

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

Nombre de la asignatura	Diseño estratégico de empresas	Resultado de aprendizaje de la asignatura:	Al finalizar la asignatura, el estudiante será capaz de desarrollar capacidades fundamentales de la gestión estratégica con una visión amplia; conociendo temas esenciales de gestión positiva de la cultura, el control, la motivación y el liderazgo de las organizaciones.
Periodo	10	EAP	Ingeniería Empresarial

COMPETENCIAS	CRITERIOS	ESPECIFICACIÓN DEL NIVEL DEL LOGRO	NIVEL
Diseño y desarrollo de soluciones	C1 Análisis de necesidades y restricciones	Analiza las necesidades que requieren ser satisfechas mediante soluciones de Ingeniería, considerando las restricciones realistas.	3
	C2 Diseño de sistemas, componentes o procesos	Diseña y desarrolla un componente, sistema o proceso considerando los recursos pertinentes y las restricciones realistas.	3

Unidad 1		Nombre de la unidad	Introducción al diseño de las organizaciones	Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la Unidad, el estudiante será capaz de evaluar los conceptos fundamentales de diseño estratégico en las organizaciones	Duración en horas	16	
Semana	Horas / Tipo de sesión	Temas y subtemas		Propósito	Actividades para la enseñanza - aprendizaje (Docente - Estudiante)	Recursos	Metodología / Estrategias	Actividades asincrónicas de aprendizaje autónomo (Estudiante - Aula virtual)
1	2T	- Organizaciones y teoría organizacional: fundamentales y Conceptos		- Al finalizar la sesión, el estudiante analiza los conceptos de estrategia, diseño estratégico, misión y visión empresarial, dentro de un contexto empresarial.	<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, propósito de sesión (Tormenta de ideas: Definición de estrategia). - Breve introducción de la asignatura y presentación del sílabo. - Basado en dinámicas participativas, los estudiantes comparten sus expectativas con relación al curso. - D: Explicación de los conceptos fundamentales de: Estrategia, estrategia competitiva, eficiencia operacional, diseño estratégico relacionado a los conceptos de misión, visión y objetivos empresariales. - C: Metacognición, síntesis y retroalimentación del tema fundamental: Estrategia competitiva y eficiencia operacional. <p>EVALUACIÓN DIAGNÓSTICA: Evaluación individual teórica / Prueba objetiva</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Porter, Michael (1996)- "Qué es estrategia" (material de aprendizaje). - Vassolo, Roberto, IAE Business School (material de aprendizaje). - Prueba objetiva 	Aprendizaje colaborativo	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar la evaluación diagnóstica: Prueba objetiva, que se ubica en el aula virtual. - Revisar la PPT de presentación de la asignatura y sílabo. - Revisar los materiales de aprendizaje, que se ubica en el aula virtual.
	2P	- Organizaciones y teoría organizacional: Estudio de casos			<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, propósito de sesión (casos de estudio sobre e diseño estratégico). - D: Se brindan las indicaciones a los estudiantes, referente a los casos de estudio, donde se distinguirá los diferentes conceptos de diseño estratégico, misión, visión y objetivos empresariales. - Los estudiantes presentan sus conclusiones respecto a los casos de estudios planteados - C: Se realiza preguntas de metacognición ¿Qué te llevas de lo aprendido? ¿Cómo podrías utilizar lo aprendido? ¿Por qué es beneficio para la empresa, tener claro lo que es y no es estrategia? 	<ul style="list-style-type: none"> - "Estudio de casos" (material de aprendizaje) 	Método de casos (MC)	
2	2T	- Proyección estratégica, a futuro, en las organizaciones: Modelos de negocio		<ul style="list-style-type: none"> - Al finalizar la sesión, el estudiante identifica y analiza los conceptos de modelo de negocio, exploración -explotación, empresas ambidiestras y ventajas competitivas. 	<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, propósito de sesión (Tormenta de ideas: Definición de modelos de negocio). - Basado en dinámicas participativas, los estudiantes comparten sus expectativas con relación al tema a tratar. - D: Explicación de los conceptos fundamentales de modelo de negocio, exploración -explotación, empresas ambidiestras y ventajas competitivas. - C: Metacognición, síntesis y retroalimentación del tema fundamental: Modelos de negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> - Osterwalder, Alexander (2010)- "Generación de modelos de negocio" (material de aprendizaje). - Vassolo, Roberto, IAE Business School (material de aprendizaje). 	Aprendizaje colaborativo	<ul style="list-style-type: none"> - Revisar la PPT de presentación semana 2. - Revisar los materiales de aprendizaje, que se ubica en el aula virtual.

