

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

Nombre de la asignatura	Introducción a la Administración y Marketing	Resultado de aprendizaje de la asignatura:	Al finalizar la asignatura, el estudiante será capaz de explicar su plan de estudios y los requisitos para graduarse; integrar el campo de acción de la administración y el marketing, reconociendo el contexto en el que se aplica y priorizando la ética en su ejecución.
Ciclo	1	EAP	Administración y Marketing

Competencia	Descripción de la competencia	Nivel	Descripción de nivel
Investigación y Analítica de Marketing	Diseña e integra indicadores e información on line y off line para la toma de decisiones estratégicas y operativas de marketing.	1	Identifica y describe datos internos y externos haciendo uso de métricas de marketing e inteligencia de mercados que permitan entender la operacionalización de la empresa y el mercado.
Diseño de Estrategias, Programas y Contenidos de Marketing	Integra y sustenta un plan de marketing multiplataforma nacional y global proponiendo programas de acción centradas en la experiencia al consumidor y marketing mix tradicional y digital para el liderazgo empresarial en entornos dinámicos y complejos.	1	Define el proceso del plan de marketing y reconoce las estrategias de marketing tradicionales y digitales para la entrega del buen valor al consumidor y mercado objetivo.

Unidad 1	Nombre de la unidad:	El Plan de Estudios de la EAP de Administración y Marketing		Resultado de aprendizaje de la unidad:	Al finalizar la unidad, cada estudiante será capaz de explicar el plan de estudios de la EAP de Administración y Marketing considerando la importancia de llevar en orden las asignaturas	Duración en horas	16
Semana	Horas / Tipo de sesión	Temas y subtemas	Propósito	Metodología / Estrategias	Actividades para la enseñanza aprendizaje (Docente - Estudiante)	Recursos	Actividades de aprendizaje autónomo Asíncronas (Estudiante - Aula virtual)
1	2T	Presentación del docente y estudiantes Presentación del sílabo Tema 1: Presentación de la asignatura	- Al finalizar la sesión, cada estudiante reconoce el sílabo del curso y las evaluaciones respectivas	Clase expositiva / lección magistral (CE-LM)	- I: Se inicia con una presentación del docente y las oportunidades de crecimiento en el campo de especialidad - D: Se desarrolla una dinámica de presentación de los estudiantes y docentes - Se presenta el sílabo del curso y el método de calificación. - Se forman equipos de trabajo de manera aleatoria - C: Se refuerza el criterio de calificación	- Video de presentación de expectativas del Administrador con especialidad en Marketing: https://www.youtube.com/watch?v=OLuEwzaAwdg	- Sílabo del curso
	2P	Evaluación de entrada		Aprendizaje colaborativo	- I: Se brindan las pautas para el desarrollo de la evaluación de entrada - D: Desarrollo de la evaluación de entrada - Se presenta la práctica 1 y en grupos lo discuten y exponen - C: Se realiza la retroalimentación de la evaluación	- Guía práctica N.º 1 - Prueba mixta	
2	2T	El Plan de Estudios de la EAP de Administración y Marketing	- Al finalizar la sesión, cada estudiante reconoce el plan de estudios de la carrera de Administración y Marketing.	Clase expositiva / lección magistral (CE-LM)	- I: Repaso del tema anterior y se hacen preguntas basadas en el tema de lo que esperan del plan de estudios - D: Se presenta el plan de estudios de la carrera y se discute con los estudiantes el beneficio para su formación profesional. - C: Se hace una síntesis de la revisión vista en sesión de clases.	- Plan de estudios	- Plan de estudios EAP de Administración y Marketing
	2P	El Plan de Estudios de la EAP de Administración y Marketing		Método de casos (MC)	- I: Se inicia indicando las pautas del taller colaborativo formando equipos aleatorios. - D: Se presenta la práctica N.º 2 y en grupos lo discuten y exponen sobre el caso planteado - C: Se realiza la retroalimentación a cada equipo y finalmente las lecciones aprendidas de la sesión.	- Guía práctica N.º 2	
3	2T	Importancia del orden en la gestión del Plan de Estudios	- Al finalizar la sesión, cada estudiante reconoce la importancia del orden del plan de estudios	Aprendizaje colaborativo	- I: Repaso del tema anterior y se refuerza en las que haya preguntas - D: Se presenta el plan de estudios de la carrera y en equipos se discute con los estudiantes el beneficio para su formación profesional. - C: Se hace una síntesis de la revisión vista en sesión de clases.	- Plan de estudios	- Revisar el Reglamento del estudiante
	2P	Importancia del orden en la gestión del Plan de Estudios		Método de casos (MC)	- I: Se inicia indicando las pautas del taller colaborativo formando equipos aleatorios. - D: Se presenta la práctica N.º 3 y en grupos lo discuten y exponen sobre el caso planteado - C: Se realiza la retroalimentación a cada equipo y finalmente las lecciones aprendidas de la sesión.	- Plan de estudios - Guía práctica N.º 3	

