas and supporting details in a simple presentation or lecture about the drawing techniques. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promote the correct and responsible use of social media networks for the marketing 2. Show a respectful and responsible sense of citizenship and equity when using social media at work. 3. Understand specific details from audio tracks and/or videos related to what social media platforms are and how to use them appropriately for marketing purpose.



<p>macroeconomics and all their fields from factual texts.</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Share accurate information about specific examples which occur in several economic fields. 6. Produce fluent presentations with information based on the autonomy of business and economics based on the real background going on. 7. Produce familiar sounds and prosodic patterns. 8. Express written reports about observations in the field of interest in relation to the national and international market or economy. 	<ol style="list-style-type: none"> 4. Identify different types of supporting details in a simple academic text, in order to answer specific questions regarding drawing techniques. 5. Describe objects, possessions and products in detail, including their characteristics and special features. 6. Give clear detailed description and presentations about the advantages and disadvantages of using different drawing techniques, expanding and supporting ideas with subsidiary points and relevant examples. 7. Produce familiar sounds and prosodic patterns. 8. Write a detailed description of a simple process related to drawing techniques. 	<ol style="list-style-type: none"> 4. Comprehend factual information from texts of marketing and social media platforms. 5. Communicate with confidence about marketing and the ways social media platforms can be used to improve it. 6. Describe a sequence of reasonable points that suggest advantages and disadvantages of using social media platforms to promote marketing. 7. Produce familiar sounds and prosodic patterns. 8. Write straight forward connected texts to demonstrate knowledge about the target theme.
---	--	--



Curricular Design

Subject Area: English Oriented to Marketing		
Level: Eleventh		
CEFR Band: B1.1	Scenario 1: Running a Business	Time: 8 Hours
Essential Question: What does the term global community mean to you?	Themes 1: Empowerment in the Workplace	
Essential Competences: 1. Proactive attitude	New Citizenship Axis ¹⁴ : Digital Citizenship with Social Equity	

Goals Learners can:	Performance Indicator The Student...	Pedagogical Task The Teacher will...
Uses knowledge of the world, knowledge of discourse structures, knowledge of culture to predict and guess.	1. Improves communication skills between team members and others.	1. Encourage students to set goals and accomplish them.
Produce clear and coherent development of tasks.	Use precise language, domain-specific vocabulary and techniques to manage the complexity of the topic.	Introduce a topic and organize ideas, concepts, and information so that each new element builds on that which precedes it to create a unified one; include multimedia when useful to aiding comprehension.
Oral and Written Comprehension		Task building process:
Listening: Follow everyday conversation, with some repetition of particular words and phrases related to internal regulations, labor Performance or labor Welfare at a company.	Integrates multiple sources of information presented in diverse formats and media (e.g., visually, quantitatively, orally) in order to make informed decisions and solve problems, evaluating the credibility and	1. Create opportunities for schemata-building to introduce the meaning of unknown vocabulary, structures and functions for a

¹⁴ Política Curricular “Educar para la nueva ciudadanía”.



Goals Learners can:	Performance Indicator The Student...	Pedagogical Task The Teacher will...
	accuracy of each source and noting any discrepancies among the data related to internal regulations, labor Performance or labor Welfare at a company.	concrete action related to empowerment in the workplace.
Reading: Recognize significant points in straightforward articles from internet or magazines related to Work Environment, employees emotional Health and Committed Employees Scan short texts to locate specific information related to Emotional Work Connections.	Responds thoughtfully to diverse perspectives; synthesize comments, claims, and evidence made on all sides of an issue; resolve contradictions when possible; and determine what additional information or research is required to deepen the investigation or complete the task related to work Environment, employees emotional Health and Committed Employees.	2. Expose learners to authentic materials to deal with the real world of empowerment in the workplace. 3. Focus on linguistic elements such as functions, discourse markers, grammar and vocabulary required to go over the essential question.
Oral and Written Production		
Spoken Interaction: Give brief reasons and explanations using simple language about measurable improvements in productivity of a company.	Recognizes new information expressed by others, and, when warranted, qualify or justify their own views measurable improvements in productivity of a company in light of the evidence presented.	4. Give learners controlled practice in using the target language vocabulary, structures and functions. 5. Engage learners in meaningful productive tasks based on empowerment in the workplace.
Spoken Production: Reasonably fluently sustain a straightforward description of Mission and Vision in a Company, values and positive attitudes in an employee and	Presents information, findings, and supporting evidence, conveying a clear perspective about mission and vision of a Company, values and positive attitudes and emotional intelligence of an employee so that listeners can follow the line of reasoning,	6. Project integration of activities, it has to be done in class.

Goals Learners can:	Performance Indicator The Student...	Pedagogical Task The Teacher will...
emotional intelligence presenting it as a linear sequence of points. Produce familiar sounds and prosodic patterns.	alternative or opposing addressed perspectives. Employs a range of phonological features in the target language by manipulating prosodic features of spoken discourse (e.g. stress, intonation, rhythm) to support the message intended to convey.	
Writing: Work out how to communicate the main points related to experiences functions delegation, taking into account employer's talents, abilities and competences.	Writes informative/explanatory texts to examine and convey complex ideas, concepts, and information clearly and accurately through the effective selection, organization, and analysis of content experiences functions delegation, taking into account talents, abilities and competences.	

Learnings			
Functions and Discourse Markers	Grammar	Vocabulary	Phonology
Functions Expressing opinions about quality philosophies in companies. Making suggestions	Use 'since ...' to talk about reasons, causes and explanations. Express basic cause and effect with 'because of ...'	<ul style="list-style-type: none"> • Internal Regulations • Labor Performance • Labor Welfare • Work Environment • Emotional Health • Committed Employees 	Pronouncing Final Consonant Clusters: <ul style="list-style-type: none"> • Consonant Clusters at the beginning of words.



Learnings			
Functions and Discourse Markers	Grammar	Vocabulary	Phonology
<p>Relating past events</p> <p>Discourse Markers</p> <p>Additionally</p> <p>Again</p> <p>Also</p> <p>As well as...</p> <p>Consequently</p> <p>Although</p> <p>Despite</p> <p>Finally</p> <p>In conclusion</p> <p>But</p> <p>Especially</p> <p>As an example</p> <p>In particular</p> <p>For instance</p>	<p>Use 'so' to refer to results and consequences.</p> <p>Use 'because' with verb phrases to refer to causes and reasons.</p> <p>Express attitude and agreement with 'agree/think (that)' + complement clause.</p> <p>Simple Present referring to likes, dislikes and opinions.</p> <p>Modals: must/have to</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Health Business Culture • Measurable Improvements in Productivity • Emotional Work Connections. • Collaborator Needs • Work Absenteeism • Values in a company. • Mission and Vision in a Company. • Values and positive attitudes in an employee. • Emotional Intelligence • Stress and Psychological health • Equity and Gender. • Gender Opportunities • Rewards • Follow-up assignments. • Delegation of Functions. • Talents • Abilities and Competences. • Personal Development. 	

Learnings			
Functions and Discourse Markers	Grammar	Vocabulary	Phonology
		<ul style="list-style-type: none"> • Business Incentives (extra hours). • Teleworking. • Curriculum vitae. • Multilingual Professionals. • Employee and employer. • Occupation and profession. • To earn one's living. • To run a firm. • Trade. • What do you do for a living? • Worker • Application and application form. • Apprentice, trainee. • Apprenticeship. • CV (curriculum vitae). • Job interview. • Skilled worker. • To apply for a job • Training and training course • vacancy 	

Learnings			
Functions and Discourse Markers	Grammar	Vocabulary	Phonology
		<ul style="list-style-type: none"> • To give somebody notice, to dismiss somebody • To hand in one's notice, to resign, to quit • Unemployment • Unemployment benefit, dole money • A full-time and a part-time job • Continued payment of wages • Flextime • Pay slip • Salary • To get a rise, to get a raise • To work in shifts • To work overtime • Wage cut 	

Subject Area: English Oriented to Marketing		
Level: Eleventh		
CEFR Band: B1.1	Scenario 1: Running a Business	Time: 12 Hours
Essential Question: How do you prepare for a successful negotiation?	Themes 2: Types of Negotiations	
Essential Competences: Problem solving	New Citizenship Axis: Digital Citizenship with Social Equity	

Goals Learners can:	Performance Indicator The Student...	Pedagogical Task The Teacher will...
Develop knowledge for professional and personal use.	Initiate and participate effectively in a range of collaborative discussions (one-on-one, in groups, and teacher-led) with diverse partners on different topics, texts, and issues, building on others' ideas and expressing their own clearly and persuasively.	Establish a base of knowledge across a wide range of subject matter by engaging with works of quality and substance.
Increase knowledge on different types of negotiations.	Integrates multiple sources of information presented in diverse media or formats (e.g., visually, quantitatively, orally) evaluating the credibility and accuracy of each source.	Develop the topic thoroughly by selecting the most significant and relevant facts, extended definitions, concrete details, or other information and examples appropriate to the student's knowledge of the topic.

Oral and Written Comprehension

Task building process:

Listening: Collaborate in simple, shared tasks and work towards a common goal in a group by asking and answering straightforward questions related to conflict resolution	Works with peers to promote decision-making, set clear goals and deadlines related to conflict resolution and establish individual roles as needed.	1. Create opportunities for schemata-building to introduce the meaning of unknown vocabulary, structures and functions for a
--	---	--



Goals Learners can:	Performance Indicator The Student...	Pedagogical Task The Teacher will...
<p>Reading: Follow the sequence of actions or events in a text about tactics and Commitment in a Company</p>	<p>Analyzes a complex set of ideas or sequence of events and explain how specific individuals, ideas, or events interact and develop over the course of the text related to tactics and commitment in a Company.</p>	<p>concrete action related to types of negotiations in a company</p>
Oral and Written Production		
<p>Spoken Interaction: Use simple appropriate language to check that information has been understood on the phone regarding a proposal or tentative solution to a customer</p>	<p>Comes to discussions prepared, having read and researched material under study; by referring to evidence from texts and other research on the topic or issue to stimulate a thoughtful, well-reasoned exchange of ideas for a successful negotiation.</p>	<p>2. Expose learners authentic materials to deal with the real world of communication related to types of negotiations in a company.</p>
<p>Spoken Production: Make simple recommendations for a course of action in familiar everyday situations in a company.</p>	<p>Responds thoughtfully to diverse perspectives; synthesize comments, claims, and evidence made on all sides of an issue; resolve contradictions when possible; and determine what additional information or research is required to deepen the investigation or complete different tasks for successful negotiations.</p>	<p>3. Focus on linguistic elements such as functions, discourse markers, grammar and vocabulary required to go over the essential question. }</p>
<p>Produce familiar sounds and prosodic patterns.</p>	<p>Employs a range of phonological features in the target language by manipulating prosodic features of spoken discourse (e.g. stress, intonation, rhythm) to support the message intended to convey.</p>	<p>4. Give learners controlled practice in using the target language vocabulary, structures and functions.</p> <p>5. Engage learners in meaningful productive tasks based on types of negotiations in a company.</p>



Goals Learners can:	Performance Indicator The Student...	Pedagogical Task The Teacher will...
Writing: Write a notice that clearly conveys information by emails/letters giving some details of events, experiences and feelings.	Writes arguments to support claims in an analysis of substantive topics or texts, using valid reasoning and relevant and sufficient evidence.	6. Project integration of activities, it has to be done in class.

Learnings			
Functions and Discourse Markers	Grammar	Vocabulary	Phonology
Functions How about ... Let's ... Why don't we ... I'd suggest we ... Expressing opinions Showing preferences Making suggestions: How about ... Let's ... Why don't we ... I'd suggest we... Asking for and giving advice	Basic prepositions of place with nouns and noun phrases. Questions with prepositional verbs and final prepositions. Use 'of' with possessive forms to describe possessions or attributes. Possessive pronouns as objects and complements. Transitive verbs in the passive with the object as the grammatical subject.	<ul style="list-style-type: none"> • Manage or manage teams. • Information (internal/external). • Organizational levels. • Work meetings. • Typologies in the business environment. • Periodicity (weekly, monthly, annual). • Administrative achievements. • Progress report. • Communication and follow-up. • Weekly working meetings. 	Pronouncing Final Consonant Clusters in the middle of words.

Learnings			
Functions and Discourse Markers	Grammar	Vocabulary	Phonology
<p>Disagreeing</p> <p>Asking for a favor</p> <p>Discourse Markers</p> <p>In other words</p> <p>In case of...</p> <p>To be sure</p> <p>Most of all</p> <p>In fact</p> <p>Moreover</p> <p>Certainly</p> <p>For example</p> <p>As</p> <p>As long as..</p> <p>Before</p> <p>By now</p> <p>At the beginning</p> <p>At the end</p> <p>Finally</p> <p>At the same time</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Evaluation of results. • Business objectives. • Goals of the week. • Activity planning stage. • Meeting modeler figure. • Annual work meeting (retract). • Project managers. • Business hierarchical ranks. • Types of meeting (informative, formative, strategy, creative, one to one, confidential). • Minutes of work meeting. • Format of meeting minutes (data, agenda, chronological development of points, agreements and decisions). • Feedback. • Problem solving • Multidisciplinary teams. • Realistic objectives. 	

Learnings			
Functions and Discourse Markers	Grammar	Vocabulary	Phonology
		<ul style="list-style-type: none"> • Workflow (workload). • Collaborative work. • Notice board. • Newsletters. • Spaces (common and participation). • Video calls. • Resolve tensions. • Trade-off. • Ultimatum. • Yield. • Alternatives. • Amplify. • Arbitration. • Bargain. • Bottom-line. • Comply and Concession. • Conflict resolution. • Confront and Cordially. • Counter proposal. • Counterattack. • Deadlock. • Dispute. • Entitled. • Flexible. • Hagglng 	



Learnings			
Functions and Discourse Markers	Grammar	Vocabulary	Phonology
		<ul style="list-style-type: none"> • High-ball and Low-ball. • Log-rolling. • Pressure. • Point of view. • Tactics. • Commitment. • Final agreement. • Good Faith. • Issue. • Mediation. • Offer. • Proposal. • Tentative solution. 	



Subject Area: English Oriented to Marketing		
Level: Eleventh		
CEFR Band: B1.1	Scenario 1: Running a Business	Time: 8 hours
Essential Question: How can we ensure that discussion lead to constructive change and a positive outcome for everyone involved?	Themes 3: Discussion Techniques	
Essential Competences: Respect	New Citizenship Axis: Digital Citizenship with Social Equity	

Goals	Performance Indicator	Pedagogical Oriented Task
Learners can:	The student:	The teacher will:
Integrate techniques to express thoughts, ideas and feelings in a respectful way in order to transmit clear messages that provoke constructive changes and positive outcomes during discussions	Develops strategies to participate in discussions actively	Provide an environment where students are willing to engage in conversations that allow them to communicate their ideas.
Comprehend other's messages, thoughts and feelings showing respect and the ability to have a constructive conversation based on social equity.	Demonstrates empathy during discussions	Create a safe environment where students can communicate their ideas.
Oral and Written Comprehension		Task Building Process
Listening: Understand the key points about discussion techniques to reach an agreement in your workplace to avoid controversies.	Extracts detailed oral instructions from audio recordings, videos and conversations about discussion techniques to reach an agreement in your workplace to avoid controversies. Exemplifies the use of discussion techniques	1. Create opportunities for schemata building to introduce the meaning of unknown vocabulary, structures and functions for a concrete action in discussion techniques.
Reading: Understand written advice and instruction for applying techniques during discussions.	Describes how to use discussion strategies in order to express arguments clearly	



Goals Learners can:	Performance Indicator The student:	Pedagogical Oriented Task The teacher will:
Oral and Written Production		
Spoken Interaction: Respond to opinions and ideas expressed by others in different types of discussion that may occur at workplace such as: discussion and debate, round table discussion, panel or conference discussion.	Takes a position according to the different types of discussions such as discussion and debate, round table discussion, panel or conference discussion by applying techniques and expressing messages clearly.	<ol style="list-style-type: none"> 2. Expose learners to authentic materials to deal with the real world of communication. 3. Focus on linguistic elements: such as functions, discourse markers, grammar and vocabulary required to participation in discussions. 4. Give learners controlled practice in using the target language vocabulary, structures and functions. 5. Engage learners to meaningful productive tasks based on discussion techniques. 6. Project: integration of activities it has to be done in class.
Spoken Production: Give detailed accounts of experiences, describing feelings and reactions about maturity and training of the group, available materials, physical and mental conditions. Produce familiar sounds and prosodic patterns.	Elaborates a speech, discourse or any other spoken production to express clear opinions about maturity and training of the group, available materials, physical and mental conditions. Employs a range of phonological features in the target language by manipulating prosodic features of spoken discourse (e.g. stress, intonation, rhythm) to support the message intended to convey.	
Writing: Write a description of proposed business objectives.	Describes a company proposed business objectives by giving a point of view and expressing arguments.	