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

	2P	- Proyección estratégica, a futuro, en las organizaciones: Estudio de casos		<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, propósito de sesión (casos de estudio sobre modelos de negocio y ventaja competitiva). - D: Se brindan las indicaciones a los estudiantes, referente a los casos de estudio, donde se distinguirá los diferentes conceptos de modelos y ventaja competitiva. Los estudiantes presentan sus conclusiones respecto a los casos de estudios planteados. - C: Se realiza preguntas de metacognición ¿Qué te llevas de lo aprendido? ¿Cómo podrías utilizar lo aprendido? ¿Por qué es beneficio para la empresa, tener claro lo que es y no modelos de negocio y sus ventajas competitivas? 	- "Estudio de casos" (material de aprendizaje)	Método de casos (MC)	
3	2T	- Proyección estratégica, a futuro, en las organizaciones: Disrupción y paradigma competitivo.	- Al finalizar la sesión, el estudiante evalúa los conceptos de disrupción, paradigma competitivo y diseño estratégico en las organizaciones.	<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, propósito de sesión (Tormenta de ideas: Definición de disrupción). - Basado en dinámicas participativas, los estudiantes comparten sus expectativas con relación al tema a tratar. - D: Explicación de los conceptos fundamentales de disrupción y paradigma competitivo. - C: Metacognición, síntesis y retroalimentación del tema fundamental: Disrupción. 	- Christensen, Clayton (1997)- "the innovator's dilemma" (material del curso)	Aprendizaje colaborativo	<ul style="list-style-type: none"> - Revisar la PPT de presentación semana 3. - Revisar los materiales de aprendizaje, que se ubica en el aula virtual.
	2P	- Proyección estratégica, a futuro, en las organizaciones: Estudio de casos		<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, propósito de sesión (casos de estudio sobre disrupción y paradigma competitivo). - D: Se brindan las indicaciones a los estudiantes, referente a los casos de estudio, donde se distinguirá los diferentes conceptos de modelos y ventaja competitiva. Los estudiantes presentan sus conclusiones respecto a los casos de estudios planteados. - C: Se realiza preguntas de metacognición ¿Qué te llevas de lo aprendido? ¿Cómo podrías utilizar lo aprendido? ¿Por qué es beneficio para la empresa, tener claro lo que es y no disrupción? 	- "Estudio de casos" (material de aprendizaje)	Método de casos (MC)	
4	2T	- Diseño de la cadena de valor en las organizaciones: Cadena de valor de la industria y cadena de valor de la empresa	- Al finalizar la sesión, el estudiante evalúa los conceptos de cadena de valor de la industria y la cadena de valor interna de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, propósito de sesión (Tormenta de ideas: Definición de cadena de valor). - Basado en dinámicas participativas, los estudiantes comparten sus expectativas con relación al tema a tratar. - D: Explicación de los conceptos fundamentales de cadena de valor de la industria y de la empresa. - C: Metacognición, síntesis y retroalimentación del tema fundamental: Cadena de valor. 	- Porter, Michael (1985)- "Ventaja competitiva" (material del curso)	Aprendizaje colaborativo	<ul style="list-style-type: none"> - Subir al aula virtual el informe de la prueba de desarrollo Unidad 1. - Revisar la PPT de presentación semana 4. - Revisar los materiales de aprendizaje, que se ubica en el aula virtual.
	2P	- Diseño de la cadena de valor en las organizaciones: Prueba de desarrollo Unidad 1.		<p>- Evaluación C1-SC1: Evaluación individual teórico-práctica / Prueba de desarrollo</p> <ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, propósito de sesión (explicación de la prueba de desarrollo Unidad 1). - D: Se brindan las indicaciones a los estudiantes, referente a la prueba de desarrollo de la Unidad 1, para que el estudiante analice y responda las preguntas planteadas. - C: Se realiza preguntas de metacognición ¿Qué te llevas de lo aprendido? ¿Qué conceptos debemos desarrollar a mayor detalle respecto a la Unidad 1? 	- "Prueba de desarrollo Unidad 1" (material de aprendizaje)	Método de casos (MC)	