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

4	2T	Requisitos de las asignaturas del Plan de Estudios	- Al finalizar la sesión, cada estudiante reconoce los requisitos de las asignaturas del plan de estudios	Clase expositiva / lección magistral (CE-LM)	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se hace la reflexión de la clase anterior y se absuelven las dudas presentadas. - D: Utilizando el plan de estudios se dan a conocer los requisitos de las asignaturas - C: Se hace una síntesis de la revisión vista en sesión de clases. 	- Plan de estudios	<ul style="list-style-type: none"> - Requisitos de las asignaturas del plan de estudios - Guía práctica N.º 4
	2P	Trabajo práctico grupal: explicación del plan de estudios de la EAP de Administración y Marketing		Aprendizaje colaborativo	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se presenta la ficha de evaluación y se les explica. - D: Exposición del plan de estudios de manera creativa - C: Se realiza la retroalimentación a cada equipo y finalmente las lecciones aprendidas de la sesión. <p>Consolidado 1 – SC1 Evaluación individual teórica</p>	- Ficha de evaluación	

Unidad 2	Nombre de la unidad:	Desarrollo del Plan de Estudios de la EAP de Administración y Marketing			Resultado de aprendizaje de la unidad:	Duración en horas	16
Semana	Horas / Tipo de sesión	Temas y subtemas	Propósito	Metodología / Estrategias	Actividades para la enseñanza aprendizaje (Docente - Estudiante)	Recursos	Actividades de aprendizaje autónomo Asíncronas (Estudiante – Aula virtual)
5	2T	¿Qué sucede si desapruedo una asignatura?	- Al finalizar la sesión, cada estudiante reconoce explica que sucede si desapruedo una asignatura.	Clase expositiva / lección magistral (CE-LM)	<ul style="list-style-type: none"> - I: Repaso del tema anterior y se refuerza en las que haya preguntas - D: Se presentan las diapositivas del curso según el tema programado. - C: Se hace una síntesis de la revisión vista en sesión de clases. 	- Reglamento del estudiante	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión del reglamento del estudiante - Revisión de la Guía práctica
	2P	¿Qué sucede si desapruedo una asignatura?		Aprendizaje colaborativo	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se presenta el propósito de la sesión y se forman equipos aleatorios. Se explica la agenda del trabajo de campo - D: Se presenta la práctica 5 y en grupos lo discuten y exponen - C: Se realiza la retroalimentación a cada equipo y finalmente las lecciones aprendidas de la sesión 	<ul style="list-style-type: none"> - Guía práctica N.º 5 - Video: ¿Qué pasa si desapruedas una asignatura por 3.º vez?: https://www.youtube.com/watch?v=mET-AyKGhbl 	
6	2T	La importancia del Idioma Extranjero	Al finalizar la sesión, cada estudiante explica la importancia del idioma extranjero para su egreso de carrera.	Clase expositiva / lección magistral (CE-LM)	<ul style="list-style-type: none"> - I: Repaso del tema anterior y se refuerza en las que haya preguntas - D: Se presentan las diapositivas del curso según el tema programado. - C: Se hace una síntesis de la revisión vista en sesión de clases. 	- Reglamento del Centro de idiomas	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión del centro de idiomas - Revisión de la Guía práctica
	2P	Guía práctica N.º 6: La importancia del Idioma Extranjero		Aprendizaje colaborativo	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se presenta el propósito de la sesión y se forman equipos aleatorios. Se explica la agenda del trabajo de campo - D: Se presenta la práctica 6 y en grupos lo discuten y exponen sus observaciones y análisis con toda la clase. - C: Se realiza la retroalimentación a cada equipo y finalmente las lecciones aprendidas de la sesión 	<ul style="list-style-type: none"> - Guía práctica N.º 6 - Video: Centro de Idiomas de la Universidad Continental https://www.youtube.com/watch?v=YQh0uK2ujcc 	
7	2T	Requisitos para ser egresado y obtener el grado de bachiller	- Al finalizar la sesión, cada estudiante el estudiante conoce los requisitos para ser egresado y obtener el grado de bachiller	Clase expositiva / lección magistral (CE-LM)	<ul style="list-style-type: none"> - I: Repaso del tema anterior y se refuerza en las que haya preguntas - D: Se presentan las diapositivas del curso según el tema programado. - C: Se hace una síntesis de la revisión vista en sesión de clases. 	- Requisitos de la oficina de titulación	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de los requisitos para egresados y bachiller
	2P	Trabajo práctico grupal: Explicación del desarrollo de la carrera en base al reglamento académico		Aprendizaje colaborativo	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se brindan los criterios de la ficha de evaluación - D: En grupos formados los equipos presentan y exponen el trabajo práctico - C: Se realiza la retroalimentación a cada equipo y finalmente las lecciones aprendidas de la sesión <p>Consolidado 1 – SC2 Trabajo práctico Grupal: explicación del desarrollo de la carrera en base al reglamento académico/ Ficha de evaluación</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ficha de evaluación - Guía práctica N.º 7 - Video: ¿Cómo verificar si tu grado está registrado en la SUNEDU? https://www.youtube.com/watch?v=8HBCoOBN7hc 	