Learnings			
Functions and Discourse Markers	Grammar	Vocabulary	Phonology
<p>Functions</p> <p>Expressing opinions; language of agreeing and disagreeing Introducing a point Enumerating points Expressing personal opinions, pros and cons, doubt, disagreement and support</p> <p>Discourse Markers</p> <p>Linkers</p> <p>Reason and results: so, therefore because Contrast: but, although, Comparing: on the other hand Adding points: and, also.</p> <p>Discussion strategies</p> <p>I think... As far as I'm concerned In my view I must admit As a matter of fact.... I quite agree with... Precisely</p>	<p>Simple present The main problem is...</p> <p>In addition to that Another example of this is... It seems to me that... I have the feeling that... First, second and third I'm absolutely convinced that.... Well, if you ask me You're quite right</p> <p>Wh-questions</p> <p>What do you think? What's your opinion? Would you like to say something? What do you mean? What are your ideas? What are you trying to say? First of all I'd like to point out</p>	<ul style="list-style-type: none"> • To reach an agreement. • You're perfectly right. • Discussion and debate. • Round table discussion. • Panel discussion. • Discussion in conference. • Phillips 66 discussion. • Collective discussion. • Proposed business objectives. • Maturity and training of the group. • Available materials. • Physical and mental conditions. • Symposium. • Virtual forum. • Image techniques. • Visualization of cards. • Brainstorming. 	<p>Pronouncing Final Consonant Clusters at the end of the words</p>

Learnings			
Functions and Discourse Markers	Grammar	Vocabulary	Phonology
Exactly Absolutely I'm firmly/entirely/fully/ completely in agreement with...		<ul style="list-style-type: none"> • Collaborative glossaries. • Sub discussion groups. • Portfolio (wiki). • Discussion in social networks. • Learning to think Techniques • Case analysis. • Interactive multimedia materials. • Interview or public consultation. • Structured controversies. • Didactic strategies. • Virtual surroundings of learning. • Virtual platforms. • Modular object oriented dynamic • Learning environment. • Apprenticeship worker • Intern. 	



Subject Area: English Oriented to Marketing		
Level: Eleventh		
CEFR Band: B1.1	Scenario 1: Running a Business	Time: 12 hours
Essential Question: How do beliefs, ethics, or values influence the code of conduct of a company?	Theme 4: Cross- Cultural Business Behavior	
Essential Competences: Commitment	New Citizenship Axis: Digital Citizenship with Social Equity	

Goals	Performance Indicator	Pedagogical Task
Learners can:	The student:	The teacher will:
Apply the principles of commitment in the execution of activities of your environment and in relationships with other people.	Executes activities of the technical area with commitment as an important part for a healthy coexistence by assuming the consequences of their actions.	Organize activities for the students to demonstrate commitment and responsibility: <ul style="list-style-type: none"> • Concept. • Importance.
Develop critical digital citizenship on the premises of empathy and social justice by taking well-founded positions and decisions with commitment, inside and outside the classroom.	Identifies pros and cons of digital citizenship by taking well-founded positions and decisions with commitment, inside and outside the classroom.	Organize discussions on thought-provoking topics and questions posed by the students themselves.
Oral and Written Comprehension		Task Building Process:
Listening: Understand the information content of the majority of recorded or broadcast audio material about the integrity in business and how to avoid conflicts of interest	Summarizes key details about integrity in business and how to avoid conflicts of interest by illustrating the concepts to demonstrate comprehension of information presented through media.	1. Create opportunities for schemata-building to introduce the meaning of unknown vocabulary, structures and functions for concrete actions about business codes of conduct.



Goals	Performance Indicator	Pedagogical Task
Learners can:	The student:	The teacher will:
Reading: Recognize significant points in factual texts about the administration of a code of conduct in a company, potential code violations, disciplinary actions, decisions.	Distinguishes main ideas of factual texts about the administration of a code of conduct in a company, potential code violations, disciplinary actions, decisions by completing charts and diagrams.	2. Expose learners to authentic materials to deal with the real world of communication related to the code of conduct of a company, culture and business.
Oral and Written Production		
Spoken Interaction: Explain the benefits and importance of dealing with others such as governments, customers, suppliers, consumers, competitors in a company.	Engages effectively in a range of collaborative discussions about the benefit and importance of dealing with others such as governments, customers, suppliers, consumers, competitors in a company by building on others' ideas and expressing her/his own clearly.	3. Focus on linguistic elements such as functions, discourse markers, grammar and vocabulary required to go over the essential question.
Spoken Production: Give a prepared presentation about the different types of business taking into account cross-cultural differences and their classification explaining the main points with reasonable precision.	Explains different types of business taking into account cross-cultural differences and their classification by providing appropriate facts and relevant, descriptive details in oral reports and presentations.	4. Give learners controlled practice in using the target language, vocabulary, structures and functions.
Produce familiar sounds and prosodic patterns.	Employ a range of phonological features in the target language by manipulating prosodic features of spoken discourse (e.g. stress, intonation, rhythm) to support the message intended to convey.	5. Engage learners to meaningful productive tasks based on the electronics field.
		6. Project: integration of activities. It has to be done in class.

Goals	Performance Indicator	Pedagogical Task
Learners can:	The student:	The teacher will:
Writing: Synthesize information about Conflicts of interest	Describes types of conflicts of interest, outside investments, outside employment, speeches, presentations, services as an officer director, relatives, friends, gifts, meals, entertainment and bribe by writing brochures with illustrations, drawings and diagrams that represent the issues.	

Learnings			
Functions and Discourse Markers	Grammar	Vocabulary	Phonology
Functions Identifying concepts about integrity in the business. Describing the benefits dealing with others. Distinguishing types of cross cultural business interactions.	Verb forms Simple past (narrative) I used to work as an officer director of a company I contributed following the code of conduct standards.	<u>Integrity in the Business</u> <ul style="list-style-type: none"> • Business and financial records. • Company assets. • Loans. • Nonpublic information. • Insider trading. • Privacy. <u>Conflicts of Interest</u> <ul style="list-style-type: none"> • Outside investment. • Outside employment. Speeches. presentations.	PROSODIC FEATURES: STRESS <ol style="list-style-type: none"> 1. Stress within the word. <ul style="list-style-type: none"> • Words stressed on the first syllable. • Words stressed on the second syllable.
Discourse Markers	Past continuous (narrative)		

Learnings			
Functions and Discourse Markers	Grammar	Vocabulary	Phonology
<p>Managing interaction:</p> <p>Interrupting:</p> <p>Sorry to interrupt, but I have a question</p> <p>Could I interrupt here?</p> <p>I just wanted to say ...</p> <p>Changing the topic:</p> <p>Anyway ...</p> <p>By the way there is something else I wanted to tell you.</p> <p>Resuming a conversation:</p> <p>What was I saying?</p> <p>What were we talking about?</p> <p>To get back to what I was saying ...</p>	<p>When we were dealing with customers, suppliers, or each other, we ensured we were operating with honesty and transparency</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Outside services as an officer director. • Relatives and Friends. • Gifts, meals. • Entertainment. • Bribe. <p><u>Dealing with others</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Dealing with Governments. • Dealing with customers, suppliers, consumers. • Dealing with competitors. • Competitive Intelligence. <p><u>Administration of the Code</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Responsibility. • Potential Code Violations. • Decision about the topic. • Disciplinary actions. • Signature and Acknowledgments. 	

Learnings			
Functions and Discourse Markers	Grammar	Vocabulary	Phonology
		<ul style="list-style-type: none"> • Tax Waivers. • Government officials. <p><u>Culture and business</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Focused cultures vrs relationship focused cultures. • Formal cultures vrs informal cultures. • Rigid cultures vrs Expressive Cultures. <p><u>Others</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Strive for. • Accuracy. • Medical coverage. • Revenue. • Recognition. 	



Subject Area: English Oriented to Marketing		
Level: Eleventh		
CEFR Band: B1.1	Scenario 2: Assessing your business	Time: 8 hours
Essential Question: How does empowerment shape our view of the work-life balance and ourselves?	Theme 1: Benefits and Work-Life Balance	
Essential Competences: Empowerment	New Citizenship Axis: Digital Citizenship with Social Equity	

Goals	Performance Indicator	Pedagogical Task
Learners can:	The student:	The teacher will:
Make decisions that would come from management by empowering students who have knowledge in order to deliver services efficiently.	Uses tools they need to learn and grow, connects with classmates and others, makes their own decisions, becomes leader by allowing the success of the group.	Organize collaborative activities designed to promote student empowerment in a classroom of equality and respect.
Value others' efforts to state points of view and constructive criticism by giving supporting opinions or showing disagreement respectfully.	Recognizes one's and others' strengths and weaknesses when contributing in different group tasks.	Generate class activities to promote commitment among the members of a group by sharing challenges and celebrating achievements together.
Oral and Written Comprehension		Task Building Process:
Listening: Distinguish between main ideas and supporting details in standard lectures about human resources challenges and work benefits	Outlines events in history regarding the changes in human resources management and work benefits gain through the years from information presented through media.	1. Create opportunities for schemata building to introduce the meaning of unknown vocabulary, structures and functions for concrete actions related to benefits and work life balance.
Follow a straightforward presentation or demonstration with visual support about a family friendly organization	Identifies concepts and vocabulary regarding work benefits by underlining or circling key words and answering literal questions.	

Goals	Performance Indicator	Pedagogical Task
Learners can:	The student:	The teacher will:
<p>Reading: Understand short texts about the essence of employee turnover rates, causes, and how to avoid it.</p> <p>Understand organizational development interventions.</p>	<p>Summarizes written texts or information presented graphically regarding employee turnover rates, causes, and how to prevent it.</p> <p>Engages in organizational development activities in order to learn to solve a problem, thus enable an organization to achieve the goals and managers and leaders to better manage their team and organization cultures.</p>	<p>2. Expose learners to authentic materials to deal with the real world of communication related to benefits and work life balance.</p> <p>3. Focus on linguistic elements such as functions, discourse markers, grammar and vocabulary required to go over the essential question.</p> <p>4. Give learners controlled practice in using the target language, vocabulary, structures and functions.</p>
Oral and Written Production		
<p>Spoken Interaction: Take part in routine formal discussion about the consequences of job dissatisfactions, anxiety and depression, psychological stress caused by the workplace</p>	<p>Engages effectively in discussions about the consequences of job dissatisfactions, anxiety depression psychological stress caused by the workplace.</p>	<p>5. Engage learners to meaningful productive tasks based on the Benefits and Work-Life Balance.</p>
<p>Spoken Production: Give a clear, systematically developed presentation, with highlighting significant points, and relevant supporting detail about the standard of living versus quality life.</p> <p>Produce familiar sounds and prosodic patterns</p>	<p>Reports findings from researched material about the standard of living versus quality life.</p> <p>Employ a range of phonological features in the target language by manipulating prosodic features of spoken discourse (e.g.</p>	<p>6. Project: integration of activities. It has to be done in class</p>

Goals	Performance Indicator	Pedagogical Task
Learners can:	The student:	The teacher will:
	stress, intonation, rhythm) to support the message intended to convey.	
Writing: Write a detailed description of equity and gender, value and reward at the workplace.	Describes in detail equity, gender, value and reward at the workplace and explains how it affect the organization performance by writing a descriptive paragraph.	

Learnings			
Functions and Discourse Markers	Grammar	Vocabulary	Phonology
<p>Functions</p> <p>Describing human resources challenges and work benefits</p> <p>Talking about the consequences of job dissatisfactions, anxiety and depression, psychological stress</p> <p>Describing work benefits and workday schedules</p>	<p>Future perfect</p> <p>I'd better go and pick up the rest of the team members. They'll have finished the reports by then.</p> <p>I'll call you at six. Will you have arrived by then?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Work life balance. • Family friendly organization. • Conciliation policy. • Economic downturn. • Job/ occupation/ employment. • Employee performance. • Standard of living. • Quality of Life • Resilience. • Labor/work productivity. • Staff/ Employee turnover rates. • Performance (individual and as department). 	<p>PROSODIC FEATURES:</p> <p>STRESS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Stress within the word. <ul style="list-style-type: none"> • Words stressed on the third syllable. • Stress in nouns/verbs (Homographs)

Learnings			
Functions and Discourse Markers	Grammar	Vocabulary	Phonology
<p>Discourse Markers</p> <p>Linkers: although, in spite of, despite</p> <p>In spite of the difficulties, we managed to continue with the project.</p> <p>Despite the noise, we all continued working.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Job dissatisfaction • Absenteeism rate. • Personal and professional life • Anxiety and depression • Human resources challenges. • Work benefits (vacations, free classes, free accommodation, food stamps, health insurance, savings funds, sports tournaments, employee discounts, volunteering, entertainment and training spaces, childcare, Christmas bonus, life insurance, disability insurance). • Workday (mixed, dayshift, nightshift) • Equity and gender • Value vrs reward • Global context • Psychological stress. • Stress and pressure at work. 	

Learnings			
Functions and Discourse Markers	Grammar	Vocabulary	Phonology
		<ul style="list-style-type: none"> • Organizational (OD)Development Interventions • competitiveness • Corporate Ethics. • Companies that provide the best special benefits: examples: Typeform, Reebok, Facebook, Google, In-N-Out burger, Bain & Company, Sale Force, Factorial, Spotify). 	



Subject Area: English Oriented to Marketing		
Level: Eleventh		
CEFR Band: B1.1	Scenario 2: Assessing your Business	Time: 8 hours
Essential Question: How can occupational, safety and health affect an employee's performance at workplace?	Theme 2: Global Work Environment	
Essential Competences: 3. Respect	New Citizenship Axis: Strengthening of Planetary Citizenship with Identity	

Goals	Performance Indicator	Pedagogical Task
Learners can:	The student:	The teacher will:
Plan and set goals that will help them shape the kind of professional they want to be.	Sets goals and specific tasks to accomplish based on what they want and feel passion for.	Ensure that learning activities provide opportunities for success for all students, regardless of individual differences.
Develop skills to overcome obstacles and pursuit what they want in their future careers.	Works on his/her strengths and limitations in order to develop skills like resiliency, frustration tolerance and positive self-talk to overcome obstacles and pursuit what they want in their future careers.	Model respectful communication with students: practice active listening, make eye contact, and recognize individuality (use their names), show interest, and make positive approaches to conflicts.
Oral and Written Comprehension		Task Building Process:
Listening: Identify specific ethical duties managers owe employees.	Follows the linear structure of a short talk about how managers should be ethical leaders who serve as role models and mentors for all employees.	1. Create opportunities for schemata-building to introduce the meaning of unknown vocabulary, structures and functions for concrete actions related to Global Work Environment.
Reading: Describe the provisions of the occupational safety and health act.	Understands the duties and responsibilities that ensure that employers should provide a workplace environment free of risk to	



Goals	Performance Indicator	Pedagogical Task
Learners can:	The student:	The teacher will:
	employees' safety and health, such as mechanical or electrical dangers, toxic chemicals, severe heat or cold, unsanitary conditions, and dangerous equipment.	2. Expose learners to authentic materials to deal with the real world of communication related to Global Work Environment.
Oral and Written Production		
Spoken Interaction: Explain, briefly, equal employment opportunity commission protections, including those against sexual harassment at work.	Explains how employers have an ethical and a legal duty to provide a workplace free of harassment of all types. This includes harassment based on sex, race, religion, national origin, and any other protected status, including disability. Employees should not be expected to work in an atmosphere where they feel harassed, prejudiced against, or disadvantaged.	3. Focus on linguistic elements such as functions, discourse markers, grammar and vocabulary required to go over the essential question. 4. Give learners controlled practice in using the target language, vocabulary, structures and functions.
Spoken Production: Describe how employee's expectations of work have changed. Produce familiar sounds and prosodic patterns	Summarizes short written passages related to how good management requires constant awareness that each team member is also an individual working to meet both personal and company goals. Effective managers act on this by regularly meeting with employees to recognize strengths, identify constructive ways to improve on weaknesses, and help workers realize collective and individual goals. Employs a range of phonological features in the target language by manipulating prosodic features of spoken discourse (e.g.	5. Engage learners to meaningful productive tasks based on the accounting field. 6. Project: integration of activities. It has to be done in class.

Goals	Performance Indicator	Pedagogical Task
Learners can:	The student:	The teacher will:
	stress, intonation, rhythm) to support the message intended to convey.	
Writing: Write about how to be a responsible and ethical employer using simple language.	Describes how a manager must provide a safe workplace, compensating workers fairly, and treating them with a sense of dignity and equality while respecting at least a minimum of their privacy.	

Learnings			
Functions and Discourse Markers	Grammar	Vocabulary	Phonology
<p>Functions: Describing work settings and common duties of brokers.</p> <p>Expressing opinions about the importance of occupational risk policies.</p> <p>Identifying kinds of types of accidents at work , types of hazard and types of indemnification.</p>	<p>Wh-questions in the past:</p> <p>How did the insurance company cover the occupational health and safety for employees?</p> <p>How did occupational health work at the company?</p> <p>Whom provided the workers with non-slip footwear and</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Insurance. • Sickness. • Natural disaster. • Claim. • Indemnify or compensate. • Brokers. • Agents. • Damage to property. • Losses. • Premiums. • Insurer. • Health insurance. • Occupational risk policies. • Ergonomics. 	<p>Stress within the sentence.</p> <p>a. Words generally Stressed in Sentence:</p> <p>Content Words (Nouns, verbs, adjectives, adverbs, and question words).</p>

Learnings			
Functions and Discourse Markers	Grammar	Vocabulary	Phonology
<p>Expressing agreement and disagreement about the Applicable occupational safety and health measures.</p> <p>Discourse Markers</p> <p>At first At last At present At the beginning At the end At the same time</p>	<p>proper training in safety procedures?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Anatomy • Illnesses. • Council of occupational safety and health. • Injuries. • Types of accidents. • Personal protective equipment (face, head, body, hands, arms, ears, eyes, feet, legs, fall protection, respirators, blood borne pathogens). • Applicable occupational safety and health measures. • Workplace hazards. • Workplace hazards chemical (air contaminants, herbicides, insecticides, organophosphate poisoning). • Occupational health and safety. 	