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

Unidad 2		Nombre de la unidad	Gestión del líder en el entorno internacional	Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la Unidad, el estudiante será capaz de analizar los atributos de un líder estratégico para generar nuevas oportunidades en un entorno internacional.			Duración en horas	16
Semana	Horas / Tipo de sesión	Temas y subtemas	Propósito	Actividades para la enseñanza - aprendizaje (Docente - Estudiante)	Recursos	Metodología / Estrategias	Actividades asíncronas de aprendizaje autónomo (Estudiante - Aula virtual)		
5	2T	- Diseño de las organizaciones para el entorno internacional: Análisis externo		- I: Motivación, propósito de sesión (Tormenta de ideas: Análisis externo). - D: Explicación de los conceptos fundamentales de Análisis del microambiente, análisis del macroambiente, ciclo de vida de la industria. - C: Metacognición, síntesis y retroalimentación del tema fundamental: Análisis externo y herramientas.	- Porter, Michael (1979)- "Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia" (material de aprendizaje).	Aprendizaje colaborativo			
	2P	- Diseño de las organizaciones para el entorno internacional: Estudio de casos	- Al finalizar la sesión, el estudiante identifica y analiza los conceptos de análisis externo en un contexto empresarial.	- I: Motivación, propósito de sesión (casos de estudio sobre e análisis externo). - D: Se brindan las indicaciones a los estudiantes, referente a los casos de estudio, donde se distinguirá el uso de las herramientas de análisis de microambiente y macroambiente. Los estudiantes presentan sus conclusiones respecto a los casos de estudios planteados - C: Se realiza preguntas de metacognición ¿Qué te llevas de lo aprendido? ¿Cómo podrías utilizar lo aprendido? ¿Por qué es importante realizar un análisis externo para la formulación estratégica?	- "Estudio de casos" (material de aprendizaje)	Método de casos (MC)	- Revisar la PPT de presentación de la asignatura y sílabo. - Revisar los materiales de aprendizaje, que se ubica en el aula virtual.		
6	2T	- Diseño de las organizaciones para el entorno internacional: Análisis interno		- I: Motivación, propósito de sesión (Tormenta de ideas: Análisis interno). - D: Explicación de los conceptos fundamentales de Análisis de la matriz de evaluación de los factores internos (EFI), cadena de valor. - C: Metacognición, síntesis y retroalimentación del tema fundamental: Análisis interno y herramientas.	- Porter, Michael (1979)- "Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia" (material de aprendizaje).	Aprendizaje colaborativo			
	2P	- Diseño de las organizaciones para el entorno internacional: Estudio de casos	- Al finalizar la sesión, el estudiante identifica y analiza los conceptos de análisis interno en un contexto empresarial.	- I: Motivación, propósito de sesión (casos de estudio sobre e análisis externo). - D: Se brindan las indicaciones a los estudiantes, referente a los casos de estudio, donde se distinguirá el uso de las herramientas de la matriz de evaluación de los factores internos (EFI), cadena de valor. Los estudiantes presentan sus conclusiones respecto a los casos de estudios planteados - C: Se realiza preguntas de metacognición ¿Qué te llevas de lo aprendido? ¿Cómo podrías utilizar lo aprendido? ¿Por qué es importante realizar un análisis interno para la formulación estratégica?	- "Estudio de casos" (material de aprendizaje)	Método de casos (MC)	- Revisar la PPT de presentación de la asignatura y sílabo. - Revisar los materiales de aprendizaje, que se ubica en el aula virtual.		
7	2T	- Planificación, implementación y control de metas, estructuras y proyectos interfuncionales: Formulación estratégica.	- Al finalizar la sesión, el estudiante identifica y analiza los conceptos de formulación estratégica.	- I: Motivación, propósito de sesión (Tormenta de ideas: Formulación estratégica). - D: Explicación de los conceptos fundamentales de Análisis FODA, PEEA, MCPEA. - C: Metacognición, síntesis y retroalimentación del tema fundamental: Formulación estratégica y herramientas.	- Harvard Business School (2005)- "Looking outside for threats and opportunities" (material de aprendizaje). - Harvard Business School (2005)- "Looking inside for strenghts and weaknesses" (material de aprendizaje).	Aprendizaje colaborativo	- Subir al aula virtual el resultado de la rúbrica de evaluación Unidad 2. - Revisar la PPT de presentación semana 7. - Revisar los materiales de aprendizaje, que se ubica en el aula virtual.		

