

**Green Entrepreneurship Training (GET-UP) Project**

**03-desarrollo del currículo**

**Unidad/módulo: Sensibilización de un negocio verde**

**Tipo de documento: Plan de sesiones del taller**

**Sesión 1: ¿Qué es?**

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

<b>Objetivo general:</b>	El objetivo de este taller es introducir lo que se entiende por crear conciencia de un negocio verde. Al hacerlo, el taller le permitirá: (i) reflexionar sobre cómo aumentar la conciencia de la empresa contribuye a la entrega de la propuesta de valor de la empresa y (II) entender las necesidades y deseos de sus clientes.
<b>Resultados de aprendizaje:</b>	LO1: entender lo que se entiende por crear conciencia en el contexto de iniciar y desarrollar un negocio verde LO2: comprender el impacto del entorno empresarial al desarrollar una propuesta de valor para un negocio verde LO3: ser capaz de analizar los mercados y las necesidades de los clientes

Tiempo	Resultado del aprendizaje	Entrada	Diapositivas	Actividades de aprendizaje y evaluación
09.30-09.45	-	<p><b>Visión general del taller</b></p> <p>Presentar la sesión, el tema del taller, la agenda y debatir las expectativas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>A través del rompehielos, reflexionar sobre lo que queremos decir al crear conciencia de un negocio verde y la importancia de entender tu propuesta de valor en el desarrollo y la gestión de un negocio verde</li> </ul>		<p>Introducción de los participantes</p> <p>Rompehielos – ¿qué significa para ti aumentar la conciencia en ¿iniciando y administrando su propio negocio?</p>
09.45-10.00	LO1	<p><b>¿Qué es?</b></p> <p>Introducir el concepto de marketing como una lente para desempacar lo que queremos decir con la comercialización</p> <p>Revisar las definiciones más comúnmente utilizadas de marketing</p> <p>Utilice las definiciones para esbozar la diferencia entre la comercialización y la venta</p> <p>Identificar la importancia de entender al cliente en la toma de decisiones sobre cómo comercializar un negocio verde</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Usando la cita de Robert Craven, revise el valor del marketing como una actividad empresarial</li> </ul>		<p>Completar la actividad 1 ⇒ Utilizando materiales sobre las actividades de las pequeñas y grandes empresas de la economía verde, los participantes identifican las similitudes y diferencias en las actividades de marketing de las pequeñas y grandes empresas. Reflexionar sobre los resultados a la luz de la cita de Craven</p>
10.00-10.50	LO2	<p><b>Comprender el entorno empresarial para las empresas verdes</b></p>		<p>Actividad completa 2 ⇒ En grupos de 3 a 4, complete un</p>

		<p>Revisar las principales partes interesadas en el inicio y desarrollo de un negocio verde y su influencia en el desarrollo de la empresa Introducir al cliente como interlocutor y gestionar la relación con el cliente como fuente de datos y conocimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducir el marco de la maja como una forma de entender el impacto del entorno empresarial</li> </ul>		<p>detallado análisis del ambiente de negocios para negocios verdes [en un país – por ejemplo, el Reino Unido]. El análisis debe completarse en rotafolios para que el contenido pueda ser utilizado en otras secciones del taller.</p>
10.50-11.00		<b>Té y café</b>		
11.00-11.30	LO2	<p><b>¿Cuál es su propuesta de valor?</b> Introducir el modelo de negocio y diferentes bloques de creación de un modelo de negocio Introducir el concepto de la propuesta de valor y su centralidad al modelo de negocio para un negocio verde</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desempaquetar cómo desarrollar una propuesta de valor para un negocio verde-por ejemplo, a través de la comprensión de la competencia y la participación con las partes interesadas de la empresa acerca de por qué se involucran con el negocio</li> </ul>		<p>Completa actividad 3 ⇨ A los participantes a desarrollar una propuesta de valor y luego presentarla a otros participantes. Facilitar a otros participantes la prueba de la presentación de la propuesta de valor</p>
11.30-12.15	LO3	<p><b>Comprensión de las necesidades de sus clientes</b> Explore las diferencias entre necesidades y deseos Revisar la importancia de segmentar la base de</p>		<p>Completa actividad 4 ⇨ Participantes a reflexionar sobre los clientes de su negocio y emprender una</p>

		<p>clientes de un negocio verde Esbozar los diferentes criterios que se pueden utilizar para segmentar a los clientes de un negocio verde Introducir diferentes marcos que pueden ser utilizados para segmentar a los clientes de un negocio verde</p>		<p>segmentación informal. Facilitar una discusión de grupo sobre cuestiones clave que surjan del mapeo. Los resultados se pueden utilizar para apuntalar la tarea</p>
12.15-12.30	-	<p><b>Resumen y deberes</b> Proporcionar un resumen de las cuestiones clave para emerger del taller, incluyendo: lo que queremos decir al crear conciencia de un negocio, la importancia de desarrollar una propuesta de valor efectiva, la diferencia entre necesidades y deseos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Esbozar la tarea – para completar un análisis de las necesidades de los diferentes segmentos de clientes</li> </ul>		