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

8	2T	Repaso académico	- Al finalizar la sesión, cada estudiante reconoce los ejes temáticos abordados hasta la semana 7.	Clase expositiva / lección magistral (CE-LM)	- I: Repaso del tema anterior y se refuerza en las que haya preguntas - D: Se presentan las diapositivas de repaso de los temas. - C: Se fortalecen las lecciones aprendidas	- PPT de clases	- Revisión de todos los documentos presentados en la Unidad 1 y 2 - Guía práctica N.º 8
	2P	Evaluación teórica – práctica individual		Clase expositiva / lección magistral (CE-LM)	- I: Se les brinda orientación a los estudiantes del examen parcial - D: Los estudiantes hacen su evaluación - C: Se realiza la retroalimentación y feedback de la evaluación Evaluación parcial Evaluación Teórico – Práctica individual / Prueba mixta	- Prueba mixta	

Unidad 3		Nombre de la unidad:	Conceptos Básicos y Campo de Acción de la Administración		Resultado de aprendizaje de la unidad:	Al finalizar la unidad, cada estudiante será capaz de identificar los conceptos básicos, procesos y el campo de acción de la administración teniendo en cuenta el entorno actual de los negocios.	Duración en horas	16
Semana	Horas / Tipo de sesión	Temas y subtemas	Propósito	Metodología / Estrategias	Actividades para la enseñanza aprendizaje (Docente - Estudiante)	Recursos	Actividades de aprendizaje autónomo Asíncronas (Estudiante – Aula virtual)	
9	2T	Gerentes y Administración	- Al finalizar la sesión, cada estudiante identifica la relación entre gerente y administrador.	Clase expositiva / lección magistral (CE-LM)	- I: Repaso del tema anterior y se hacen preguntas basadas en el tema de la relación de gerentes y el administrador. - D: Se presenta las diapositivas de la sesión de clases y se realiza la discusión de las preguntas. - C: Se hace una síntesis de la revisión vista en sesión de clases.	- PPT de clases - Video: Diferencia entre Administración y gerente. https://www.youtube.com/watch?v=YUJKLYISqTQ	- Capítulo 1 y 2 de Robbins, S., Coulter, M., Decenzo, D. (2017). Fundamentos de Administración. 10ma. Ed. Pearson Education.	
	2P	Guía práctica N.º 9: Gerentes y Administración		Método de casos (MC)	- I: Se inicia indicando las pautas de la Guía práctica formando equipos aleatorios. - D: Se presenta la práctica N.º 9 y en grupos lo discuten y exponen - C: Se realiza la retroalimentación a cada equipo y finalmente las lecciones aprendidas de la sesión.	- Guía práctica N.º 9		
10	2T	El entorno administrativo	- Al finalizar la sesión, cada estudiante identifica el entorno administrativo	Clase expositiva / lección magistral (CE-LM)	- I: Repaso del tema anterior y se refuerza en las que haya preguntas - D: Se presenta las diapositivas de la sesión de clases y se realiza la discusión de las preguntas. - C: Se hace una síntesis de la revisión vista en sesión de clases.	- PPT de clases	- Capítulo 4 de Robbins, S., Coulter, M., Decenzo, D. (2017). Fundamentos de Administración. 10ma. Ed. Pearson Education.	
