

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

Nombre de la asignatura	Fundamentos de Gestión Organizacional	Resultado de aprendizaje de la asignatura:	Al finalizar la asignatura, el estudiante será capaz de reconocer los componentes y actores dentro de un ecosistema organizacional, generando valor y usando herramientas básicas en la recopilación de información del contexto
Ciclo	3	EAP	Ciencias de la Comunicación

Competencia	Descripción de la competencia	Nivel	Descripción de nivel
Gestión de Proyectos Comunicacionales	Gestiona proyectos de comunicación estratégica desde la innovación social, basada en el diálogo, la responsabilidad social y la adaptación a entornos digitales diversos y cambiantes.	1	Identifica las etapas del proceso y las metodologías para desarrollar proyectos de comunicación estratégica desde la innovación social, analizando el diálogo y la responsabilidad social como ejes para la adaptación a entornos diversos y digitales.

Unidad 1	Nombre de la unidad:	Teoría de las Organizaciones			Resultado de aprendizaje de la unidad:	Al finalizar la unidad, cada estudiante será capaz de reconocer las principales teorías organizacionales y cómo éstas proporcionan una base conceptual y práctica para comprender el funcionamiento de las organizaciones y su dinámica interna.	Duración en horas	24
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	4T	<ul style="list-style-type: none"> - Presentación de la asignatura - Definición y evolución de la gestión organizacional - Importancia de la gestión en las organizaciones 	<ul style="list-style-type: none"> - Al finalizar la sesión, el estudiante reconoce la evolución e importancia de la gestión en las organizaciones, evaluando su impacto en el logro de objetivos en un entorno organizacional dinámico. 	Clase expositiva/ lección magistral (CE - LM)	<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, se presenta el propósito de la sesión. - A través de dinámicas activas, el docente y los estudiantes se presentan asertivamente. - D: El docente presenta el sílabo mediante la PPT. - Se aplica la evaluación diagnóstica. - Se visualiza un vídeo «Historia de la administración de empresas» para la introducción a la asignatura. - El docente realiza la introducción al tema con una breve explicación sobre la definición de Gestión Organizacional, destacando su importancia en las organizaciones. - El docente presenta un esquema o línea de tiempo que muestra la evolución histórica de la gestión organizacional, mencionando hitos clave (enfoques clásicos, humanistas, contemporáneos, etc.) - El docente utiliza ejemplos concretos de cada etapa para ilustrar cómo las teorías y prácticas de gestión han influido en las organizaciones a lo largo del tiempo. - C: Metacognición, síntesis y retroalimentación. - Se realiza la síntesis del tema. - El docente abre espacio para que los estudiantes planteen preguntas o dudas sobre los conceptos expuestos. - El docente responde las inquietudes y refuerza los aspectos clave del tema. <p style="margin-top: 10px;">Evaluación Diagnóstica Evaluación individual teórica / Prueba objetiva</p>	<ul style="list-style-type: none"> - PPT semana 1 - Vídeo «Historia de la administración de empresas» - Línea del Tiempo Gestión Organizacional 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión del sílabo - Solución de la evaluación diagnóstica - Revisión de la presentación PPT de la semana - Lectura complementaria: PPT que presenta el caso <p style="margin-top: 10px;">Revisión de recursos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Video: Felipe Delgado. (30 de setiembre de 2020). <i>Historia de la administración de empresas</i> https://youtu.be/20aQoHAKzaE?si=1wgBWakP3nHL7PBe - Quezada, M. (2013). <i>Línea del Tiempo Gestión Organizacional</i>. Slideshare. https://es.slideshare.net/slideshow/furnham-linea-del-tiempo/28512587 - Grupo Bimbo. (s.f.). <i>Nuestra Historia</i>. https://www.grupobimbo.com/es/nosotros/historia 	
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - Definición y evolución de la gestión organizacional - Importancia de la gestión en las organizaciones 		Aprendizaje colaborativo	<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, se presenta el propósito de la sesión - Se realiza la recapitulación del tema a través de preguntas. - D: El docente presenta la actividad colaborativa, para el desarrollo de la guía de trabajo 1 - Se conforman equipos de 4 o 5 estudiantes, cada equipo debe analizar las principales etapas de la evolución de la gestión organizacional, a través del caso propuesto. - Los equipos analizan el caso y responden a las preguntas, utilizando la información proporcionada por el docente y complementándola con información adicional. - Cada equipo presenta su desarrollo, destacando los aspectos más relevantes de cada etapa y ejemplificando su aplicación en organizaciones reales. - C: Metacognición, síntesis y retroalimentación. - Se concluye la sesión con una reflexión final sobre cómo la evolución de la gestión ha permitido a las organizaciones adaptarse a entornos dinámicos y complejos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Guía de trabajo 1 - Grupo Bimbo. Nuestra Historia 		