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

	2P	- Planificación, implementación y control de metas, estructuras y proyectos interfuncionales: Rúbrica de evaluación		Evaluación C1-SC2: Ejercicios grupales de análisis de casos de liderazgo / Rúbrica de evaluación -I: Motivación, propósito de sesión (casos de estudio sobre e formulación estratégica). -D: Se brindan las indicaciones a los estudiantes, referente a la rúbrica de evaluación, para que el estudiante analice y responda las preguntas planteadas -C: Se realiza preguntas de metacognición ¿Qué te llevas de lo aprendido? ¿Qué conceptos debemos desarrollar a mayor detalle respecto a la rúbrica de evaluación?	- "Rúbrica de evaluación" (material de aprendizaje)	Método de casos (MC)	
8	2T	- Introducción al diseño de las organizaciones - Gestión del líder en el entorno internacional	- Al finalizar la sesión, el estudiante analiza el diseño de las organizaciones y los atributos de un líder estratégico para generar nuevas oportunidades en un entorno internacional.	EVALUACIÓN PARCIAL: proyecto de negocio innovador / Rúbrica de evaluación -I: Motivación, propósito de sesión (Explicación del examen parcial). -D: Explicación de como se realizará el examen parcial y recomendaciones. C: Metacognición, síntesis y retroalimentación del tema fundamental: Examen parcial.	- "Instrucciones de rubrica de evaluación" (material de aprendizaje)	Aprendizaje orientado a proyectos (AOP)	- Subir al aula virtual el resultado de la rúbrica de evaluación Examen parcial.
	2P	- Introducción al diseño de las organizaciones - Gestión del líder en el entorno internacional		-I: Motivación, propósito de sesión (examen parcial) -D: Se brindan las indicaciones a los estudiantes, referente a la rúbrica de evaluación, para que el estudiante analice y responda las preguntas planteadas C: Se realiza preguntas de metacognición ¿Qué te llevas de lo aprendido? ¿Qué conceptos debemos desarrollar a mayor detalle respecto a la rúbrica de evaluación?	- Rúbrica de evaluación examen parcial" (material de aprendizaje)	Método de casos (MC)	

Unidad 3		Nombre de la unidad	Procesos dinámicos de cultura organizacional y cambio	Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar la cultura organizacional y la gestión del cambio en las diferentes organizaciones nacionales e internacionales.		Duración en horas	16
Semana	Horas / Tipo de sesión	Temas y subtemas	Propósito	Actividades para la enseñanza - aprendizaje (Docente - Estudiante)	Recursos	Metodología / Estrategias	Actividades asincrónicas de aprendizaje autónomo (Estudiante - Aula virtual)	
9	2T	- Gestión estratégica de la cultura en las organizaciones: Estrategias a nivel corporativo	- Al finalizar la sesión, el estudiante identifica y analiza los conceptos de las estrategias a nivel corporativo.	-I: Motivación, propósito de sesión (Tormenta de ideas: Estrategias a nivel corporativo). -D: Explicación de los conceptos fundamentales de Estrategias a nivel corporativo: Integración, diversificación, defensivas, adquisición. -C: Metacognición, síntesis y retroalimentación del tema fundamental: Estrategias corporativas	- Porter, Michael (1996)- "Qué es estrategia" (material de aprendizaje).	Aprendizaje colaborativo	- Revisar la PPT de presentación semana 9. - Revisar los materiales de aprendizaje, que se ubica en el aula virtual.	
	2P	- Gestión estratégica de la cultura en las organizaciones: Estudio de casos		-I: Motivación, propósito de sesión (casos de estudio sobre estrategias corporativas). -D: Se brindan las indicaciones a los estudiantes, referente a los casos de estudio, donde se distinguirá los diferentes conceptos de estrategias a nivel corporativo: Integración, diversificación, defensivas, adquisición. Los estudiantes presentan sus conclusiones respecto a los casos de estudios planteados -C: Se realiza preguntas de metacognición ¿Qué te llevas de lo aprendido? ¿Cómo podrías utilizar lo aprendido? ¿Por qué es beneficio para la empresa, tener claro las estrategias corporativas?	- "Estudio de casos" (material de aprendizaje)	Método de casos (MC)		