	2P	Guía práctica N.º 10: El entorno administrativo		Método de casos (MC)	- I: Se inicia indicando las pautas del taller colaborativo formando equipos aleatorios. - D: Se presenta la práctica 10 y en grupos lo discuten y exponen - C: Se realiza la retroalimentación a cada equipo y finalmente las lecciones aprendidas de la sesión.	- Guía práctica N.º 10 - Video: ¿Cómo seleccionar al gerente general ideal? https://www.youtube.com/watch?v=kD4aewJ3K1E		
11	2T	Temas Integrados a la Administración y Campo de Acción	- Al finalizar la sesión, cada estudiante identifica los temas integrados a la administración y campo de acción.	Clase expositiva / lección magistral (CE-LM)	- I: Se hace la reflexión de la clase anterior y se absuelven las dudas presentadas. - D: Se presenta las diapositivas de la sesión de clases y se realiza la discusión de las preguntas. - C: Se hace una síntesis de la revisión vista en sesión de clases.	- PPT de clases - Video: ¡Campo de acción de la administración y su relación con otras ciencias! https://www.youtube.com/watch?v=m15b7ULpPIw	- Capítulo 3 y 7 de Robbins, S., Coulter, M., Decenzo, D. (2017). Fundamentos de Administración. 10ma. Ed. Pearson Education.	
	2P	Guía práctica N.º 11: Temas Integrados a la Administración y Campo de Acción		Aprendizaje colaborativo	- I: Se presenta la ficha de evaluación y se les explica. - D: Se presenta la práctica N.º 11 y en grupos lo discuten y exponen - C: Se realiza la retroalimentación a cada equipo y finalmente las lecciones aprendidas de la sesión.	- Guía práctica N.º 11		
12	2T	Procesos Administrativos	- Al finalizar la sesión, cada estudiante identifica los procesos administrativos en el campo de la gestión.	Clase expositiva / lección magistral (CE-LM)	- I: Repaso del tema anterior y se refuerza en las que haya preguntas - D: Se presentan las diapositivas de la sesión - C: Se hace la reflexión de las lecciones aprendidas	- PPT de clases - Video: ¿Qué es el proceso administrativo y cuáles son sus etapas? https://www.youtube.com/watch?v=Qacjl-zYb8&t=3s	- Revisión de los temas vistos en la unidad 3	

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

	2P	Control de lectura; Conceptos básicos y campo de acción de la administración.		Aprendizaje colaborativo	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se les brinda orientación a los estudiantes del examen parcial - D: Los estudiantes hacen su evaluación - C: Se realiza la retroalimentación y feedback de la evaluación <p>Consolidado 2 – SC1 Control de lectura; Conceptos básicos y campo de acción de la administración / Prueba mixta</p>	- Prueba mixta	
--	----	---	--	--------------------------	---	----------------	--