Subject Area: English Oriented to Marketing		
Level: Eleventh		
CEFR Band: B1.1	Scenario 2: Assessing your business	Time: 12 hours
Essential Question: How to create a household budget?	Theme 3: Budget	
Essential Competences: Collaboration	New Citizenship Axis: Sustainable Development Education	

Goals	Performance Indicator	Pedagogical Task
Learners can:	The student:	The teacher will:
Describe a way to create a household budget and how to collaborate with its creation.	Exemplifies how to collaborate with the creation of a household Budget.	Encourage students' autonomy and creativity by giving feedback to promote self-assessment and creative thinking.
Explain some rules to follow in order to create a household budget based on sustainable development.	Develops a strategy based on sustainable development to create a household budget	Create an accepting environment and provide opportunities for students to generate new ideas and original work.
Oral and Written Comprehension		Task Building Process:
Listening: Identify a simple chronological sequence about household budget creation.	Recognizes key points in television programs, radio and web-based broadcasts about sequence of actions to create a household budget by retelling information, asking clarification questions and expressing thoughts using note-taking techniques.	1. Create opportunities for schemata-building to introduce the meaning of unknown vocabulary, structures and functions for concrete actions in the electronics field.
Reading: Generally understand straightforward factual texts about creating household budget.	Identifies main ideas and supporting details of written texts by interpreting information presented graphically charts and graphs,	2. Expose learners to authentic materials to deal with the real world of



Goals	Performance Indicator	Pedagogical Task
Learners can:	The student:	The teacher will:
	textbooks or online explanations related to household budgets	communication related to the electronics field.
Oral and Written Production		
Spoken Interaction: Discuss what to do in order to create a household budget	Generates ideas about how to create household budgets by responding to the comments of others through multiple exchanges	3. Focus on linguistic elements such as functions, discourse markers, grammar and vocabulary required to go over the essential question.
Spoken Production: Describe in detail the issues that are required to create a family budget.	Organizes a spoken presentation by describing in detail the issues that are required to create a family budget that require knowledge of and skills with fixed and variable costs using appropriate delivering techniques (volume, eye contact, etc.) and interaction.	4. Give learners controlled practice in using the target language, vocabulary, structures and functions.
Produce familiar sounds and prosodic patterns.	Employs a range of phonological features in the target language by manipulating prosodic features of spoken discourse (e.g. stress, intonation, rhythm) to support the message intended to convey.	5. Engage learners to meaningful productive tasks based on the electronics field.
Writing: Write basic instruction with a list of points about sustainable development in household budget, cost control, salary, and expenses.	Describes the relationship between household budget and sustainable development.	6. Project: integration of activities. It has to be done in class.

Learnings			
Functions and Discourse Markers	Grammar	Vocabulary	Phonology
<p>Functions:</p> <p>Describing a family budget. Describing living expenses. Describing fixed and variable costs</p> <p>Discourse Markers:</p> <p>Giving a result Therefore So Consequently This means that As a result As well Due</p> <p>We are interested in costs as well as quality Due to the rise in oil prices, the inflation rate rose by... They believe in incentives, because they want employees to be more productive. He works hard. However, he doesn't earn too much</p>	<p>Review First Conditional Conditionals 2nd and 3rd:</p> <p>If I have enough money, I will...</p> <p>If I had enough money, I would...</p> <p>If I had had enough money, I would have (done)....</p> <p>He will accept the job unless the salary is too low</p> <p>If I earned a (amount of money), I would...</p>	<ul style="list-style-type: none"> Public and private budgets. Summary and auxiliary budgets. Flexible and fixed budgets. Budget elements (plan, integrator, coordinator, monetary, operation, resource). Master budget (operation and financial. Salary. Pay. Expense and Earn. Over and Under. Control and Cost control. Sales forecast. Profit. Fixed and variable costs. Sales. Small profit and Big profit. Profit before tax and After tax. 	<p>Words generally unstressed in sentences:</p> <p>Function Words (articles, prepositions, pronouns, conjunctions, helping verbs).</p>

Learnings			
Functions and Discourse Markers	Grammar	Vocabulary	Phonology
Taxes have gone up, therefore social contributions have gone down		<ul style="list-style-type: none"> • Spend. • Get out of control. • Lose vrs Waste. • Save. • Living expenses. • Bills and Rent. • A mortgage. • Deductions. • Overtime. • Bonus and Pensions. • Social security. • The family budget program. • Personal and Financial reasons. • Level of indebtedness. 	

Subject Area: English Oriented to Marketing		
Level: Eleventh		
CEFR Band: B1.1	Scenario 2: Assessing your Business	Time: 12 Hours
Essential Question: Why is following instructions important in the workplace?	Theme 4: Statistics, Graphs and Reading Data	
Essential Competences: Effective Communication	New Citizenship Axis: Digital Citizenship with Social Equity	

Goals Learners can:	Performance Indicator The Student...	Pedagogical Task The Teacher will...
Demonstrate an understanding of the ability to report types of data, methods of data collection and the advantages and disadvantages of each.	Creates charts and diagrams based on collected data.	Integrate key content to facilitate students' knowledge.
Access information efficiently, and use it creatively to promote an effective communication.	Analyzes data, graphs, and other information obtained from different statistical sources.	Improve communication skills between team members and others.

Oral and Written Comprehension

Task building process:

<p>Listening: Use some basic interjections to express understanding, surprise, disappointment, and excitement regarding graphs and charts with statistical observations.</p> <p>Describe future plans and intentions using fixed expressions</p>	<p>Identifies different types of information from graphs and charts by taking notes while listening to audios, which are precise enough for his/her own usage in order to gather data to prepare reports..</p> <p>Identifies issues from oral reports about daily tasks, results and observations by taking notes while listening to audios, which are</p>	<p>Create opportunities for schemata-building to introduce the meaning of unknown vocabulary, structures and functions for a concrete actions related to Statistics, Graphs and Reading Data</p>
---	--	--



Goals Learners can:	Performance Indicator The Student...	Pedagogical Task The Teacher will...
<p>Reading: Make simple inferences based on information given in a chart with graphical representation for frequency distributions of a company.</p> <p>Follow chronological sequence in a formal structured text.</p>	<p>precise enough for his/her own usage in order to gather data to prepare reports.</p> <p>Formulates conclusions of relevant information from written reports and ledger entries by scanning texts and underlining key words to locate and gather information.</p>	<p>Expose learners to authentic materials to deal with the real world of communication related Statistics, Graphs and Reading Data.</p> <p>Focus on linguistic elements such as functions, discourse markers, grammar and vocabulary required to go over the essential question.</p> <p>4. Give learners controlled practice in using the target language vocabulary, structures and functions.</p>
<p>Oral and Written Production</p>		
<p>Spoken Interaction: Follow clearly articulated speech directed to him/her in everyday conversation, though will sometime have to ask for repetition or reformulation from time to time to confirm understanding and keep a discussion on course regarding statistical investigation.</p> <p>Ask questions about someone's professional experience in a company.</p>	<p>Reports final analysis based on collected data and provides concrete information when giving oral reports about the phases of a statistical investigation.</p> <p>Asks for, follows and gives detailed information about collected data.</p>	<p>5. Engage learners to meaningful productive tasks based on the context of Statistics, Graphs and Reading Data</p> <p>6. Project integration of activities, it has to be done in class.</p>



Goals Learners can:	Performance Indicator The Student...	Pedagogical Task The Teacher will...
<p>Spoken Production: Use suitable phrases to invite others into a discussion about descriptive and inferential types of statistics.</p> <p>Discuss product features in a business setting using simple language.</p> <p>Produce familiar sounds and prosodic patterns.</p>	<p>Describes how often a work-related task should be completed to accomplish a descriptive and inferential statistic.</p> <p>Carries out a prepared structured interview with someone spontaneous follow-up conversations.</p> <p>Employs a range of phonological features in the target language by manipulating prosodic features of spoken discourse (e.g. stress, intonation, rhythm) to support the message intended to convey.</p>	
<p>Writing: Summarize, report and give his/her opinion about graphical representation for frequency distributions (e.g. circular, columns, horizontal, lines, dispersion, box, stacked areas, fluctuation graphs, bar charts) with some confidence.</p>	<p>Compiles information from graphs and statistical results to summarize them in a report with any graphical representation.</p>	



Learnings			
Functions and Discourse Markers	Grammar	Vocabulary	Phonology
<p>Functions</p> <p>Identifying... key points and ideas in a text on a familiar topic.</p> <p>Describing experiences and events.</p> <p>Managing interaction (interrupting, changing topic, resuming or continuing).</p> <p>Functions</p> <p>Managing interaction (interrupting, changing topic, resuming or continuing)</p> <p>Discourse Markers</p> <p>However</p> <p>instead of</p> <p>nevertheless</p>	<p>Gerunds and Infinitives:</p> <p>- Can make suggestions using 'what about/how about' with verbs in the gerund.</p> <p>-Can make requests and offers with 'would like to' + verbs in the infinitive.</p> <p>Quantifiers</p> <p>-Can use 'some' as a quantifier with count and mass nouns.</p> <p>-Can use 'some' and 'any' as quantifiers in negative statements and questions with mass and count nouns.</p> <p>-Can use plural countable nouns without an article or quantifier.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Statistics • Fields of statistics. • Descriptive and inferential statistics. • Statistical unit. • Statistical characteristic. • Statistical observation. • Statistical population. • Statistical sample. • Sample selection methods. • Samples (random and intentional). • Sources of information. • Data (existing and non-existent). • Sources (primary and secondary). • Non-existent data collection methods. • Observation and Interview. • Record. • Mail. • Phases of a statistical investigation. 	<p>Stress within the sentence:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stress in adjective/noun combination. <p>Example: he sawed a black board.</p>

Learnings			
Functions and Discourse Markers	Grammar	Vocabulary	Phonology
<p>Because of</p> <p>In other words...</p> <p>Initiating:</p> <p>Excuse me, can I talk to you for a minute?</p> <p>I wonder if you could help me.</p> <p>Have you got a minute?</p> <p>Closing:</p> <p>It's been nice talking to you.</p> <p>I am sorry. I've got to go.</p> <p>Must go - see you later.</p>	<p>-Can use 'a few' to refer to quantities with count (countable) nouns.</p> <p>-Can use uncountable nouns without an article.</p> <p>-Can use 'a lot of/lots of' to refer to quantities.</p> <p>-Can use a wide range of quantifiers with countable (count) and uncountable (non-count) nouns.</p> <p>-Can use some basic interjections to express understanding, surprise, disappointment, and excitement</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sample survey model. • Frequency distributions. • Frequency distribution (for attributes and for variables). • Discrete and continuous variables. • Frequencies (Absolute, Relative, Simple, Accumulated). • Graphical representation for frequency distributions. • Histograms. • Frequency polygons. • Graphs (circular, columns, horizontal, lines, dispersion, box, stacked areas, fluctuations). • Mean. • Fashion. • Artificial mean. • Population. • Parameter. • Variable Statistic. 	



Learnings			
Functions and Discourse Markers	Grammar	Vocabulary	Phonology
Take care.	-Can form questions with prepositional verbs and final prepositions.	<ul style="list-style-type: none"> • Datum and Indicator. • Time series data • Database. • Average vrs Range. • Histogram • Frequency. • Absolute Value. • Variance. • Statistic Symbols. • Mode and Medium. • Population. 	



Subject Area: English Oriented to Marketing		
Level: Eleventh		
CEFR Band: B1.1	Scenario 3: Marketing	Time: 8 hours
Essential Question: How does consumer behavior influence the marketing mix?	Theme 1: Marketing Mix	
Essential Competences: 10. Teamwork	New Citizenship Axis: Strengthening of Planetary Citizenship with Identity	

Goals	Performance Indicator	Pedagogical Task
Learners can:	The student:	The teacher will:
Identify proactively the needs and behaviors of consumers in the current market.	Recognizes who the products are made for based on the needs and behaviors of possible consumers in the present market.	Ask the students about the necessities they have in their communities and how they will use those opportunities to create a tendency based on behaviors.
Evaluate target markets and their impact on the marketing plan for products/services.	Analyzes the elements involved in marketing mix to evaluate their impact in the marketing plan.	Explain the components of the marketing mix (Product, Price, Promotion and Place) and their importance in the marketing plan.
Oral and Written Comprehension		Task Building Process:
Listening: Understand the main points of clear standard speech about the market and its environment in order to identify behaviors, according to new trends	Identifies market opportunities according to new trends and behaviors in order to characterize market performance, market dynamics and potential customers.	1. Create opportunities for schemata-building to introduce the meaning of unknown vocabulary, structures and functions for concrete actions related to marketing.
Reading: Understand important information in simple and clear articles in newspapers or magazines about the generation of innovative	Determines sources for generating new product ideas according to the information read, and select marketing trends using different techniques.	



Goals	Performance Indicator	Pedagogical Task
Learners can:	The student:	The teacher will:
products, providing solutions to the needs detected in potential customers.		2. Expose learners to authentic materials to deal with the real world of communication related to marketing.
Oral and Written Production		
Spoken Interaction: Point out behavior patterns in a clearly structured conversation to generate tendencies for new products/services.	Recognizes certain characteristics presented in given situations that help to create the new products/services.	3. Focus on linguistic elements such as functions, discourse markers, grammar and vocabulary required to go over the essential question.
Spoken Production: Organize the work in a straightforward collaborative task by stating the aim and explaining in a simple manner the main issue that needs to be resolved.	Explains in a clear way what products/services are intended for, their aim and possible trends they follow.	4. Give learners controlled practice in using the target language, vocabulary, structures and functions.
Produce familiar sounds and prosodic patterns.	Employs a range of phonological features in the target language by manipulating prosodic features of spoken discourse (e.g. stress, intonation, rhythm) to support the message intended to convey.	5. Engage learners to meaningful productive tasks based on marketing.
Writing: Write straightforward connected texts about consolidating a new product/service based on customers' needs, behavior and trends.	Designs product/service tendencies with greater chance of success from the application of current marketing tools and strategies.	6. Project: integration of activities. It has to be done in class.

Learnings			
Functions and Discourse Markers	Grammar	Vocabulary	Phonology
<p>Functions</p> <p>Defining trends and tendencies in the present market.</p> <p>Describing the characteristics and importance of the tendencies in marketing.</p> <p>Identifying customers' needs and behaviors.</p> <p>Discourse Markers</p> <p>Also Too Likewise Unlike In contrast to Different from Whereas I agree / disagree That's true Absolutely I totally disagree That's not always the case</p>	<p><i>Comparative and superlative:</i></p> <p>The go-to-market strategy is better than the Marketing strategy because it involves a specific product.</p> <p>The GTM strategy works better due to ...</p> <p>The marketing strategy is as effective as go-to-market strategy because both play integral roles in new market outreach and customer acquisition.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing • Digital trust • Idea • Opportunity • Vision • Perspective • Market Type • New tendencies • Target Audience • Costs • Providers • Consumerism • Advice • Planning • Growth sectors • Market inefficiencies • Focus group • Geomarketing • Rating • Networks • Rapport • Ranking • Promotion • Place • Price 	<p>Stress within the sentence:</p> <p>Stress in compound nouns</p> <p>Example: The teacher writes on the blackboard.</p>

Subject Area: English Oriented to Marketing		
Level: Eleventh		
CEFR Band: B1.1	Scenario 3: Marketing	Time: 12 hours
Essential Question: How does the marketing plan impact individuals, business, and society?	Theme 2: Marketing Plan	
Essential Competences: 6. Creativity	New Citizenship Axis: Digital Citizenship with Social Equity	

Goals	Performance Indicator	Pedagogical Task
Learners can:	The student:	The teacher will:
Explain what the actions to attract potential customers are in order to persuade them to buy a product or service.	Outlines the specific actions you intend to carry out to interest potential customers in order to buy a product or service.	Express what actions and strategies need to be used to attract the consumer's attention.
Apply the results of market research to plan appropriate marketing actions and strategies.	Determines what activities will be taken into action for the success of the marketing plan.	Set the scenarios for brainstorming ideas that will be used in the creation of a marketing plan.
Oral and Written Comprehension		Task Building Process:
Listening: Understand the advantages and disadvantages of different options during a discussion when creating a marketing plan.	Identifies advantages and disadvantages that can be taken into consideration when creating a marketing plan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Create opportunities for schemata-building to introduce the meaning of unknown vocabulary, structures and functions for concrete actions related to marketing plan. 2. Expose learners to authentic materials to deal with the real world of
Reading: Make inferences or predictions about the content of marketing plans.	Determines the success of a marketing plan by making interpretations and predictions.	
Oral and Written Production		
Spoken Interaction: Express and comment on ideas and suggestions in different discussions about the creation of a marketing plan.	Validates the different opinions and ideas pointed out during discussions that help in the creation of a marketing plan.	