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

2	4T	<ul style="list-style-type: none"> - Principales teorías organizacionales para la gestión organizacional - Enfoques contemporáneos: Teoría de sistemas, teoría de contingencia y aprendizaje organizacional 	<ul style="list-style-type: none"> - Al finalizar la sesión, el estudiante reconoce las principales teorías organizacionales y enfoques contemporáneos, identificando sus aportes y aplicaciones prácticas en la gestión organizacional. 	Aprendizaje colaborativo	<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, se presenta el propósito de la sesión - El docente formula la siguiente pregunta ¿Cómo creen que han evolucionado las teorías organizacionales a lo largo del tiempo? - Los estudiantes comparten sus ideas. - D: El docente inicia la sesión con una breve explicación sobre la importancia de las teorías organizacionales y los enfoques contemporáneos en la gestión de las organizaciones. - Se forman los equipos y el docente les asigna una teoría organizacional clásica (teoría científica, teoría burocrática, teoría de las relaciones humanas). - Cada equipo elabora un mapa conceptual con los principios clave, ventajas y limitaciones de su teoría. - Los equipos exponen sus trabajos, utilizan ejemplos concretos para ilustrar cómo estas teorías y enfoques se aplican en organizaciones reales - Se formulan preguntas entre grupos para evaluar el nivel de comprensión. - C: Metacognición, síntesis y retroalimentación - Se elabora una tabla comparativa en conjunto, contrastando las teorías clásicas con los enfoques contemporáneos. - El docente realiza la reflexión final mediante las preguntas: ¿Qué teoría o enfoque consideran más aplicable en la actualidad? ¿Cómo pueden usar este conocimiento en su desarrollo profesional? 	<ul style="list-style-type: none"> - PPT semana 2 - Video «Introducción a las teorías administrativas» 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de la presentación PPT de la semana. - Video: lepatru007. (29 de julio de 2013). <i>Introducción a las teorías administrativas</i>. https://www.youtube.com/watch?v=F6PLGjlrBOW - Lecturas: - Velásquez, A. (2015). La organización, el sistema y su dinámica: Una versión desde Niklas Luhmann. Revista Escuela de Administración de Negocios. https://www.redalyc.org/pdf/206/20611495014.pdf - Cubbin, R. (2025). <i>Cronología de la tragedia en Real Plaza Trujillo: por qué habría colapsado el techo y quiénes serían los responsables de esta desgracia</i>. Infobae. https://n9.cl/1boj01
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - Principales teorías organizacionales para la gestión organizacional - Enfoques contemporáneos: Teoría de sistemas, teoría de contingencia y aprendizaje organizacional 			Método de casos (MC)	<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, se presenta el propósito de la sesión - El docente presenta el caso de Real Plaza de Trujillo. - Formula las siguientes preguntas: ¿Qué problemas organizacionales identifican en la empresa del caso? ¿Qué tipo de teoría organizacional creen que ha predominado en su gestión? ¿Qué enfoque contemporáneo podría ser útil para mejorar la gestión? - D: El docente introduce la sesión práctica, recordando brevemente los conceptos teóricos vistos en la clase teórica (principales teorías organizacionales y enfoques contemporáneos). - Brinda las indicaciones para el desarrollo de la práctica, explicando los pasos a seguir y los criterios de evaluación. - Se forman los equipos para que analicen el caso y determinan cuál ha sido el enfoque organizacional predominante en la empresa. - Cada equipo elige una teoría organizacional clásica y un enfoque contemporáneo para justificar cómo podrían aplicarse en la empresa del caso. - Elaboran un esquema con los posibles impactos de aplicar estos enfoques en la resolución del problema. - Los equipos exponen explicando qué teoría y enfoque aplicaron y cómo ayudaría a mejorar la gestión organizacional de la empresa. - C: Metacognición, síntesis y retroalimentación - El docente brinda retroalimentación a cada equipo, resaltando los aciertos y sugiriendo mejoras en las propuestas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Guía de trabajo 2 - Lectura «Cronología de la tragedia en Real Plaza Trujillo: por qué habría colapsado el techo y quiénes serían los responsables de esta desgracia»