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

10	2T	- El reto de la comunicación: Estrategias de negocios.	- Al finalizar la sesión, el estudiante identifica y analiza los conceptos de estrategias de negocios y la gestión del cambio en las diferentes organizaciones nacionales e internacionales.	<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, propósito de sesión (Tormenta de ideas: Estrategias de negocios). - Basado en dinámicas participativas, los estudiantes comparten sus expectativas con relación al tema a tratar. - D: Explicación de los conceptos fundamentales de estrategias de negocios, matriz Ansoff y ciclo de vida de la industria. - C: Metacognición, síntesis y retroalimentación del tema fundamental: Estrategias de negocios. 	- Osterwalder, Alexander (2010)- "Generación de modelos de negocio" (material de aprendizaje).	Aprendizaje colaborativo	<ul style="list-style-type: none"> - Revisar la PPT de presentación semana 10. - Revisar los materiales de aprendizaje, que se ubica en el aula virtual.
	2P	- El reto de la comunicación: Estudio de casos		<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, propósito de sesión (casos de estudio sobre estrategias de negocios). - D: Se brindan las indicaciones a los estudiantes, referente a los casos de estudio, donde se distinguirá las estrategias de negocios, matriz Ansoff. Los estudiantes presentan sus conclusiones respecto a los casos de estudios planteados. - C: Se realiza preguntas de metacognición ¿Qué te llevas de lo aprendido? ¿Cómo podrías utilizar lo aprendido? ¿Por qué es beneficio para la empresa, tener claro lo que son estrategias de negocio? 	- "Estudio de casos" (material de aprendizaje)	Método de casos (MC)	
11	2T	- La gestión estratégica del cambio: Estrategias globales	- Al finalizar la sesión, el estudiante identifica y analiza los conceptos de estrategias globales y la gestión del cambio en las diferentes organizaciones nacionales e internacionales	<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, propósito de sesión (Tormenta de ideas: Estrategias globales). - Basado en dinámicas participativas, los estudiantes comparten sus expectativas con relación al tema a tratar. - D: Explicación de los conceptos fundamentales de Estrategias globales, internacionales, adecuación y transnacional. - C: Metacognición, síntesis y retroalimentación del tema fundamental: Estrategias globales. 	- Christensen, Clayton (2003)- "Reinventing your business model" (material del curso)	Aprendizaje colaborativo	<ul style="list-style-type: none"> - Revisar la PPT de presentación semana 11. - Revisar los materiales de aprendizaje, que se ubica en el aula virtual.
	2P	- La gestión estratégica del cambio: Estudio de casos		<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, propósito de sesión (casos de estudio sobre estrategias globales). - D: Se brindan las indicaciones a los estudiantes, referente a los casos de estudio, donde se distinguirá los diferentes conceptos de Estrategias globales, internacionales, adecuación y transnacional. Los estudiantes presentan sus conclusiones respecto a los casos de estudios planteados. - C: Se realiza preguntas de metacognición ¿Qué te llevas de lo aprendido? ¿Cómo podrías utilizar lo aprendido? ¿Por qué es beneficio para la empresa, tener claro lo que son estrategias globales? 	- "Estudio de casos" (material de aprendizaje)	Método de casos (MC)	
12	2T	- La gestión estratégica de la innovación: Ingreso a nuevos mercados y gobierno corporativo	- Al finalizar la sesión, el estudiante analiza los conceptos de ingreso a nuevos mercados, y la gestión del cambio en las diferentes organizaciones nacionales e internacionales.	<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, propósito de sesión (Tormenta de ideas: Ingreso a nuevos mercados y gobierno corporativo). - Basado en dinámicas participativas, los estudiantes comparten sus expectativas con relación al tema a tratar. - D: Explicación de los conceptos fundamentales de Ingreso a nuevos mercados y gobierno corporativo. - C: Metacognición, síntesis y retroalimentación del tema fundamental: Ingreso a nuevos mercados y gobierno corporativo. 	- Chan Kim, René Mauborgne (2004)- "Blue ocean strategy" (material del curso)	Aprendizaje colaborativo	<ul style="list-style-type: none"> - Subir al aula virtual el resultado de la rúbrica de evaluación Unidad 3. - Revisar la PPT de presentación semana 12. - Revisar los materiales de aprendizaje, que se ubica en el aula virtual.