Goals	Performance Indicator	Pedagogical Task
Learners can:	The student:	The teacher will:
<p>Spoken Production: Describe objects, possessions, elements and products in detail, including their characteristics and special features.</p> <p>Produce familiar sounds and prosodic patterns.</p>	<p>Defines in detail the different elements and characteristics involved in the marketing plan.</p> <p>Employs a range of phonological features in the target language by manipulating prosodic features of spoken discourse (e.g. stress, intonation, rhythm) to support the message intended to convey.</p>	<p>communication related to marketing plan.</p> <p>3. Focus on linguistic elements such as functions, discourse markers, grammar and vocabulary required to go over the essential question.</p> <p>4. Give learners controlled practice in using the target language, vocabulary, structures and functions.</p>
<p>Writing: Write brief standard reports conveying factual information, stating reasons for actions that will be done in the marketing plan.</p>	<p>Composes a marketing plan where the reasons and actions will be explained with different factual information.</p>	<p>5. Engage learners to meaningful productive tasks based on marketing plan.</p> <p>6. Project: integration of activities. It has to be done in class.</p>

Learnings			
Functions and Discourse Markers	Grammar	Vocabulary	Phonology
Functions	<i>Modals Auxiliaries</i>	<ul style="list-style-type: none"> Executive summary Analysis 	<p>Rhythm</p> <ul style="list-style-type: none"> Contractions/Full form

Learnings			
Functions and Discourse Markers	Grammar	Vocabulary	Phonology
<p>Analyzing the importance of the marketing plan.</p> <p>Outlining the actions that will be done in the marketing plan.</p> <p>Identifying the elements in the marketing plan.</p> <p>Discourse Markers</p> <p>Also Too Likewise Unlike In contrast to Different from Whereas I agree / disagree That's true Absolutely I totally disagree That's not always the case</p>	<p>Must, Could, Should, Would, Had better, Will, Can</p> <p>We should analyze....</p> <p>The product would be....</p> <p>Consumers could</p> <p>The team must</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Situation • Business description • Objectives • Marketing goals • Target market • Strategies • Tactics • Guidelines • Budget • Tracking • Evaluations • Competition • Mission • Vision • Selling Proposition • Competitive advantage • SWOT • Delivery Plan • Marketing objectives • Action plan 	<p>Example: I'll / I will</p>

Subject Area: English Oriented to Marketing		
Level: Eleventh		
CEFR Band: B1.1	Scenario 3: Marketing	Time: 20 hours
Essential Question: What is the role of Digital Marketing to a company?	Theme 3: Digital Marketing	
Essential Competences: 13. Innovation	New Citizenship Axis: Sustainable Development Education	

Goals	Performance Indicator	Pedagogical Task
Learners can:	The student:	The teacher will:
Evaluate and select appropriate channels of distribution for various products/services by using digital marketing.	Points out the most convenient channel of distribution for products or services based on digital marketing principles.	Present the different principles to consider when using digital marketing.
Define the impact of changing technological conditions on marketing products/services.	Compares and contrasts the most appropriate way of marketing products or services through the use of technology.	Establish the advantages and disadvantages of digital marketing in a company with the help of the students.
Oral and Written	Comprehension	Task Building Process:
Listening: Identify the main reasons for and against an argument or idea in a discussion delivered in clear standard speech	Recognizes reasons for using digital marketing to persuade consumers to buy a product or service.	1. Create opportunities for schemata-building to introduce the meaning of unknown vocabulary, structures and functions for concrete actions related to digital marketing. 2. Expose learners to authentic materials to deal
Reading: Understand problem and solution relationships in a structured text to provide advice in the use of digital marketing.	Provides advice in order to use digital marketing by analyzing the relationship among problems and solutions.	
Oral and Written Production		

Goals	Performance Indicator	Pedagogical Task
Learners can:	The student:	The teacher will:
Spoken Interaction: Encourage discussion by inviting other to join in, say what they think about the use of digital marketing strategies.	Questions the best use of digital marketing strategies with the help of others' opinions and thoughts.	with the real world of communication related to marketing plan.
Spoken Production: Describe what actions would do and how consumers would react to digital marketing. Produce familiar sounds and prosodic patterns.	Compares the different actions done in digital marketing and the consumers reactions. Employs a range of phonological features in the target language by manipulating prosodic features of spoken discourse (e.g. stress, intonation, rhythm) to support the message intended to convey.	3. Focus on linguistic elements such as functions, discourse markers, grammar and vocabulary required to go over the essential question.
Writing: Give advice and reasons of the best digital channel of distribution for specific products/services.	Recognizes the reasons for using a specific channel of distribution and giving advice in order to persuade the consumers to buy.	4. Give learners controlled practice in using the target language, vocabulary, structures and functions. 5. Engage learners to meaningful productive tasks based on marketing plan. 6. Project: integration of activities. It has to be done in class.

Learnings			
Functions and Discourse Markers	Grammar	Vocabulary	Phonology
Functions	<i>Comparing and Contrast</i>	• Digital Marketing	Rhythm:

Learnings			
Functions and Discourse Markers	Grammar	Vocabulary	Phonology
<p>Analyzing the use of digital marketing.</p> <p>Giving opinions.</p> <p>Making predictions.</p> <p>Discourse Markers</p> <p>Also Too Likewise Unlike In contrast to Different from Whereas I agree / disagree That's true Absolutely I totally disagree That's not always the case</p>	<p><i>Giving opinions</i></p> <p>I think....</p> <p>In my opinion, email marketing ...</p> <p>I agree with you.</p> <p>I don't agree about the strategy we are using.</p> <p><i>Future</i></p> <p>Will and Going to</p> <p>The product will be very successful.</p> <p>This product will be promoted by a video marketing.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Website marketing • Pay-Per-Click • Advertising • Content marketing • Email marketing • Social Media marketing • Affiliate marketing • Video marketing • SMS marketing • Search Engine Optimization • Online PR • Inbound marketing • B2B • B2C • Website Traffic 	<ul style="list-style-type: none"> • Blending and Word Reductions <p>Examples: “How are you?” is often pronounced “howaryou”</p>

Subject Area: English Oriented Marketing		
Level: Eleventh		
CEFR Band: B1.1	Scenario 4: Social Media	Time: 8 hours
Essential Question: How do people and enterprises cope with economic variables when setting objectives and taking into account moral considerations?	Theme 1: Economy	
Essential Competences: 4. Autonomy	New Citizenship Axis: Strengthening of Planetary Citizenship with Identity	

Goals	Performance Indicator	Pedagogical Task
Learners can:	The student:	The teacher will:
Develop autonomy to deal with goals demanded by economic needs to demonstrate a strong identity.	Promotes autonomy as the main tool to deal with business economics	Encourage students to work on their values to promote autonomy all the time.
Promote identity as a powerful value when developing self-autonomy in business.	Demonstrates a strong identity in all activities performed.	Motivate students to be self-autonomous.
Oral and Written Comprehension		Task Building Process:
Listening: Understand specifications about how to differentiate between micro and macro economy and their variables.	Listens to specific information given about the differences of micro and macroeconomics by using audios and videos.	<ol style="list-style-type: none"> Create opportunities for schemata-building to introduce the meaning of unknown vocabulary, structures and functions for concrete actions related to economy. Expose learners to authentic materials to deal with the real world of communication related to economy.
Reading: Comprehend information at a satisfactory level about the importance of micro and macroeconomics and all their fields from factual texts.	Analyzes punctual information referent to the target theme.	
Oral and Written Production		
Spoken Interaction: Share accurate information about specific examples which occur in several economic fields.	Express examples of situations where micro and macro economics are presented by sharing information with others.	

Goals	Performance Indicator	Pedagogical Task
Learners can:	The student:	The teacher will:
<p>Spoken Production: Produce fluent presentations with information based on the autonomy of business and economics based on the real background going on.</p> <p>Produce familiar sounds and prosodic patterns.</p>	<p>Produces presentations by using strong information about the target theme by using supporting ideas.</p> <p>Employs a range of phonological features in the target language by manipulating prosodic features of spoken discourse (e.g. stress, intonation, rhythm) to support the message intended to convey.</p>	<p>3. Focus on linguistic elements such as functions, discourse markers, grammar and vocabulary required to go over the essential question.</p> <p>4. Give learners controlled practice in using the target language, vocabulary, structures and functions.</p>
<p>Writing: Express written reports about observations in the field of interest in relation to the national and international market or economy.</p>	<p>Writes reports expressing descriptions of field observations to the national and the international market or economy.</p>	<p>5. Engage learners to meaningful productive tasks based on micro and macro economy.</p> <p>6. Project: integration of activities. It has to be done in class.</p>

Learnings			
Functions and Discourse Markers	Grammar	Vocabulary	Phonology
<p>Functions: Distinguish between micro and macro economics and their specific functions.</p> <p>Describe real background of economy in Costa Rica and abroad.</p>	<p>Present Perfect:</p> <p>Have + Past Participle</p> <p>I <u>have invested</u> some money in the international market.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Study (demand and supply) • Elasticity. • Monopoly and Oligopoly • Market failures. • Market Risks. • Microeconomics. • Macroeconomics. • Economic Depression. 	<p>Rhythm</p> <p>Liking sounds: it is the technique for smoothly moving from one word into the next during pronunciation.</p>

Learnings			
Functions and Discourse Markers	Grammar	Vocabulary	Phonology
<p>Accurately express ideas in situations where technical vocabulary is required.</p> <p>Identify economic type for micro and macro scenarios to create a proper opinion.</p> <p>Discourse Markers although, by contrast, in contrast, nevertheless, otherwise, yet</p> <p>It is important to be informed about the national economy in contrast to the globalization...</p> <p>Our market is not very competitive, yet...</p> <p>... Nevertheless, it is coming into great expansion.</p>	<p>Wall Street <u>has developed</u> an effective method to calculate price modifications along the year.</p> <p>Costa Rican market <u>has taken off</u> since the last government started promoting our country as an international brand.</p> <p>We <u>have already identified</u> the market risks for the coming season.</p> <p>Phrasal Verbs</p> <p>- For Business</p> <p>Branch out Carry on / Carry out Close down Drop in Fill out Look forward to Step up / Step down Take off Take over</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ceteris Paribus. • Balance point. • Efficiency. • Effectiveness. • Market. • Market Failure. • Income. • Globalization. • Fixed and variable costs. • Price. • Growth or boom. • Competition. • Representative market rate. • Offer. • Outcome. • Request. • Economic models. • Invisible hand. • Recession • Expansion. • Economic indicators. • Financial reasons. 	<ul style="list-style-type: none"> • Double consonant: often pronounced as a single consonant. <p>Example: pretty-little-pillow...</p> <p>Phrasing and Pausing:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Phrase: a group of words that convey meaning. • Pause: a brief moment of silence to emphasize meaning.



Subject Area: English Oriented to Marketing		
Level: Eleventh		
CEFR Band: B1.1	Scenario 4: Social Media	Time: 16 hours
Essential Question: How do individuals develop values and beliefs through art?	Theme 2: Drawing Techniques	
Essential Competences: 12. Initiative	New Citizenship Axis: Sustainable Development Education	

Goals	Performance Indicator	Pedagogical Task
Learners can...	The learner...	The teacher will...
Generate original ideas in a creative and innovative way in order to solve problems or find solutions to certain situations.	Analyzes his/her own ideas with the objective of improving them in an individual or collective way.	Help students to state ideas in an innovative and creative way working toward the common good.
Create spaces in which individual can show their creativity and feel accepted by others.	Develops effective ways of looking for authentic information in digital media.	Use apps and resources as tools to develop his/her students' creativity.
Oral and Written Comprehension		Task Building Process
Listening: Distinguish between main ideas and supporting details in a simple presentation or lecture about the drawing techniques.	Identifies main ideas and supporting details by watching a video about the different drawing techniques.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Create opportunities for schemata-building to introduce the meaning of unknown vocabulary, structures and functions for a concrete action by making drawing techniques. 2. Expose learners to authentic materials to deal with the real
Reading: Identify different types of supporting details in a simple academic text, in order to answer specific questions regarding drawing techniques..	Identifies supporting details in simple texts by answering questions about it.	
Oral and Written Production		



<p>Spoken Interaction: Describe objects, possessions and products in detail, including their characteristics and special features.</p>	<p>Identifies the vocabulary and different techniques studied in class by describing images created with different drawing techniques.</p>	<p>world of communication related to drawing techniques.</p>
<p>Spoken Production: Give clear detailed description and presentations about the advantages and disadvantages of using different drawing techniques, expanding and supporting ideas with subsidiary points and relevant examples.</p> <p>Produce familiar sounds and prosodic patterns.</p>	<p>Talks about the advantages and disadvantages of using different drawing techniques.</p> <p>Articulates a range of sounds in the target language by repeating correctly and by eliciting repetition of new sounds.</p> <p>Employs a range of phonological features in the target language by manipulating prosodic features of spoken discourse (e.g. stress, intonation, rhythm) to support the message intended to convey.</p>	<p>3. Focus on linguistic elements such as functions, discourse markers grammar and vocabulary required to go over the essential question</p> <p>4. Give learners controlled practice in using the target language vocabulary structures and functions about meetings and how to set them.</p> <p>5. Engage learners to meaningful productive tasks based on telephone meeting arrangement.</p>
<p>Writing: Write a detailed description of a simple process related to drawing techniques.</p>	<p>Shows written comprehension of the different drawing techniques by choosing one and writing a detailed description of it.</p>	<p>6. Project: integration of activities. It has to be done in class.</p>

Learnings			
Functions and Discourse Markers	Grammar	Vocabulary	Phonology
<p><u>Functions</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Identifying drawing techniques. Recognizing vocabulary drawing techniques. Describing experiences and events. <p><u>Discourse Markers</u></p> <p>Connecting words cause and effect, contrast</p> <p>Connecting words giving a reason</p> <ul style="list-style-type: none"> Due to due to the fact that Owing to owing to the fact that Because Because of Since As 	<p>Used to</p> <ul style="list-style-type: none"> The technique I used to love called oil painting. When I was a child I used to paint all my bedroom's walls. <p>Past</p> <ul style="list-style-type: none"> All of the techniques were necessary to model those buildings. She painted only with ink. <p>Present perfect.</p> <ul style="list-style-type: none"> This technique has been considered one of the most common ones used by artists around the globe. Artists and designers have used use a range of pencils, varying their choice according to the effect they are trying to achieve in their works. 	<p>Techniques:</p> <ul style="list-style-type: none"> Ink: Pen and ink drawing describes the process of using pens to apply ink to a surface. There is an endless amount of pen and ink techniques. Pencil: The pencil fundamentally works by pushing or pulling the lead end across the surface fibers of the paper to leave a mark or trace. Graphite, a form of carbon, also known as mineral black or plumbago, is the major constituent of the modern pencil. Water colors: is a versatile and flexible painting technique that is certainly worth pursuing. Also known as aquarelle, it dates back thousands of years. The paints are made of 	<p>Phrases ending with a Falling Pitch(↘)</p> <ul style="list-style-type: none"> Statements Nice to meet ↘you. I' ll be back in a ↘minute. Commands Write your name ↘here. Leave it on the ↘desk.

Since you take the easel pencil and add some color to your drawing. Because, you need to choose another color and create a shadow.

- The softest varieties of pencil have contained little or no clay.

- pigments suspended in a water-soluble vehicle
- **Oil Color:** Oil paint is a type of slow-drying paint that consists of particles of pigment suspended in a drying oil, commonly linseed oil.
 - **Color Pencil:** While standard pencils have a core of graphite and clay, a core of most of the colored pencils is made of wax, pigments, additives, and binding agents. Other colored pencils oil-based, water-soluble and some are even mechanical.



Subject Area: English Oriented Marketing		
Level: Eleventh		
CEFR Band: B1.1	Scenario 4: Social Media	Time: 16 hours
Essential Question: How does social media influence marketing responsibly?	Theme 3: Social Media	
Essential Competences: 17. Responsibility	New Citizenship Axis: Digital Citizenship with Social Equity	

Goals	Performance Indicator	Pedagogical Task
Learners can:	The student:	The teacher will:
Promote the correct and responsible use of social media networks for the marketing	Demonstrates how to use social media under the required standards that pity on responsibility.	Encourage students to be responsible when using social media.
Show a respectful and responsible sense of citizenship and equity when using social media at work.	Promotes social media as an incredible tool to influence over marketing into a new digital and equal globalization.	Motivate students to demonstrate how to improve marketing by using social media responsibly.
Oral and Written Comprehension		Task Building Process:
Listening: Understand specific details from audio tracks and/or videos related to what social media platforms are and how to use them appropriately for marketing purpose.	Listens to specific information about social media and their responsible and suggested usage for marketing purpose.	1. Create opportunities for schemata-building to introduce the meaning of unknown vocabulary, structures and functions for concrete actions related to Global Work Environment. 2. Expose learners to authentic materials to deal with the real world of communication related to Global Work Environment. 3. Focus on linguistic elements such as functions, discourse markers, grammar and vocabulary required to go over the essential question.
Reading: Comprehend factual information from texts of marketing and social media platforms.	Recognizes by context all about concepts, indications, recommendations, and examples to use social media to promote a brand, to connect with customers, increase sales, drive website traffic, and expand the market.	
Oral and Written Production		
Spoken Interaction: Communicate with confidence about marketing and the ways	Expresses opinions and ideas about how to use social media platforms to accomplish professional goals.	



Goals Learners can:	Performance Indicator The student:	Pedagogical Task The teacher will:
social media platforms can be used to improve it.		4. Give learners controlled practice in using the target language, vocabulary, structures and functions.
Spoken Production: Describe a sequence of reasonable points that suggest advantages and disadvantages of using social media platforms to promote marketing.	Explains advantages and disadvantages of using social media for marketing purpose from a personal point of view.	5. Engage learners to meaningful productive tasks based on the accounting field.
Produce familiar sounds and prosodic patterns.	Employs a range of phonological features in the target language by manipulating prosodic features of spoken discourse (e.g. stress, intonation, rhythm) to support the message intended to convey.	6. Project: integration of activities. It has to be done in class.
Writing: Write straight forward connected texts to demonstrate knowledge about the target theme.	Produces pieces of text as articles, essays, and written reports based on previous researching, observation, or practice of how to cleverly use social media platforms and take advantage of all their elements on favor of marketing.	