Unidad 4	Nombre de la unidad:	Campo de Acción del Marketing y sus Procesos			Resultado de aprendizaje de la unidad:	Al finalizar la unidad, cada estudiante será capaz de identificar los conceptos básicos, procesos y campo de acción de marketing teniendo en cuenta la tecnología y el entorno actual de los negocios.	Duración en horas	16
Semana	Horas / Tipo de sesión	Temas y subtemas	Propósito	Metodología /Estrategias	Actividades para la enseñanza aprendizaje (Docente - Estudiante)	Recursos	Actividades de aprendizaje autónomo Asíncronas (Estudiante – Aula virtual)	
13	2T	Campo de Acción del Marketing	- Al finalizar la sesión, cada estudiante identifica el campo de acción de marketing	Clase expositiva / lección magistral (CE-LM)	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se hace la reflexión de la clase anterior y se absuelven las dudas presentadas. - D: Se presenta las diapositivas de la sesión de clases y se realiza la discusión de las preguntas. - C: Se hace una síntesis de la revisión vista en sesión de clases. 	<ul style="list-style-type: none"> - PPT de clases - Video: ¿Qué es una Estrategia de Marketing? https://www.youtube.com/watch?v=cCHiZURqM0g 	<ul style="list-style-type: none"> - Capítulo 1 de Kotler, P., Armstrong, G. (2021). Fundamentos de Marketing. Pearson Educación. https://ebooks724.continental.elogim.com:443/?il=16954 	
	2P	Campo de Acción del Marketing		Método de casos (MC)	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se presenta la ficha de evaluación y se les explica. - D: Se presenta la práctica 13 y en grupos lo discuten y exponen - C: Se realiza la retroalimentación a cada equipo y finalmente las lecciones aprendidas de la sesión. 	<ul style="list-style-type: none"> - Guía práctica N.º 13 		
14	2T	Conceptos básicos de Marketing	- Al finalizar la sesión, cada estudiante identifica los conceptos básicos de marketing	Clase expositiva / lección magistral (CE-LM)	<ul style="list-style-type: none"> - I: Repaso del tema anterior y se refuerza en las que haya preguntas - D: Se presentan las diapositivas de la sesión - C: Se hace la reflexión de las lecciones aprendidas 	<ul style="list-style-type: none"> - PPT de clases - Video: ¿Cuáles son los fundamentos del marketing? https://www.youtube.com/watch?v=UW4Y2fhhG5o 	<ul style="list-style-type: none"> - Capítulo 2 de Kotler, P., Armstrong, G. (2021). Fundamentos de Marketing. Pearson Educación. https://ebooks724.continental.elogim.com:443/?il=16954 	
	2P	Control de lectura: Conceptos básicos y campo de acción del marketing		Método de casos (MC)	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se les brinda orientación a los estudiantes del examen parcial - D: Los estudiantes hacen su evaluación - C: Se realiza la retroalimentación y feedback de la evaluación 	<ul style="list-style-type: none"> - Prueba mixta 		
15	2T	La Tecnología y su Impacto en la Gestión del Marketing	- Al finalizar la sesión, cada estudiante identifica las tecnologías y su impacto en la gestión del marketing	Clase expositiva / lección magistral (CE-LM)	<ul style="list-style-type: none"> - I: Repaso del tema anterior y se refuerza en las que haya preguntas - D: Se presentan las diapositivas de la sesión - C: Se hace la reflexión de las lecciones aprendidas 	<ul style="list-style-type: none"> - PPT de clases - Video: La tecnología en el marketing https://www.youtube.com/watch?v=ITG8mnE_yWA 	<ul style="list-style-type: none"> - Capítulo 5 y 12 de Kotler, P., Armstrong, G. (2021). Fundamentos de Marketing. Pearson Educación. https://ebooks724.continental.elogim.com:443/?il=16954 	
	2P	Procesos de Marketing		Método de casos (MC)	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se presenta la ficha de evaluación y se les explica. - D: Se presenta la práctica 7 y en grupos lo discuten y exponen - C: Se realiza la retroalimentación a cada equipo y finalmente las lecciones aprendidas de la sesión. <p>Consolidado 2 – SC2 Control de Lectura: conceptos básicos y campo de acción del Marketing / Prueba mixta</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Guía práctica N.º 15 		
16	2T	Repaso académico	- Al finalizar la sesión el estudiante recibe retroalimentación de su desempeño académico en el curso.	Clase expositiva / lección magistral (CE-LM)	<ul style="list-style-type: none"> - I: Repaso del tema anterior y se refuerza en las que haya preguntas - D: Se presentan las diapositivas de repaso de los temas. - C: Se hacen las lecciones aprendidas 	<ul style="list-style-type: none"> - PPT de clases 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de todos los temas revisados en la Unidad 3 y 4 	

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

	2P	Evaluación teórica – práctica individual		<ul style="list-style-type: none"> - I: Se les brinda orientación a los estudiantes del examen final - D: Los estudiantes hacen su evaluación - C: Se realiza la retroalimentación y <i>feedback</i> de la evaluación <p>Evaluación final Trabajo y exposición grupal: experiencia estudiantil en administración y marketing para ingresantes / Rúbrica de evaluación</p>	- Prueba mixta	
--	----	--	--	--	----------------	--