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

	2P	<ul style="list-style-type: none"> - La gestión estratégica de la innovación: Prueba de desarrollo Unidad 3. 		Evaluación C2-SC1: Exposición grupal de lectura propuesta / Lista de cotejo -I: Motivación, propósito de sesión (explicación de la prueba de desarrollo Unidad 3). -D: Se brindan las indicaciones a los estudiantes, referente a la prueba de desarrollo de la Unidad 3, para que el estudiante analice y responda las preguntas planteadas. -C: Se realiza preguntas de metacognición ¿Qué te llevas de lo aprendido? ¿Qué conceptos debemos desarrollar a mayor detalle respecto a la Unidad 3?	- "Prueba de desarrollo Unidad 3" (material de aprendizaje) - Lista de cotejo	Método de casos (MC)	
--	-----------	---	--	--	--	----------------------	--

Unidad 4		Nombre de la unidad	Transformación de organizaciones y la ética empresarial	Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la Unidad, el estudiante será capaz de desarrollar capacidades fundamentales, implementando una óptima toma de decisiones, con principios éticos que trasciendan en el tiempo y se distinguen de las demás organizaciones.			Duración en horas	16
Semana	Horas / Tipo de sesión	Temas y subtemas		Propósito	Actividades para la enseñanza - aprendizaje (Docente - Estudiante)	Recursos	Metodología / Estrategias	Actividades asincrónicas de aprendizaje autónomo (Estudiante - Aula virtual)	
13	2T	<ul style="list-style-type: none"> - La planificación, implementación y control de programas de transformación en las organizaciones: Balance Scorecard 		<ul style="list-style-type: none"> - Al finalizar la sesión, el estudiante analiza los conceptos del balance scorecard con principios éticos que trasciendan en el tiempo y se distinguen de las demás organizaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> -I: Motivación, propósito de sesión (Tormenta de ideas: Balance scorecard). -D: Explicación de los conceptos fundamentales de Balance scorecard. -C: Metacognición, síntesis y retroalimentación del tema fundamental: Balance scorecard 	<ul style="list-style-type: none"> - Kaplan y Norton (1996)- "Using the balance scorecard as a strategic management system" (material de aprendizaje). 	Aprendizaje colaborativo	<ul style="list-style-type: none"> - Revisar la PPT de presentación semana 13. - Revisar los materiales de aprendizaje, que se ubica en el aula virtual. 	
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - La planificación, implementación y control de programas de transformación en las organizaciones: Estudio de casos. 			<ul style="list-style-type: none"> -I: Motivación, propósito de sesión (casos de estudio sobre Balance scorecard). -D: Se brindan las indicaciones a los estudiantes, referente a los casos de estudio, donde se distinguirá los diferentes conceptos de Balance scorecard. Los estudiantes presentan sus conclusiones respecto a los casos de estudios planteados -C: Se realiza preguntas de metacognición ¿Qué te llevas de lo aprendido? ¿Cómo podrías utilizar lo aprendido? ¿Por qué es beneficio para la empresa, tener claro cómo usar la herramienta del Balance scorecard? 	<ul style="list-style-type: none"> - "Estudio de casos" (material de aprendizaje) 	Método de casos (MC)		
14	2T	<ul style="list-style-type: none"> - La gestión ética y responsable de las organizaciones: Ética y gap estratégico. 		<ul style="list-style-type: none"> - Al finalizar la sesión, el estudiante analiza los conceptos del ética y gap estratégico con principios éticos que trasciendan en el tiempo y se distinguen de las demás organizaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> -I: Motivación, propósito de sesión (Tormenta de ideas: ética). -D: Explicación de los conceptos fundamentales de Ética y gap estratégico. -C: Metacognición, síntesis y retroalimentación del tema fundamental: Ética. 	<ul style="list-style-type: none"> - Larson, Andrea (2003)- "The new strategic frontier"(material de aprendizaje) 	Aprendizaje colaborativo	<ul style="list-style-type: none"> - Revisar la PPT de presentación semana 14. - Revisar los materiales de aprendizaje, que se ubica en el aula virtual. 	
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - La gestión ética y responsable de las organizaciones: Estudio de casos. 			<ul style="list-style-type: none"> -I: Motivación, propósito de sesión (casos de estudio sobre ética). -D: Se brindan las indicaciones a los estudiantes, referente a los casos de estudio, donde se distinguirá los diferentes conceptos de Ética y gap estratégico. Los estudiantes presentan sus conclusiones respecto a los casos de estudios planteados -C: Se realiza preguntas de metacognición ¿Qué te llevas de lo aprendido? ¿Cómo podrías utilizar lo aprendido? ¿Por qué es beneficio para la empresa, tener claro el concepto y uso de Ética y gap estratégico? 	<ul style="list-style-type: none"> - "Estudio de casos" (material de aprendizaje) 	Método de casos (MC)		
15	2T	<ul style="list-style-type: none"> - La organización como fuente de inspiración y resultados extraordinarios: Indicadores, metas y cuadros de mando. 		<ul style="list-style-type: none"> - Al finalizar la sesión, el estudiante analiza los conceptos de indicadores, metas y cuadros de mando con principios éticos que trasciendan en el tiempo y 	<ul style="list-style-type: none"> -I: Motivación, propósito de sesión (Tormenta de ideas: Indicadores, cuadros de mando). -D: Explicación de los conceptos fundamentales de Indicadores, cuadros de mando. -C: Metacognición, síntesis y retroalimentación del tema fundamental: Indicadores. 	<ul style="list-style-type: none"> - Kaplan y Norton (1996)- "Using the balance scorecard as a strategic management system" (material de aprendizaje). 	Aprendizaje colaborativo	<ul style="list-style-type: none"> - Subir al aula virtual el resultado de la rúbrica de evaluación Unidad 4. - Revisar la PPT de presentación semana 15. - Revisar los materiales de aprendizaje, que se ubica en el aula virtual. 	