Learnings

Functions and Discourse Markers	Grammar	Vocabulary	Phonology
<p>Functions: Describing the different types of social media options to promote a company in the market and how.</p> <p>Identifying the proper and responsible use of social media at work.</p> <p>Discuss about how to deal with information on Social Media platforms for marketing purpose.</p> <p>Show advantages and disadvantages about the usage of Social Media at work.</p> <p>Discourse Markers: Adverbs of Frequency because, as, such as, for example, for instance</p> <p>Social media platforms must be used responsibly, because</p>	<p>Adverbs of Frequency Always Almost always Usually / Generally Sometimes Often Rarely Seldom Almost never Never</p> <p>Adv. of Frequency + verb I always take selfies with my friends.</p> <p>You often upload pics to your Instagram account.</p> <p>We rarely react to your hashtags on Facebook.</p> <p>To be + Adv. of Frequency I am usually reading your comments on Facebook.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Community Manager. • You tube. • Twitter. • Google +. • What´s app. • Follower. • Mention and Reply. • Fan page. • Wall. • Profile. • Web 2.0. • Trolls. • Timing. • Hashtag. • Online community manager. • Online communication. • Communication training. • Audiovisual Communicator. • Independent Social Media Coordinator. • Skill (negotiation, charisma, empathy, communication). • Status update. • Direct message (DM). 	<p>Phrases ending with a Falling Pitch(↘)</p> <p>•Wh-questions (requesting information.) What country do you come ↘ from? Where do you ↘work?</p>

<p>any mistake can compromise the reputation of your enterprise...</p> <p>Facebook can be used as an administrator...</p> <p>Social media platforms can be used for showing new marketing; for example, to connect with customers, increase sales, drive website traffic, and expand the market.</p>	<p>We are generally offering promotions on our Web site and Social Media accounts.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Twitter users Circles (friends, family, acquaintances and I am a follower). • Label. • Humanization of the brand or corporation. • Remember special events. • Share brand and sector content. • Offer promotions, offers and / or exclusive discounts for platform users. • Encourage conversation and create community around the brand. • Keys to manage negative messages to the product or service. • The company, value and ethics. • Institutionalality, let's not fool ourselves, the rules of the game are necessary. • Bidirectionality offered by social networks. • Feedback received your posts, retweets or likes. • Reputation in social networks. 	
--	--	--	--



Referencias bibliográficas

- Gómez Á.C. (2005). Administración de Empresas. San José, Costa Rica. Tercera edición. Editorial UNED.
- Hill, C.W, Gareth J.R. (2005). Administración Estratégica: UN enfoque integrado. México. Sexta edición. Editorial Interamericana.
- Rodríguez, D. (2006). Comportamiento Organizacional. Chile. Cuarta Edición. Editorial Alfaomega.
- Rodríguez, D. (2005). Diagnóstico Organizacional. Chile. Sexta Edición. Editorial Alfaomega.
- Rue, L; Byars, L. (2006). Administración - Teoría y Aplicaciones. México. Primera Edición. Editorial Alfaomega.
- Aguilar, Pedro; DE Gamboa, Jaime; Zuloaga, Gonzalo; Ballen, Saúl. (2008). Administre su Empresa - De La Estrategia a la Práctica. 4 Tomos. México Primera Edición. Editorial Alfaomega.
- Gómez, Á.C. (2005) Administración de empresas. San José Costa Rica. Tercera edición. Editorial UNED.
- Porter, M.E. (2006). Estrategia y ventaja competitiva. España. Primera Edición. Editorial Deusto.
- Rue, L; Byars, L. (2006). Administración - Teoría y Aplicaciones. México. Primera Edición. Editorial Alfaomega.
- Tarzijan, J; Paredes, R. (2008) Fundamentos de Estrategia Empresarial. Chile. Primera Edición. Editorial Alfaomega.
- Hill, C.W, Gareth R.J. (2005). Administración Estratégica: Un enfoque integrado. México. Sexta edición. Editorial interamericana.
- Aguilar, P.; De Gamboa, J.; Zuloaga, G.; Ballen, S. (2008). Administre su Empresa - De La Estrategia a la Práctica. 4 Tomos. México. Primera Edición. Editorial Alfaomega.
- DeCenzo, R. C. (2017). Fundamentos de Administración. México: Pearson.

- Cedeño Gómez, Álvaro. Administración de la Empresa. Décima edición, 2005. Editorial EUNED, Costa Rica.
- Red de Institutos de Formación Profesional REDIFP, (2014). Normas Técnicas de Competencia Laboral y Diseños Curriculares. Empleos Verdes.
- Red de Institutos de Formación Profesional REDIFP, (2014). Módulo de Responsabilidad Ambiental.
- Red de Institutos de Formación Profesional REDIFP, (2014). Módulo de Producción más limpia.
- O'Reilly Radar Team. Planning for Big Data. 2012. Editorial Edd Dumbill. USA.
- Larson, Bryan. Delivering Business Intelligence. 2009. Editorial Mc Graw Hill. USA.
- Mannino, Michael V. Administración de Bases de Datos. 2007. Tercera Edición. México.
- Romero López, Alvaro Javier. Principios de Contabilidad. Quinta Edición. Editorial Mc Graw Hill, 2014.
- Robert Meigs, Jan Williams, Susan Haka, Mark Bettner. Contabilidad. Decimo primera Edición, 2012. Editorial Mc Graw Hill.
- Gerardo Guajardo. Contabilidad Financiera. Sexta Edición, 2013. Editorial Mc Graw Hill.
- Sánchez, Oscar, y otros. (2010). Introducción a la contaduría. México: Editorial Pearson.
- Torres Salinas, Aldo. Contabilidad de Costos. Editorial Mc Graw Hill, 2010. 3ª Edición.
- Torres S. Aldho, (2002). Contabilidad de Costos, Análisis toma de decisiones, II Edición, Mc Graw Hill.
- Cuevas, C. F. (2010). Contabilidad de costos. Colombia: Pearson.
- ROSSETTI, J.P. (2002) Introducción a la Economía. México Tercera Edición. Editorial Alfaomega.

Manú, G.; Nelson, R.; Thoingo J.; Haftendorn K.; (2008). CODE, Conozca su empresa, Educación Empresarial en instituciones de formación profesional. Ginebra, Turín. Editores Peter Tomlinson y Klaus Haftendorn, Organización Internacional de Trabajo. Centro Internacional de Formación.

Alcázar Rodríguez. Rafael. (2006). El empresario de éxito. Guía de planes de negocios. Mc Graw Hill, México.

Greg Balanko-Dickson. Como preparar un Plan de Negocios Exitoso. Primera edición, 2007. Editorial Mc Graw Hill.

Simulador de Estrategia de Negocios: Guía Del Docente. Thompson. Editorial Mc Graw Hill, 2014.

Simulador de Estrategia de Negocios: Guía Del Estudiante. Thompson. Editorial Mc Graw Hill, 2014.

Valdez, V. (2017). Ética y Valores. México: Pearson.

Berenson M.L, Levine D.M (2002). Estadística básica en administración: conceptos y aplicaciones. México. Cuarta Edición. Editorial Hispanoamericana.

Barrantes, M.G (2010). Elementos de estadística descriptiva. San José, Costa Rica. Tercera Edición. Editorial UNED.

Lind D.A, Marchal W.G (2004). Estadística para administración y economía. México, Onceava Edición. Editorial Alfaomega.

Tripla, Mario. (2004). Estadística. México: Editorial Pearson.

Barquero Corrales Alfredo. (2009). Ética Profesional. San José, Costa Rica. Primera Edición. Editorial UNED. 2009

Marlasca López Antonio. (2007). Introducción a la Ética. San José, Costa Rica. Primera Edición. Editorial UNED.

Ibáñez, Andrés. (2008). Ética empresarial: Casos de decisiones difíciles que deben enfrentar jóvenes. Chile. Segunda Edición. Editorial Alfaomega.

- Gómez, Á, Suárez, C. (2007).Sistemas De Información - Herramientas Prácticas Para La Gestión Empresarial. España.Segunda Edición. Editorial Alfaomega.
- Suárez, Carlos, Gómez, Álvaro. (2010).Sistemas De Información - Herramientas Prácticas Para La Gestión. España Tercera edición. Editorial Alfaomega.
- Escorsa, Pere, Valls, Jaume. (2005).Tecnología E Innovación En La Empresa Dirección Y Gestión. España. Segunda Edición. Editorial Alfaomega.
- Hahn Harley. Internet manual de referencia.
- Michael Matadoras Marín, José Luís Gómez Parra. Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft Power Point, Office Corporation, Specialist. Manual de Entretenimiento.
- Norton Peter. (2006).Introducción a la computación México. Sexta Edición. Editorial Mc Graw- Hill.
- Canclini, N.G (2004) Diferentes, desiguales y desconectados: mapas de la interculturalidad. Primera Edición Barcelona: Gedisa.
- Rómulo, L.G (2009) Educación e Interculidad, lo propio, lo nuestro lo de todos. San José, Costa Rica, MEP.
- Programa Institucional de Igualdad y Equidad de Género. (2007) Buenas prácticas laborales de igualdad y equidad de género, Costa Rica, ICE.
- Mc Daniel, C.; Gates, R. (2005) Investigación de mercados. México. Sexta Edición. Editorial Thomson.
- Lerma K.; Castro, E. M. (2010). Comercio y Marketing Internacional, Cuarta Edición. Mexico: Cengage Learning.
- C.H. Garnica, C. Maubert. (2009). Fundamentos de Marketing. México: Pearson.

- Kotler Philip. (2003). Fundamentos de Marketing. Sexta edición. Mexico: Pearson.
- León G. Schiffman, Joseph Wisenblit. (2015). Comportamiento del consumidor. México: Pearson.
- Cruz, A. (2009). Marketing Electrónico Para PYMES - Cómo Vender, Promocionar Y Posicionarse En Internet México. Primera Edición. Editorial Alfaomega.
- De E. Andrés, (2008). Marketing - En Empresas de Servicios. España. Primera Edición. Editorial Alfaomega.
- Oddone, Carlos Nahuel (2004): Mercados Emergentes. Editado por eumed ▪ net; accesible a texto completo en html://www.eumed.net/cursecon/libreria/
- Gloria Maritza Acosta Triviño, L. A. (2009). Desarrollo del pensamiento logico matemático. Colombia: Fundación para la educación superior.
- Luciana Pavez, V. A. (2016). Pensar en el examen de admisión. Ejercicios de razonamiento veerbal. San José, Costa Rica: Academia Matemática AMP.
- Ministerio de Educación Pública, C. N. (2006). Actividades de pensamiento crítico y creativo. San José: MEP.
- Scott, A. (2007). Planeación Estrategica (Sexta ed.). (H.-W. University, Ed.) Edinburgh, Reino Unido. Recuperado el 01 de Junio de 2019, de <https://www.ebsglobal.net/documents/course-tasters/spanish/pdf/sp-bk-taster.pdf>
- María Constanza Díaz, R. P. (2016). Presupuestos enfoque para la planeación. Colombia: Pearson.
- Cárdenas Raúl y Napoles. Presupuestos. Segunda Edición. Editorial Mc Graw Hill, 2008.

Scott Araya Jenny, La etiqueta y el protocolo en los negocios. Primera edición Alajuela, CR, 2011

Scott Araya Jenny, Reglas de etiqueta frente a personas con discapacidad. Primera Edición, Alajuela, CR, 2017

Díaz, Á. David y Goliat (2007). Planificación preliminar del Proyecto. México. Primera Edición. Editorial Alfaomega.

Díaz, Á. David y Goliat (2007). Programación de referencia del Proyecto. México Primera Edición. Editorial Alfaomega.

Díaz, Ál. (2007).El Arte de Dirigir Proyectos. México. Segunda Edición. Editorial Alfaomega.

Hernández A.H. (2005). Formulación y Evaluación de proyectos de Inversión. México. Quinta Edición. Editorial Thompson.

KLASTORIN, Ted. (2005). Administración de Proyectos. México. Primera Edición. Editorial Alfaomega. México.

Murcia, J.; Díaz, F.; (2009).Proyectos - Formulación y Criterios De Evaluación. España. Primera Edición. Editorial Alfaomega.

Rosales R. (2005). Formulación y Evaluación de Proyectos. San José, Costa Rica, ICAP.

Sapag Ch. Nassir, (2007). Proyectos de Inversión. Formulación y Evaluación. Editorial Pearson Prentice Hall. Primera Edición.

Ajenjo, A.D. (2005). Dirección y Gestión de Proyectos. México. Segunda Edición, Alfaomega.

Sibaja, R. C. (2002). Salud y seguridad en el trabajo. San José, Costa Rica: Editorial UNED.

BAC CREDOMATIC, (2010) Módulo 8 Salud Ocupacional.Programa de Salud Ocupacional para docentes de Banca y Finanzas, San

José Costa Rica.

Salud y seguridad en el trabajo (SST). Aportes para una cultura de la prevención - 1a ed. - Buenos Aires: Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social; Ministerio de Educación; Instituto Nacional de Educación Tecnológica, Oficina de País de la OIT para la Argentina, 2014.

Solano, C.C. (1990) Nociones Del Derecho Mercantil. San José, Costa Rica, Cuarta Reimpresión de la primera impresión Editorial EUNED.

Código de Trabajo, Primera Edición San José, Costa Rica. Editorial Investigaciones Jurídicas, S.A

Código de Comercio, Primera Edición San José, Costa Rica, Editorial Investigaciones Jurídicas, S.A

Lira A.C y Clueso, G. Documentación Comercial. Editorial Susaeta, San José C.R

Hernández, M. C. Hostigamiento sexual en las relaciones laborales. San José, Costa Rica. Primera edición, Editorial Juritextos.

Solano, C.C. Nociones de derecho mercantil. San José Costa Rica Editorial UNED.

BETILDE MUÑOZ, A. B. (2016). *EQUIDAD E INCLUSIÓN SOCIAL, Superando desigualdades hacia sociedades más inclusivas* (PRIMERA ed.). OEA. Recuperado el 12 de JUNIO de 2019, de http://www.oas.org/docs/inclusion_social/Equidad-e-Inclusion-Social-Entrega-WEB.pdf

Herrera, J. E. (2013). *Gerencia Proactiva: Más allá de la visión empresarial*. ECOE. Recuperado el 10 de JUNIO de 2019, de <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2016/04/Gerencia-Proactiva.pdf>

INAMU. (2018). *Cuaderno del participante: Lideresas para el cambio. Colección Ciudadanía activa de las mujeres*. (Primera ed.). San José, Costa Rica: INAMU. Recuperado el 17 de Agosto de 2019

Lugo-Ocando Jairo. Las Relaciones Públicas: conceptos y prácticas. 03/05/2011 Revisión: 10/05/2011 Aceptación: 14/05/2011

Publicación: 23/05/2011 <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-1-2011-09-157-160>

Webgrafía

2016, E. E. (2016). Recuperado el 15 de Abril de 2019, de <https://ideas.coop/wp-content/uploads/2016/05/estrategiasedu2016.pdf>

Acciona. (2019). Sostenibilidad para todos. Obtenido de <https://www.sostenibilidad.com/vida-sostenible/una-educacion-para-el-desarrollo-sostenible-contenidos/>

conectadas, M. G. (s.f.). Marketing Digital. 10 tácticas de Marketing Digital para Pymes. Obtenido de https://destinonegocio.com/cr/negocio-por-internet-es_cr/marketing-digital-es_cr-cr/10-tacticas-marketing-digital-pymes/

control, L. t. (15 de Abril de 2019). Obtenido de <http://www.ieslavaguada.com/ant/distancia/DESCARGAS-OAGT/1T/OAGT%20Tema%202.pdf>

Erasmus. (24 de Abril de 2019). Reasmus. Obtenido de <http://www.ieslavaguada.com/ant/distancia/DESCARGAS-OAGT/1T/OAGT%20Tema%202.pdf>

Gloria Marittza Acosta Triviño, M. L. (2009). Publicación desarrollo pensamiento lógico. Obtenido de <https://www.sanmateo.edu.co/documentos/publicacion-desarrollo-pensamiento-logico.pdf>

Gómez, A. E. (s.f.). Recuperado el 15 de Abril de 2019, de https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/9568/el_juego_de_las_politicas_publicas.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Internacional, A. (s.f.). Anmstía Internacional. (A. Internacional, Ed.) Recuperado el 15 de Abril de 2019, de <https://www.es.amnesty.org/en-que-estamos/temas/>

Ministerio Educación Pública, C. R. (2006). Actividades de pensamiento crítico y creativo. Obtenido de <https://mep.janium.net/janium/Documentos/10783.pdf>



- Mundo, N. (11 de Diciembre de 2017). (B. Mundo, Ed.) Recuperado el 15 de Abril de 2019, de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-42304901>
- Nación, E. d. (s.f.). (E. d. Nación, Ed.) Recuperado el 15 de Abril de 2019, de <https://www.universidades.estadonacion.or.cr/>
- Nación, E. d. (s.f.). Estado de la Nación. Recuperado el 15 de Abril de 2019, de <https://www.universidades.estadonacion.or.cr/>
- Teamleader. (7 de Febrero de 2018). Técnicas de ventas: 5 técnicas modernas extremadamente efectivas. Obtenido de <https://blog.teamleader.es/tecnicas-de-ventas>
- web, E. d. (s.f.). 7 Estrategias de Marketing Digital para Pymes y Empresas. Obtenido de <https://escuela.marketingandweb.es/marketing-digital-para-pymes/>
- web, E. d. (s.f.). Estrategias de Marketing. Concepto, tipos y ejemplos. Obtenido de <https://www.marketingandweb.es/marketing/estrategias-de-marketing-concepto-tipos/>
- Ocupacional, C. S. (2019). *Consejo Salud Ocupacional*. Recuperado el 1 de Junio de 2019, de <https://www.cso.go.cr/>
- Next-U. (s.f.). *Next-U*. Recuperado el 02 de Mayo de 2019, de https://www.google.com/search?q=next+u&rlz=1C1GCEU_esCR820CR820&oq=next+u&aqs=chrome.0.0l6.3893j0j8&sourceid=chrome&ie=UTF-8
- Enciclopedia de Ejemplos (2019). "Comunicación Oral y Escrita".*
Recuperado de: <https://www.ejemplos.co/40-ejemplos-de-comunicacion-oral-y-escrita/>
- Mota, S. A. (2007). *Lineamientos sobre cómo escribir informes técnicos*. Recuperado el 11 de Junio de 2019, de file:///D:/Users/jmendez/Downloads/L04_comoEscribirInf.pdf

Glosario de términos

Concepto	Definición
Actitud	Es el comportamiento habitual que se produce en diferentes circunstancias.
Administración de la producción	Área de la empresa que se encarga de la planificación, organización, dirección, control y mejora de los sistemas que producen bienes y servicios.
Ahorro	Es la acción de separar una parte de los ingresos que obtiene una persona o empresa con el fin de guardarlo para su uso en el futuro, ya sea para algún gasto previsto o imprevisto, emergencia económica o una posible inversión.
Aguinaldo	Remuneración que recibe el trabajador más allá de los doce salarios mensuales que obtiene al año.
Auxiliar del comercio	Son aquellas personas que colaboran directamente en la actividad jurídica o contractual del empresario.
Auxilio de cesantía	Es un derecho que tienen las personas trabajadoras a ser indemnizados en caso de terminación de la relación laboral con responsabilidad patronal.
Blanquear activos	Son aquellos procedimientos y mecanismos encargados de dar legalidad e introducción en el mercado a activos procedentes de actividades delictivas
Benchmarking	Es una metodología de análisis y conocimiento del mercado, con el objetivo de detectar oportunidades que ayuden a la empresa a satisfacer las necesidades de los consumidores de una forma más óptima y eficiente, que el resto de competidores.
Canvas	Es una herramienta para definir y crear modelos de negocio innovadores que simplifica cuatro grandes áreas: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica.
Ciclo de vida de un producto	Es la evolución de las ventas de un artículo durante el tiempo que permanece en el mercado. El concepto de «ciclo de vida de un producto» es una herramienta de mercadotecnia o marketing.
Código de comercio	Es un conjunto de normas y preceptos que regulan las relaciones mercantiles.
Comportamiento	Es el conjunto de respuestas, bien por presencia o por ausencia, que presenta un ser vivo en relación con su entorno o mundo de estímulos
Compra	Es la acción de obtener o adquirir, a cambio de un precio determinado, un producto o un servicio.



Concepto	Definición
Competencia globalizada	Es la capacidad de analizar asuntos globales e interculturales, valorar distintas perspectivas desde el respeto por los derechos humanos, para interrelacionarse con personas de diferentes culturas emprender acciones por el bien común y el desarrollo sostenible”
Consumidor	Es una persona u organización que demanda bienes o servicios a cambio de dinero proporcionados por el productor o el proveedor de bienes o servicios. Es decir, es un agente económico con una serie de necesidades.
Contexto social y cultural	Engloba al grupo de individuos que comparten una cultura y que interactúan entre sí para conformar una comunidad. Estas definiciones nos permiten entender la noción de contexto social, la cual abarca todos los factores culturales, económicos, históricos, etc.
Contrato de trabajo	Es un acuerdo entre empresario y trabajador por el que éste se obliga a prestar determinados servicios por cuenta del empresario y bajo su dirección, a cambio de una retribución.
Control estadístico	Es una herramienta que ayuda en la toma de decisiones y facilita el proceso de mejora constante de una empresa.
Costo de oportunidad	Es un concepto económico que permite nombrar al valor de la mejor opción que no se concreta o al costo de una inversión que se realiza con recursos propios y que hace que no se materialicen otras inversiones posibles.
Costo fijo	Son aquellos en los que incurre la empresa y que en el corto plazo o para ciertos niveles de producción, no dependen del volumen de productos.
Costo variables	Costo que incurre la empresa y guarda dependencia importante con los volúmenes de fabricación.
Cuadro mando integral	es un modelo de gestión que traduce la estrategia en objetivos relacionados entre sí, medidos a través de indicadores y ligados a unos planes de acción que permiten alinear el comportamiento de los miembros de la organización con la estrategia de la empresa.
Cultura tributaria	Es una conducta manifestada en el cumplimiento permanente de los deberes tributarios con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social de los contribuyentes.



Concepto	Definición
Curriculum vitae	Es la principal herramienta de presentación que te define profesionalmente. Es la expresión clara y concisa de tus datos personales, formación, experiencia profesional y valores añadidos adaptados al puesto que solicitas.
Curva de demanda	Es la representación gráfica de la relación matemática entre máxima cantidad de un determinado bien o servicios que un consumidor estaría dispuesto a comprar y su precio.
Decisión operativa estratégica	Son aquellas que afectan al medio y, sobre todo, al largo plazo de la empresa, es decir, las que permiten que una compañía siga existiendo en el futuro.
Derecho	Es un conjunto de principios y normas, generalmente expresivos de una concepción de justicia y orden, que regulan las relaciones humanas en toda sociedad y cuya observancia puede ser impuesta
Design Thinking	Es un concepto cuya metodología se ha venido implementando gradualmente en los últimos años en diferentes empresas como una forma de crear productos y servicios que tiendan a satisfacer en mejor manera las necesidades de los usuarios haciéndolos parte activa del proceso de creación.
Diagrama de causa efecto	Es la representación de varios elementos (causas) de un sistema que pueden contribuir a un problema (efecto).
Diagrama de Flujo de proceso	Es una representación gráfica de un proceso. Cada paso del proceso se representa por un símbolo diferente que contiene una breve descripción de la etapa de proceso. Los símbolos gráficos del flujo del proceso están unidos entre sí con flechas que indican la dirección de flujo del proceso.
Diagrama de Pareto	Es un tipo especial de gráfica de barras donde los valores graficados están organizados de mayor a menor.
Dinero	Conjunto de monedas y billetes que se usan como medio legal de pago.
Disonancia cognitiva	Es la tensión o desarmonía interna del sistema de ideas, creencias y emociones (cogniciones) que percibe una persona que tiene al mismo tiempo dos pensamientos que están en conflicto, o por un comportamiento que entra en conflicto con sus creencias.
Economía feminista	Es una corriente de pensamiento heterodoxo preocupada por visibilizar las dimensiones de género de la dinámica económica y sus implicancias para la vida de las mujeres.
Enfoque teórico	Una posición o punto de vista para analizar una situación u objeto de estudio, con la intención de comprenderlo, interpretarlo y resolver la problemática derivada de él.

Concepto	Definición
Ergonomía	Es la disciplina que se encarga del diseño de lugares de trabajo, herramientas y tareas, de modo que coincidan con las características fisiológicas, anatómicas, psicológicas y las capacidades de los trabajadores que se verán involucrados.
Esquema de Ponsi	Es una operación fraudulenta de inversión que implica el pago de intereses a los inversores de su propio dinero invertido o del dinero de nuevos inversores.
Estafa	Es un delito contra la propiedad o el patrimonio.
Estrategia empresarial	Es la manera en que una organización define cómo creará valor.
Etiqueta	Se trata de una señal, marca, rótulo o marbete que se adhiere a un objeto para su identificación, clasificación o valoración.
Fraude	Engaño económico con la intención de conseguir un beneficio, y con el cual alguien queda perjudicado.
Foda	Es el estudio de la situación de una empresa u organización a través de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, tal como indican las siglas de la palabra y, de esta manera planificar una estrategia del futuro.
Género	En términos de Biológicos se refiere a la identidad sexual de los seres vivos, la distinción que se hace entre femenino y masculino, este concepto a evolucionado a tal punto de representar cualquier referencia a ideales sociológicos, creencias y condiciones de vida, razón por la cual la palabra Genero adopto un importante significado en la vida diaria. Las pautas de un comportamiento social definen perfectamente un género, una clase, una cultura.
Gestión	Conjunto de operaciones que se realizan para dirigir y administrar un negocio o una empresa.
Gestor Integral de Residuos	Conjunto articulado e interrelacionado de acciones regulatorias, operativas, financieras, administrativas, educativas, de planificación, monitoreo y evaluación para el manejo de los residuos, desde su generación hasta la disposición final.
Gobierno digital	Incluye todas aquellas actividades basadas en las modernas tecnologías informáticas, en particular internet, que el Estado desarrolla para aumentar la eficiencia de la gestión pública, mejorar los servicios ofrecidos a los ciudadanos y proveer a las acciones de gobierno de un marco.



Concepto	Definición
Grupos de referencia	Es un concepto sociológico que indica un grupo al que un individuo u otro grupo se compara.
Impuestos directos	Gravan lo que una persona tiene o ingresa.
Impuestos indirectos	Gravan la manifestación indirecta de la riqueza de las personas.
Impuesto sobre renta	Es el impuesto que grava toda renta, ingreso, utilidad o beneficio, obtenido por personas físicas, sociedades y sucesiones indivisas, en un período fiscal determinado
Indemnizaciones	Es una compensación económica que recibe una persona como consecuencia de haber recibido un perjuicio de índole laboral, moral, económica,
Industria 4.0	Son expresiones que denominan una hipotética cuarta mega etapa de la evolución técnica-económica de la humanidad, contando a partir de la Primera Revolución Industrial.
Inteligencia en Negocios (BI)	Es el conjunto de procesos, aplicaciones y tecnologías que facilitan la obtención rápida y sencilla de datos provenientes de los sistemas de gestión empresarial para su análisis e interpretación, de manera que puedan ser aprovechados para la toma de decisiones empresariales.
Intercambio	Reciprocidad de consideraciones y servicios entre corporaciones análogas de diversos países.
Investigación cualitativa	Es la recogida de información basada en la observación de comportamientos naturales, discursos, respuestas abiertas para la posterior interpretación de significados.
Investigación cuantitativa	Es el procedimiento de decisión de señalar, entre ciertas alternativas, usando magnitudes numéricas que pueden ser tratadas mediante herramientas del campo de la estadística.
Lean Canvas	Es una herramienta estratégica empresarial, que permite analizar de manera visual nuestro modelo de negocio para aumentar sus probabilidades de éxito.
Lean Startup	Es una metodología para desarrollar negocios y productos. La metodología apunta a acortar los ciclos de desarrollo de productos adoptando una combinación de experimentación impulsada
Legislación laboral	Conjunto de leyes y normas que tienen por objetivo regularizar las actividades laborales, ya sea en lo que respecta a los derechos del trabajador, como también a sus obligaciones y lo mismo para el empleador.

Concepto	Definición
Legitimar capitales	Es un delito grave, propio de los grupos de la delincuencia organizada, para esconder o disfrazar el origen, movimiento y destino del dinero obtenido de delitos como el tráfico de drogas, la clonación de tarjetas de crédito y débito, el secuestro, la venta ilegal de armas, el tráfico de drogas, entre otros.
Ley	Regla o norma establecida por una autoridad superior para regular, de acuerdo con la justicia, algún aspecto de las relaciones sociales.
Ley 8204 “Ley sobre estupefacientes, sustancias psicotrópicas, drogas de uso no autorizado, legitimación de capitales y actividades conexas” acerca de la legitimación de capitales	Regula la prevención, el suministro, la prescripción, la administración, la manipulación, el uso, la tenencia, el tráfico y la comercialización de estupefacientes, psicotrópicos, sustancias inhalables y demás drogas y fármacos susceptibles de producir dependencias físicas o psíquicas, incluidos en la Convención Única sobre Estupefacientes de las Naciones Unidas, de 30 de mayo de 1961, aprobada por Costa Rica mediante la Ley N.º 4544, de 18 de marzo de 1970, enmendada a la vez por el Protocolo de Modificación de la Convención Única sobre Estupefacientes, Ley N.º 5168, de 25 de enero de 1973, así como en el Convenio de Viena sobre Sustancias Psicotrópicas, de 21 de febrero de 1971, aprobado por Costa Rica mediante la Ley N.º 4990, de 10 de junio de 1972; asimismo, en la Convención de las Naciones Unidas contra el Tráfico Ilícito de Estupefacientes y Sustancias Psicotrópicas, de 19 de diciembre de 1988 (Convención de 1988), aprobada por Costa Rica mediante la Ley N.º 7198, de 25 de setiembre de 1990.
Ley contra el acoso laboral en el sector público y privado – Costa Rica	Regula temas del hostigamiento laboral, mediante el establecimiento de un marco jurídico que prevenga y sancione el hostigamiento laboral en el empleo, tanto en el ámbito público como en el privado.
Ley de Promoción de la Competencia y Defensa efectiva del consumidor - Ley No. 7472	Regula las operaciones de compra y venta y su afectación al consumidor.
Liquidación	Se refiere ya sea a la liquidación del contrato de trabajo o a la liquidación de la nómina mensual o quincenal según se el periodo de pago pactado en el contrato de trabajo.



Concepto	Definición
Marco Nacional de Cualificaciones	Es un instrumento único y consensuado que reúne un conjunto de cualificaciones presentándolas de forma ordenada por niveles asociados con diferentes tipos de cualificación que puede ser de alcance regional, nacional y sectorial.
Marketing ético	Es un subconjunto de normas morales o de comportamiento que son aceptadas generalmente por una sociedad o grupo y que rigen las actividades y procesos de la marketing
Marketing social	Es un concepto en el cual la organización debe establecer las necesidades, deseos e intereses de los mercados para que de este modo pueda promocionar un valor superior a sus clientes de tal forma que se mantenga o mejore el bienestar del consumidor y de la sociedad.
Matriarcado	Predominio o mayor autoridad de la mujer en una sociedad o grupo social.
Mediana	La mediana es el valor que ocupa el lugar central entre todos los valores del conjunto de datos, cuando estos están ordenados en forma creciente o decreciente.
Media aritmética simple	Es la suma de todos los datos dividida entre el número total de datos.
Medio de comunicación	Sistema técnico que sirve para informar a los miembros de una comunidad determinada.
Medios móviles	Es un indicador técnico que combina precios de un activo a lo largo de un período de tiempo establecido, y los divide entre el número de datos recogidos para dar una línea de tendencia.
Mensaje persuasivo	La persuasión es un proceso destinado a cambiar de una persona (o un grupo de) la actitud o comportamiento hacia algún evento, idea, objeto o persona(s), mediante el uso de palabras escritas o habladas para transmitir información, sentimientos, o el razonamiento, o una combinación de los mismos.
Mercado minoritario	Es la empresa comercial o persona en régimen de autónomo que vende productos al consumidor final. Son el último eslabón del canal de distribución, el que está en contacto con el mercado.
Mercado mayoritario	Se refiere a la persona que vende más de una unidad del producto que produce o que distribuye, normalmente los comerciantes de este tipo son aquellos a los que se les conoce como distribuidores o proveedores, y es porque son los encargados de surtir a los mercados minoristas donde realizan
Mercado emergente	Son los países con un rápido crecimiento de su actividad económica que se relaciona, no solo con el crecimiento interno del propio país, sino también singularmente con un incremento notable de las relaciones comerciales con terceros países.

Concepto	Definición
Método Brain storming	Es una herramienta de trabajo grupal que facilita el surgimiento de nuevas ideas sobre un tema o problema determinado.
Método de las 5 m.	Es un sistema de análisis estructurado que se fija cinco pilares fundamentales alrededor de los cuales giran las posibles causas de un problema.
Método SPIN	Se basa en preguntar para averiguar las necesidades del cliente y presentarle a continuación los beneficios de tu producto o servicio que las resuelven.
Método SNAP	Se centra en la forma en la que los clientes toman decisiones: inflúyelos positivamente y acabarán pensando que han tomado la decisión ellos solos.
Moda	La moda de un conjunto de datos es el dato que más veces se repite, es decir, aquel que tiene mayor frecuencia absoluta.
Modelo actitudinal	Se refiere a todo aquello que tiene por objetivo determinar las disposiciones de ánimo manifestadas de algún modo para realizar ciertas actividades, ya sean de tipo educativas, sociales, laborales.
Modelo de negocios	Es una herramienta previa al plan de negocio que permite definir con claridad qué se va ofrecer al mercado, cómo lo va a hacer, a quién se lo va a vender, cómo se lo va a vender y de qué forma va a generar ingresos.
Neoromarketing	Conjunto de técnicas y estudios que tienen como objeto mejorar la comercialización de un producto.
Nomina	Lista de los nombres de las personas que están en la plantilla de una empresa o entidad pública y cobran un sueldo de ella.
Nuevas tendencias	Es un estilo o una costumbre que deja una huella en un periodo temporal o en un sitio.
Patriarcado	Predominio o mayor autoridad del varón en una sociedad o grupo social.
Planeación estratégica	Es un proceso sistemático de desarrollo e implementación de planes para alcanzar propósitos u objetivos. La planificación estratégica, se aplica sobre todo en los asuntos militares, y en actividades de negocios
Percepción	Es la forma en la que el cerebro detecta las sensaciones que recibe a través de los sentidos para formar una impresión consciente de la realidad física de su entorno.