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

	2P	<ul style="list-style-type: none"> - La organización como fuente de inspiración y resultados extraordinarios: Rúbrica de evaluación unidad 4. 	se distingan de las demás organizaciones.	Evaluación C1-SC2: Presentación grupal de caso ético / Rúbrica de evaluación -I: Motivación, propósito de sesión (Rubrica de evaluación unidad 4). -D: Se brindan las indicaciones a los estudiantes, referente a la rúbrica de evaluación. -C: Se realiza preguntas de metacognición ¿Qué te llevas de lo aprendido? ¿Cómo podrías utilizar lo aprendido? ¿Qué conceptos debemos desarrollar a mayor detalle respecto a la Unidad 4?	- "Rúbrica de evaluación Unidad 4" (material de aprendizaje)	Método de casos (MC)	-
16	2T	<ul style="list-style-type: none"> - Introducción al diseño de las organizaciones - Gestión del líder en el entorno internacional - Procesos dinámicos de cultura organizacional y cambio - Transformación de organizaciones y la ética empresarial 	- Al finalizar la sesión, el estudiante desarrolla capacidades fundamentales de la gestión estratégica con una visión amplia; conociendo temas esenciales de gestión positiva de la cultura, el control, la motivación y el liderazgo de las organizaciones.	EVALUACIÓN FINAL: Presentación grupal final de proyecto de negocio innovador/ Rúbrica de evaluación -I: Motivación, propósito de sesión (Explicación del examen final). -D: Explicación de cómo se realizará el examen final y recomendaciones. -C: Metacognición, síntesis y retroalimentación del tema fundamental: Examen final.	- "Instrucciones de rubrica de evaluación" (material de aprendizaje)	Aprendizaje basado en retos	- Subir al aula virtual el resultado de la rúbrica de evaluación Examen final.
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - Introducción al diseño de las organizaciones - Gestión del líder en el entorno internacional - Procesos dinámicos de cultura organizacional y cambio - Transformación de organizaciones y la ética empresarial 		EVALUACIÓN FINAL: Presentación grupal final de proyecto de negocio innovador/ Rúbrica de evaluación -I: Motivación, propósito de sesión (examen final) -D: Se brindan las indicaciones a los estudiantes, referente a la rúbrica de evaluación, para que el estudiante analice y responda las preguntas planteadas -C: Se realiza preguntas de metacognición ¿Qué te llevas de lo aprendido? ¿Qué conceptos debemos desarrollar a mayor detalle respecto a la rúbrica de evaluación?	- Rúbrica de evaluación examen final" (material de aprendizaje)	Aprendizaje basado en retos	