Concepto	Definición
Perfil Ocupacional	Es la descripción clara del conjunto de capacidades y competencias que identifican la formación de una persona para encarar responsablemente las funciones y tareas de una determinada profesión o trabajo.
Perspectiva de género	Es una categoría analítica que acoge a todas aquellas metodologías y mecanismos destinados al «estudio de las construcciones culturales y sociales propias para los hombres y las mujeres, lo que identifica lo femenino y lo masculino», con el trasfondo de la desigualdad entre géneros en todas las clases sociales.
Poder perter	Influencia de los niños sobre las compras de sus padres.
Política laboral	Se refiere a las leyes y normas actuales en el país que perturben al ámbito laboral.
Preaviso	Es un aviso previo que la persona trabajadora debe dar a la persona empleadora cuando renuncia, o la persona empleadora debe darle a la persona trabajadora cuando lo va a despedir sin tener justa causa para hacerlo.
Programa Bandera Azul Ecológica Costa Rica	Es un galardón o distintivo que se otorga anualmente, el cual premia el esfuerzo y el trabajo voluntario en la búsqueda de la conservación y el desarrollo, en concordancia con la protección de los recursos naturales, la implementación de acciones para enfrentar el cambio climático, la búsqueda
Protocolo	Es un concepto con diversas acepciones. A nivel general, puede decirse que se trata del conjunto de instrucciones, normativas o reglas que permiten guiar o regular una determinada acción.
Protocolo empresarial	Regula el comportamiento de la empresa tanto en su interior como hacia el exterior.
Plusvalía	Aumento del valor de una cosa, especialmente un bien inmueble, por circunstancias extrínsecas e independientes de cualquier mejora realizada en ella.
Publicidad impresa	Es la que se realiza en medios impresos como revistas, periódicos, panfletos, folletos de buzoneo o de mailing y en definitiva, sobre papel.
Rasgos de personalidad	Un rasgo es una disposición relativamente permanente de la personalidad que es inferida del comportamiento y que a su vez se supone determina el comportamiento.

Concepto	Definición
Reclutamiento	Es el proceso de atraer individuos oportunamente en suficiente número y con los debidos atributos y estimularlos para que soliciten empleo en la organización. Igualmente, puede ser definido como el proceso de identificar y atraer a la organización a solicitantes capacitados e idóneos.
Reclamo	Es un pedido que se realiza a modo de exigencia, una queja o disconformidad por una demanda insatisfecha, un mal trato, un daño,
Redes empresariales globales	Son alianzas que se crean entre empresas pequeñas y medianas (PYMES) con el fin de lograr un interés común.
Redes sociales	Es una estructura social integrada por personas, organizaciones o entidades que se encuentran conectadas entre sí por una o varios tipos de relaciones como ser: relaciones de amistad, parentesco, económicas, relaciones sexuales, intereses comunes, experimentación de las mismas creencias.
Relación laboral	Son aquellas que se establecen entre el trabajo y el capital en el proceso productivo. En esa relación, la persona que aporta el trabajo se denomina trabajador, en tanto que la que aporta el capital se denomina empleador, patronal o empresario.
Representación gráfica	Es un tipo de representación de datos, generalmente numéricos, mediante recursos visuales (líneas, vectores, superficies o símbolos), para que se manifieste visualmente la relación matemática o correlación estadística que guardan entre sí.
Responsabilidad social	Es el compromiso, obligación y deber que poseen los individuos, miembros de una sociedad o empresa de contribuir voluntariamente para una sociedad más justa y de proteger el ambiente.
Salud ocupacional	Es una actividad multidisciplinaria que promueve y protege la salud de los trabajadores. Esta disciplina busca controlar los accidentes y las enfermedades mediante la reducción de las condiciones de riesgo.
Selección de personal	Es un proceso mediante el cual una empresa o una entidad que reemplaza al área de recursos humanos de una compañía se encarga de elegir a los empleados ideales para uno o varios puestos de trabajo.
Sexismo	Actitud discriminatoria de quien infravalora a las personas del sexo opuesto o hace distinción de las personas según su sexo.
Sistema de control	Es un conjunto de dispositivos encargados de administrar, ordenar, dirigir o regular el comportamiento de otro sistema, con el fin de reducir las probabilidades de fallo y obtener los resultados deseados.

Concepto	Definición
Sistemas de operación	Sistema que actúa como un administrador de recursos y los asigna a procesos y usuarios específicos como sea necesario para que ellos realicen sus tareas.
Sistemas de producción	Se refiere a una serie de elementos organizados, relacionados y que interactúan entre ellos, y que van desde las máquinas, las personas, los materiales, e incluso hasta los procedimientos y el estilo del management.
Sistema de servucción	Como el proceso de elaboración de un servicio, es decir, toda la organización de los elementos físicos y humanos en la relación cliente-empresa, necesaria para la realización de la prestación de un servicio y cuyas características han sido determinadas desde la idea concebida, hasta la obtención del resultado como tal (el servicio).
Sistema de Ventas Sandler	Sistema que promueve las actividades post-venta "asegurarán" la venta y facilitarán la transición de la relación comprador-vendedor a colaboradores que trabajan para lograr una meta en común.
Solicitud de empleo	Es el documento por medio del cual un aspirante se postula a un puesto de trabajo en una empresa.
Sub cultura	Se constituye de un grupo de personas con un conjunto distintivo e comportamientos y creencias que les diferencia dentro de la cultura dominante de la que forman parte.
Talento humano	Son la personas inteligentes o aptas para determinada ocupación; inteligente, en el sentido que entiende y comprende, tiene la capacidad de resolver problemas dado que tiene las habilidades, destrezas y experiencia necesario para ello, apta en el sentido que puede operar competentemente en una actividad debido a su capacidad y disposición para el buen desempeño de la ocupación.
Transcultural	La transculturación es un fenómeno que ocurre cuando un grupo social recibe y adopta las formas culturales que provienen de otro grupo. La comunidad, por lo tanto, termina sustituyendo en mayor o menor medida sus propias prácticas culturales.
Transformación curricular	Es un área importante de la Reforma Educativa que organiza en forma curricular el Sistema Educativo Nacional por niveles, ciclos y grados / etapas además de principios, finalidades y políticas que responden a las demandas del contexto sociocultural.
Telecomunicaciones	Sistema de comunicación a distancia que se realiza por medios eléctricos o electromagnéticos.
Utilidades	Se conoce como ganancia económica o beneficio económico a la utilidad que obtiene el actor de un proceso económico, comercial o productivo.




Concepto	Definición
Vacaciones	Suspensión temporal del trabajo, de los estudios o de otras actividades habituales para descansar.
Valores culturales	Son aquellos que representan un conjunto de creencias, lenguas, costumbres, tradiciones y relaciones que identifican a una sociedad o grupo de personas.
Ventaja comparativa	Es la capacidad de una persona, empresa o país para producir un bien utilizando relativamente menos recursos que otro.
Ventaja competitiva	Es cualquier característica de una empresa, país o persona que la diferencia de otras colocándole en una posición relativa superior para competir.
Ventas	Es el proceso personal o impersonal por el que el vendedor comprueba, activa y satisface las necesidades del comprador para el mutuo y continuo beneficio de ambos (del vendedor y el comprador)
Violencia contra las mujeres	Es la que se ejerce por su condición de mujer. Siendo ésta «consecuencia de la discriminación que sufre tanto en leyes como en la práctica, y la persistencia de desigualdades por razones de género

Fuente: Dirección de Educación Técnica y Capacidades Emprendedoras, Depto. Especialidades Técnicas, Sección Curricular, 2019.



Apéndices

Estándar de cualificación

 <p style="text-align: right;">FR MNC 03 EDICIÓN 02 Aprobado 12/08/2019</p> <p style="text-align: center;">CATÁLOGO DE CUALIFICACIONES DE LA EDUCACIÓN Y FORMACIÓN TÉCNICA PROFESIONAL DE COSTA RICA</p> <p style="text-align: center;">Estándar de Cualificación</p> <p style="text-align: center;">Mercadeo</p> <p style="text-align: center;">Código 0414-13-01-4</p> <p style="text-align: center;">Versión 01</p> <p style="text-align: center;">Octubre, 2020</p> 	 <p style="text-align: right;">Mercadeo 0414-13-01-4</p> <p>EL MARCO NACIONAL DE CUALIFICACIONES DE LA EDUCACIÓN Y FORMACIÓN TÉCNICA PROFESIONAL DE COSTA RICA</p> <p>Aprobación</p> <p>El Marco Nacional de Cualificaciones de la Educación y Formación Técnica Profesional de Costa Rica (MNC-EFTP-CR) fue aprobado en la sesión N° 37-2016, celebrada por el Consejo Superior de Educación el día 18 de julio del 2016, mediante acuerdo N° 06-37-2016 y actualizado en el acuerdo N° 04-60-2019, según consta en el Decreto Ejecutivo N° 39831-MEP-MTSS, el cual fue publicado el martes 6 de setiembre del 2016 en el Alcance N° 161A de la Gaceta.</p> <p>En cuanto a su definición, propósito general y componentes, el documento del MNC-EFTP-CR (2019), en su Capítulo III, establece:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definición <p>El Marco Nacional de Cualificaciones de Educación y Formación Técnica Profesional de Costa Rica (MNC-EFTP-CR) es la estructura reconocida nacionalmente, que norma las cualificaciones y las competencias asociadas a partir de un conjunto de criterios técnicos contenidos en los descriptores, con el fin de guiar la formación; clasificar las ocupaciones y puestos para empleo; y facilitar la movilidad de las personas en los diferentes niveles; todo lo anterior de acuerdo con la dinámica del mercado laboral. (p.31)</p> • Propósito general <p>El MNC-EFTP-CR norma el subsistema de educación y formación técnica profesional, a través de la estandarización de los niveles de formación, descriptores, duración y perfiles de ingreso y egreso de la formación, entre otros. Establece la articulación vertical y horizontal en el sistema educativo costarricense y orienta la atención de la demanda laboral. Además, asocia las cualificaciones con campos de la educación establecidos en la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación (CINE-F-2013) y la normativa salarial (p.30)</p> <p style="text-align: right;">Página 2 de 22</p>
---	---





Mercadeo
0414-13-01-4

• Componentes

El MNC-EFTP-CR establece un sistema de nomenclatura de cinco niveles de técnico. Cada nivel de cualificación cuenta con su respectivo descriptor, requisito mínimo de escolaridad para el ingreso, rango de duración del plan de estudios y requisito mínimo de escolaridad para la titulación. (p.32)

Con respecto a los Estándares de cualificación y al Catálogo Nacional de Cualificaciones (CNC) el MNC-EFTP-CR, establece:

Los estándares pueden entenderse como definiciones de lo que una persona debe saber, hacer, ser y convivir para ser considerado competente en un nivel de cualificación. Los estándares describen lo que se debe lograr como resultado del aprendizaje de calidad.

El estándar de cualificación es un documento de carácter oficial aplicable en toda la República de Costa Rica, establece los lineamientos para la formulación y alineación de los planes de estudios y programas de la EFTP, que se desarrollan en las organizaciones educativas.

El Catálogo Nacional de Cualificaciones (CNC) asume la organización por campos de la educación que establece la CINE-F-2013, agregando el Campo de la Oferta Educativa y se subdivide en Campo Profesión y el Campo Cualificación reconocida a nivel nacional e internacional, las cuales son asociadas al Clasificador de Ocupaciones de Costa Rica (COCR) u otros.

La metodología incorpora la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación (CINE-F-2013)¹ con el objetivo de codificar las cualificaciones para el Catálogo Nacional de Cualificaciones de EFTP, normalizar la oferta educativa y los indicadores de la estadística de la EFTP en el ámbito nacional e internacional.

¹ Hace referencia a: Campos de Educación y Capacitación 2013 de la CINE (ISCED-F-2013)



Mercadeo
0414-13-01-4

El Campo Detallado

Según Clasificación Internacional Normalizada de la Educación, Campos de la Educación y la Formación 2013 (CINE-F 2013) – Descripción de los campos detallados, el campo detallado 0414 Mercadotecnia y publicidad incluye:

• Relaciones públicas Mercadotecnia y publicidad es el estudio de la promoción de los procesos de intercambio de bienes y servicios entre organizaciones y / o individuos, y el estudio del comportamiento y requerimientos del consumidor. Incluye el estudio del papel del desarrollo de productos, la fijación de precios, la distribución, la promoción y las ventas con el fin de maximizar el rendimiento empresarial.

Los programas y certificaciones con los siguientes contenidos principales se clasifican aquí:

- Publicidad
- Comportamiento del consumidor
- Investigación de mercado
- Mercadotecnia
- Comercialización



Mercadeo
0414-13-01-4

CRÉDITOS

Elaboración

- ✓ **Personas que representan a las organizaciones, instituciones y empresas que participaron en la elaboración del Estándar de Cualificación³**

Annabelle Durán Quesada. Automercado SA.
Carlos Verand. Innovaciones Estratégicas JN SA.
Jean Jacques Oguilve Pérez. Universidad Nacional
Katherine Arana. Cámara de Industrias de Costa Rica
Katie Silvia Mauricio Vásquez. Universidad Nacional
María Elena Molina Cabezas. Grupo Purdy Motors
Mónica Quesada Vega. Smart Learning
Nelson Rojas Chacón. Universidad de Iberoamérica
Rose Mará Rojas Campbell. Grupo Purdy Motors
Iliana Ulate Soto. Universidad Nacional
Katie Silvia Mauricio Vásquez. Universidad Nacional
Jeffrey Cascante Bolaños. Instituto Nacional de Aprendizaje
Johanna Vanessa León Ureña. Instituto Nacional de Aprendizaje

- ✓ **Personas que representan a las organizaciones, instituciones y empresas que participaron en la validación del Estándar de Cualificación:**

Carlos Eduarte Rojas. Artesanías Flor de Luna / Bolsos y Accesorios Sibö
Cinthya Sanchez Solís. Motocicletas Euromot
Ericka Maroto Barrios. Imagen Soluciones y Más S.A.
Juana Ibáñez Blandón. CoopenaE R.L.
Juan Gabriel Carvajal González. Pizzería Picola Pizza Pub
Juan Carlos García Quesada. Hidenita Sociedad Anónima
Jorge Solano Alvarado. Filtros JSM S.A

³ Se anexa el listado de organizaciones, instituciones y empresas, Informante clave, durante el proceso de elaboración del Estándar de Cualificación.



Mercadeo
0414-13-01-4

José Enrique Barrantes Ramírez. Granja Avícola Los Once, S.A.

Karen Vargas salas. Laboratorio el Maná

Karla Miranda. Banco Popular

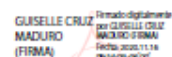
Rebeca Hernandez Alfaro. Once Mil Uno S.A

- ✓ **Personas que representan la Instancia de Gestión y Registro de Estándares de Cualificación que asesoraron durante el proceso:**

Laura Vargas Jiménez. MNC

Nelly Izquierdo Candiotti. MNC

Aprobación


GUISELLE CRUZ MADURO
(FIRMA)

Nombre y firma de Ministro de Educación

Sello

Pública, presidenta de la CIES

Acuerdo de aprobación oficial

El presente Estándar de Cualificación fue aprobado por la Comisión Interinstitucional para la Implementación y Seguimiento del Marco Nacional de Cualificaciones de la Educación y Formación Técnica Profesional de Costa Rica, mediante el Acuerdo N° 01-03-2020, el día treinta del mes octubre del año dos mil veinte.





Mercadeo
0414-13-01-4

I. IDENTIFICACIÓN DE LA CUALIFICACIÓN

1) Código Cualificación: 0414-13-01-4	
2) Cualificación (Nombre): Mercadeo	
3) Nivel de cualificación: Técnico 4	
4) Campo Amplio: 04 Administración de Empresas y Derecho	5) Campo Específico: 041 Educación comercial y Administración.
6) Campo Detallado: 0414 mercadotecnia y Publicidad	7) Campo Profesión: 0414-13 Comercio y marketing
8) Campo Cualificación: 0414-13-01 Mercadeo	9) Tiempo de Vigencia del Estándar de Cualificación: 3 años
10) Fecha de actualización: octubre 2025	11) Nivel de escolaridad requerido para el ingreso: III Ciclo Educación General Básica
12) Nivel de escolaridad requerido para la titulación: Educación Diversificada	
13) Competencia General: Desarrollar acciones de planeación estratégica de mercadeo, según indicaciones recibidas, políticas de la organización, con ética y profesionalismo, promoviendo el cumplimiento de la normativa, buenas prácticas y un ambiente de sana convivencia, asimismo, coordinando con los niveles jerárquicos la solución de problemas.	
14) Competencias específicas de otros estándares de cualificación requeridas para la titulación de este:	
0414-13-01-1 Ventas	
CE1 Ejecutar estrategias de identificación de mercados potenciales, según procedimientos establecidos por la organización.	
CE2 Desarrollar las ventas de bienes y servicios, mediante técnicas asertivas, según el canal, procedimientos y políticas establecidas por la organización.	

Página 7 de 22



Mercadeo
0414-13-01-4

0414-13-01-2 Mercadeo Comercial

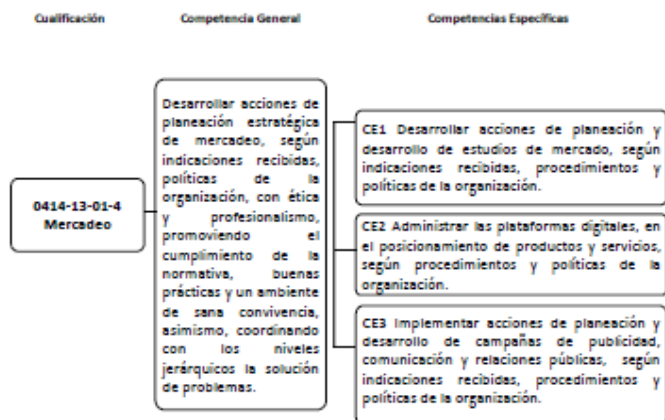
- CE1 Gestionar los inventarios en puntos comerciales, de acuerdo con las normas y políticas de la organización.
- CE2 Ejecutar la planificación, coordinación e implementación de las estrategias de promoción en puntos comerciales, según políticas de la organización.
- CE3 Desarrollar diagnósticos de necesidades, conducta de los consumidores y acciones de los competidores, según plan de mercadeo.

Página 8 de 22



Mercadeo
0414-13-01-4

15) Mapa de la Cualificación:



Página 9 de 22



Mercadeo
0414-13-01-4

II. DESCRIPCIÓN DE LAS COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Competencias específicas (CE)	Resultados de aprendizaje ¹
CE1 Implementar acciones de planeación y desarrollo de estudios de mercado, según indicaciones recibidas, procedimientos y políticas de la organización.	<p>La persona es competente cuando:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Comprende fundamentos de estadística descriptiva acorde a la demanda de los diversos estudios de mercado que requiere la organización. 2. Analiza las necesidades de investigación de mercados y metodologías utilizadas, según las demandas de información de las organizaciones para la toma de decisiones. 3. Describe los tipos y enfoques de investigación de mercados, según el diseño metodológico del estudio correspondiente. 4. Analiza objetivos, variables e indicadores en investigaciones de mercado, de acuerdo con los fines por los cuales se plantea el estudio de mercado. 5. Elabora propuestas de estudios de mercado, según necesidades y procedimientos de la organización. 6. Elabora presupuestos para el desarrollo de investigaciones de mercado, según la metodología establecida. 7. Planifica el desarrollo de estudios de mercado, según indicaciones y procedimientos de la organización. 8. Establece las técnicas para la recolección de información en investigaciones de mercado, según la

¹ Resultados de aprendizaje según elementos del descriptor: Aplicación y saberes disciplinares.

Página 10 de 22





Mercadeo
0414-13-01-4

- metodología establecida y objetivos del estudio de mercadeo.
9. Elabora propuestas de instrumentos para la recolección de información, según el tipo de investigación de mercado.
 10. Emplea herramientas tecnológicas en la recolección y análisis de datos en investigaciones de mercado.
 11. Elabora informes de resultados de investigaciones de mercado, según los procedimientos de la organización.
 12. Promueve el manejo ordenado y responsable de la documentación, según procedimientos establecidos por la organización.
 13. Plantea mejoras al proceso de planeación y desarrollo de estudios de mercado, en atención a las políticas y procedimientos establecidos por la organización.

EVALUACIÓN DEL LOGRO DE LA COMPETENCIA ESPECÍFICA N°1

Evidencias CE1

Conocimiento:

- ✓ Fundamentos de estadística descriptiva.
- ✓ Necesidades de investigación de mercados y metodologías utilizadas.
- ✓ Tipos y enfoques de investigación de mercados.
- ✓ Objetivos, variables e indicadores en investigaciones de mercado.
- ✓ Planificación para el desarrollo de estudios de mercado.
- ✓ Técnicas para la recolección de información en investigaciones de mercado.

Página 11 de 22



Mercadeo
0414-13-01-4

- | | |
|-------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Mejoras al proceso de planeación y desarrollo de estudios de mercado. |
| Desempeño: | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Emplea herramientas tecnológicas en la recolección y análisis de datos en investigaciones de mercado. ✓ Promueve el manejo ordenado y responsable de la documentación. <p><i>Nota:</i> Los desempeños los realiza según indicaciones recibidas, políticas de la organización, con ética y profesionalismo, promoviendo el cumplimiento de la normativa, buenas prácticas y un ambiente de sana convivencia, asimismo, coordinando con los niveles jerárquicos la solución de problemas.</p> |
| Producto: | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Propuestas de estudios de mercado. ✓ Presupuesto para el desarrollo de investigaciones de mercado. ✓ Propuesta de instrumentos para la recolección de información. ✓ Informes de resultados de investigaciones de mercado. <p><i>Nota:</i> Los productos los realiza, según indicaciones recibidas, procedimientos y políticas de la organización.</p> |

Competencias específicas (CE)

CE2 Administrar las plataformas digitales, en el posicionamiento de productos y servicios, según procedimientos y políticas de la organización.

Resultados de aprendizaje

La persona es competente cuando:

1. Comprende el entorno de mercadeo digital, redes sociales y lenguaje técnico de mercadeo digital y programación Web.

Página 12 de 22





Mercadeo
0414-13-01-4

2. Administra las redes sociales, según políticas de la organización.
3. Utiliza herramientas tecnológicas en la aplicación de las estrategias de mercadeo, según los objetivos establecidos por la organización.
4. Comprende el entorno y lenguaje técnico de diseño gráfico en la aplicación de las estrategias de mercadeo.
5. Planifica la ejecución de la campaña mediante cronogramas de publicaciones establecidos por la organización.
6. Ejecuta campañas publicitarias en plataformas digitales, según objetivos de la organización.
7. Analiza las métricas de plataformas digitales, de acuerdo con la estrategia de mercadeo.
8. Elabora informes de resultados de campañas realizadas en mercadeo digital.
9. Promueve mejoras al proceso de administración de plataformas digitales, según campañas de mercadeo digital.

EVALUACIÓN DEL LOGRO DE LA COMPETENCIA ESPECÍFICA N°2

Evidencias CE2

Conocimiento:

- ✓ Entorno de mercadeo digital, redes sociales y lenguaje técnico de mercadeo digital y programación Web.
- ✓ Entorno y lenguaje técnico de diseño gráfico en la aplicación de las estrategias de mercadeo.
- ✓ Métricas de plataformas digitales.

Página 13 de 22



Mercadeo
0414-13-01-4

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mejoras al proceso de administración de plataformas digitales.
Desempeño:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Administra las redes sociales, según políticas de la organización. ✓ Utiliza herramientas tecnológicas en la aplicación de las estrategias de mercadeo. ✓ Ejecuta campañas publicitarias en plataformas digitales. <p><i>Nota:</i> Los desempeños los realiza según indicaciones recibidas, políticas de la organización, con ética y profesionalismo, promoviendo el cumplimiento de la normativa, buenas prácticas y un ambiente de sana convivencia, asimismo, coordinando con los niveles jerárquicos la solución de problemas.</p>
Producto:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Planifica la ejecución de la campaña mediante cronogramas de publicaciones establecidos por la organización. ✓ Informe de resultados de campañas realizadas en mercadeo digital. <p><i>Nota:</i> Los productos los realiza, según procedimientos y políticas de la organización.</p>
Competencias específicas (CE)	Resultados de aprendizaje
CE3 Implementar acciones de planeación y desarrollo de campañas de publicidad, comunicación y relaciones públicas, según	<p>La persona es competente cuando:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Caracteriza tipos de campañas de publicidad, comunicación y relaciones públicas, según políticas de la organización.

Página 14 de 22





Mercadeo
0414-13-01-4

indicaciones recibidas, procedimientos y políticas de la organización.

2. Analiza medios de comunicación idóneos, según objetivo de la campaña de publicidad, comunicación y relaciones públicas.
3. Planifica el desarrollo de campañas de publicidad, comunicación y relaciones públicas, según indicaciones y procedimientos de la organización.
4. Elabora presupuestos para el desarrollo de campañas de publicidad, comunicación y relaciones públicas, según procedimientos establecidos por la organización.
5. Establece técnicas de negociación en el desarrollo de campañas de publicidad, comunicación y relaciones públicas, según procedimientos establecidos por la organización.
6. Verifica el desarrollo de la campaña de publicidad, comunicación y relaciones públicas, de acuerdo con los procedimientos de la organización.
7. Emplea herramientas tecnológicas en la medición de resultados de las campañas de publicidad, comunicación y relaciones públicas, según procedimientos establecidos por la organización.
8. Utiliza herramientas tecnológicas en la tabulación de datos de la campaña de publicidad, comunicación y relaciones públicas, según procedimientos establecidos por la organización.
9. Elabora informes de resultados de campañas de publicidad, comunicación y relaciones públicas, según procedimientos de la organización.

Página 15 de 22



Mercadeo
0414-13-01-4

10. Promueve el manejo ordenado y responsable de la documentación, según procedimientos establecidos por la organización.
11. Plantea mejoras al proceso de planeación y desarrollo de campañas de publicidad, comunicación y relaciones públicas, en atención a las políticas y procedimientos establecidos por la organización.

EVALUACIÓN DEL LOGRO DE LA COMPETENCIA ESPECÍFICA N°3	
Evidencias CEB	
Conocimiento:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tipos de campañas de publicidad, comunicación y relaciones públicas. ✓ Medios de comunicación idóneos. ✓ Planificación para el desarrollo de campañas de publicidad, comunicación y relaciones públicas. ✓ Mejoras al proceso de planeación y desarrollo de campañas de publicidad, comunicación y relaciones públicas.
Desempeño:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Establece técnicas de negociación en el desarrollo de campañas de publicidad, comunicación y relaciones públicas. ✓ Verifica el desarrollo de la campaña de publicidad, comunicación y relaciones públicas. ✓ Emplea herramientas tecnológicas en la medición de resultados de las campañas de publicidad, comunicación y relaciones públicas.

Página 16 de 22





Mercadeo
0414-13-01-4

- ✓ Utiliza herramientas tecnológicas en la tabulación de datos de la campaña de publicidad, comunicación y relaciones públicas.
- ✓ Promueve el manejo ordenado y responsable de la documentación.

Nota: Los desempeños los realiza según indicaciones recibidas, políticas de la organización, con ética y profesionalismo, promoviendo el cumplimiento de la normativa, buenas prácticas y un ambiente de sana convivencia, asimismo, coordinando con los niveles jerárquicos la solución de problemas.

Producto:

- ✓ Presupuestos para el desarrollo de campañas de publicidad, comunicación y relaciones públicas.
- ✓ Informes de resultados de campañas de publicidad, comunicación y relaciones públicas.

Nota: Los productos los realiza , según indicaciones recibidas, procedimientos y políticas de la organización.

III. RESULTADOS DE APRENDIZAJE TRANSVERSALES A TODAS LAS COMPETENCIAS ESPECÍFICAS⁴

- ✓ Promueve el cumplimiento las normas de salud ocupacional, según protocolos establecidos por la organización.
- ✓ Aplica principios de atención al cliente interno y externo.
- ✓ Emplea tecnologías de la información y comunicación aplicadas al mercadeo.
- ✓ Promueve el cumplimiento de normas de aseguramiento de la calidad en los procesos de mercadeo.

⁴ Resultados de aprendizaje según elementos del descriptor: Autonomía y responsabilidad, Interacción profesional, cultural y social. Además, se deben considerar para cada Estándar de Cualificación en particular, se requieren algunos de los siguientes: salud ocupacional, sostenibilidad ambiental, servicio a la clientela, calidad, emprendedurismo, innovación, entre otros. En este apartado se incluyen los resultados de aprendizaje de una lengua extranjera. Para efectos del diseño curricular, los resultados de aprendizaje transversales deben integrarse y evaluarse en cada competencia específica.



Mercadeo
0414-13-01-4

- ✓ Redacta informes técnicos, atendiendo las normas de redacción y ortografía del idioma oficial.
- ✓ Evidencia una comunicación asertiva, trabajo en equipo, orientación a los resultados, profesionalismo y un aprendizaje permanente.
- ✓ Promueve iniciativas de proyectos propios y en el lugar de trabajo con ética y responsabilidad.

En relación con la adquisición de una lengua extranjera (inglés) y la aplicación en la cualificación "Mercadeo 0414-13-01-4". La persona:

Comprensión Auditiva:

- ✓ Reconoce información sobre temas cotidianos o laborales identificando mensajes generales y detalles específicos, en tanto el discurso sea articulado claramente y con un acento conocido.

Comprensión de Lectura:

- ✓ Reconoce textos sencillos sobre hechos concretos que tratan sobre temas relacionados con su especialidad, con un nivel de comprensión satisfactorio.

Expresión Escrita:

- ✓ Redacta textos enlazados y en secuencia, sobre temas que son conocidos o de interés personal, uniendo una serie de elementos cortos de manera coherente.

Expresión Oral:

- ✓ Comunica información sobre una variedad de temas dentro de su campo de interés, de manera fluida y coherente.

IV- CONTEXTO LABORAL:

16) Condiciones del contexto laboral:

- ✓ Trabajar bajo presión.
- ✓ Trabajar en horarios variados y extensos.
- ✓ Visitar ocasionalmente diferentes regiones del país.





Mercadeo
0414-13-01-4

17) **Ámbito de aplicación de la cualificación:**

- ✓ Departamento de mercadeo en organizaciones pequeñas, medianas y grandes, ya sean públicas o privadas.

18) **Ocupaciones asociadas a este Estándar de Cualificación (EC) de acuerdo con Clasificador de Ocupaciones de Costa Rica (COCR):**

- ✓ COCR-2011/ 2431 Profesionales de la publicidad y la comercialización.
- ✓ COCR-2011/ 3316 Técnicos y Asistentes en Administración y Economía.
- ✓ COCR-2011/ 3711 Técnicos y asistentes en relaciones públicas y publicidad.
- ✓ COCR-2011/ 4227 Entrevistadores de encuestas y de investigaciones de mercado.

19) **Estándares de Cualificación vinculados y contenidos en el Catálogo de Cualificaciones de la EFTP-CR:**

- ✓ 0414-13-01-1 Ventas
- ✓ 0414-13-01-2 Mercadeo Comercial
- ✓ 0414-13-01-3 Mercadeo

20) **Estándares de Cualificación internacionales relacionados:**

- ✓ COM652_3 - Gestión de marketing y comunicación (INCUAL)

Página 19 de 22



Mercadeo
0414-13-01-4

V- EMISIÓN DE DIPLOMA

La persona que apruebe un Programa educativo que haya sido diseñado a partir del presente Estándar de Cualificación, según el Marco Nacional de Cualificaciones de la Educación y Formación Técnica Profesional de Costa Rica, se hace acreedora al diploma de:

Mercadeo 0414-13-01-4	TÉCNICO 4
Nombre de la cualificación	Nivel de cualificación

Esta cualificación certifica que la persona es competente para:

Desarrollar el proceso de mercadotecnia en organizaciones con distintos giros de negocio, según planificación estratégica, normas, reglamentos, políticas y derechos comerciales que rigen en este campo; con ética en las funciones que desempeña y en la solución de problemas, mediante una comunicación respetuosa, asertiva y propositiva.

Página 20 de 22



Mercadeo
0414-13-01-4

VI. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Terminología asociada a la cualificación:

- ✓ **Canales de distribución:** Conjunto de organizaciones independientes, involucradas en el proceso de poner el producto o servicio a la disposición del consumidor o del usuario, para su utilización o su consumo. (Phillip y Armstrong, 2003. p. 334).
- ✓ **Ciclo de vida de un producto:** Curso que siguen las ventas y las utilidades de un producto a lo largo de su vida. Implica cinco etapas, desarrollo, introducción, crecimientos, madurez y decadencia. (Phillip y Armstrong, 2003. p. 298).
- ✓ **Fuerza de ventas:** Organización de la fuerza de ventas que asigna a cada vendedor un área geográfica exclusiva para que venda toda la línea de productos y servicios de la compañía a todos los clientes. (Phillip y Armstrong, 2003. p. 371).
- ✓ **Herramientas ofimáticas:** Permiten idear, crear, almacenar y manipular información, pero deben estar las computadoras sí o sí conectadas a una red de Internet. La estructura ofimática suele estar constituida por las computadoras y sus periféricos. Toda actividad que se realice manualmente dentro de un complejo de oficinas puede realizarse con las herramientas de la ofimática de forma mucho mejor, más simple y rápida. (Concepto de Ofimática, s.f. párr. 2-3)
- ✓ **Mercadotecnia:** La mercadotecnia o el mercadeo es un proceso administrativo por medio del cual los individuos y los grupos obtienen lo que necesitan y desean mediante creación el intercambio de productos y valor con otros. (Phillip y Armstrong, 2003. p. 14).
- ✓ **Ofimática:** Conjunto de herramientas de informática que se utilizan para optimizar, mejorar y automatizar los procedimientos que se realizan en una oficina. La palabra ofimática es un acrónimo formado por oficina e informática. (Concepto de Ofimática, s.f. párr. 1)
- ✓ **Plataformas digitales:** Una plataforma digital es un medio para cimentar e impulsar nuevas formas de pensar (y mantener) las relaciones humanas – ya sean sociales, educativas o comerciales, por mencionar algunas. La tecnología, especialmente cuando se aplica al desarrollo de empresas y personas, puede favorecer ganancias expresivas y escalables. (Aprende qué son... s.f. párr.1-2)

Página 21 de 22



Mercadeo
0414-13-01-4

- ✓ **Producto:** Cualquier cosa que se pueda ofrecer en el mercado para atraer la atención, para su adquisición, su empleo, o consumo, que podría satisfacer un deseo o una necesidad incluye objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas. (Phillip y Armstrong, 2003. p. 7).
- ✓ **Redes sociales:** Comunidades formadas por diferentes usuarios y organizaciones que se relacionan entre sí en plataformas de Internet. En redes sociales como Facebook, Twitter, Google + o LinkedIn, se pueden formar grupos y compartir información y elementos multimedia como imágenes o videos. Esto, según los intereses de los usuarios. Cada red social tiene sus objetivos y usos particulares, además de que el contenido debe adaptarse a cada una de ellas. Por ejemplo, Facebook es una red social muy útil para contactar amigos, conocer gente con los mismos intereses y crear páginas de empresas. Esto último, para mejorar el branding y posicionamiento. (Peiró, s.f. párr. 1-4)
- ✓ **Rotación de productos:** La rotación de productos, o rotación de inventario, es una medida de la velocidad en que una empresa vende los productos o el inventario que tiene a la mano. ¿Qué es la ..., s.f. párr.1)
- ✓ **Segmentación de mercados:** La división de un mercado en grupos distintos de compradores con diferentes necesidades, características y conductas. (Phillip y Armstrong, 2003. p. 30).

Página 22 de 22