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

3	4T	- Estructura organizacional: modelos tradicionales vs. modernos	- Al finalizar la sesión, el estudiante reconoce los modelos tradicionales y modernos de estructura organizacional, identificando sus características y aplicaciones en el contexto de las necesidades actuales de las organizaciones.	Aprendizaje colaborativo	<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, se presenta el propósito de la sesión - Se presenta una imagen o infografía con diferentes estructuras organizacionales y se pide a los estudiantes que identifiquen similitudes y diferencias con base en su conocimiento previo. - Se presenta un caso breve sobre una empresa en crecimiento que necesita decidir entre una estructura organizacional tradicional o moderna. Se plantea la pregunta: ¿Qué tipo de estructura sería más adecuada y por qué? - El docente guía una breve explicación interactiva sobre los modelos tradicionales y los modernos. - D: El docente realiza una breve explicación - Se forman equipos de trabajo y se les asigna fichas descriptivas de diferentes modelos organizacionales y debe clasificarlas en tradicionales o modernos. - Deben de elaborar un cuadro comparativo con ventajas, desventajas y ejemplos de aplicación. - El docente monitorea el trabajo de los equipos y absuelve sus dudas. - Los equipos exponen sus hallazgos y presentan casos de empresas reales con distintos tipos de estructura organizacional. - C: Metacognición, síntesis y retroalimentación - Los estudiantes responden en un <i>Padlet</i> la pregunta: ¿Cómo influyen los modelos organizacionales en la eficiencia y adaptabilidad de una empresa? - Se sintetizan los aprendizajes clave y el docente destaca la importancia de elegir la estructura adecuada según el contexto empresarial. 	<ul style="list-style-type: none"> - PPT Semana 3 - Lectura: «Diseño Organizacional» 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de la presentación PPT de la semana - Lectura: Echavarría, M. (2012). <i>Diseño Organizacional</i>. Escuela de Organización Industrial. https://www.eoi.es/blogs/miguelani-balechavarría/2012/02/27/diseño-organizacional/ <p>Revisión de videos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aprendiz de Mercadotecnia. (17 de mayo de 2020). ¿Qué es una estructura organizacional? 4 tipos de estructuras organizacionales que debes conocer. https://www.youtube.com/watch?v=0oXlq0NXmyY - U-Lux. (26 de enero de 2021). <i>Estructura organizacional ¿Qué es y para qué sirve?</i> https://www.youtube.com/watch?v=m3ktM653Xrc
	2P	- Estructura organizacional: modelos tradicionales vs. modernos		Método de casos (MC)	<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, se presenta el propósito de la sesión. - El docente presenta a los estudiantes un caso real o ficticio sobre una empresa en proceso de reorganización estructural. - Los estudiantes identifican los problemas organizacionales presentes en el caso y responden las preguntas: ¿Qué modelo de estructura organizacional tiene la empresa en la actualidad? ¿Qué desafíos enfrenta con este modelo? ¿Qué modelo organizacional podría ser más adecuado según su contexto? - D: El docente presenta el objetivo de la práctica, y brinda indicaciones para su desarrollo. - Se forman los equipos para analizar el caso identificando los pros y contras del modelo organizacional utilizado. - Los equipos exponen sus alternativas de estructura organizacional que pueda mejorar la eficiencia de la empresa. - C: Metacognición, síntesis y retroalimentación - Los estudiantes responden la pregunta: ¿Qué aprendizajes clave me llevo sobre la relación entre estructura organizacional y eficiencia empresarial? - Se sintetizan los puntos más importantes discutidos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Guía de trabajo 3 	

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

4	4T	- Gestión estratégica de la organización		<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, se presenta el propósito de la sesión - El docente presentar la cita del texto «El arte de la guerra» relacionada con la estrategia organizacional: «La estrategia sin táctica es el camino más lento hacia la victoria. La táctica sin estrategia es el ruido antes de la derrota». - Los estudiantes que reflexionen en parejas sobre cómo esta cita puede aplicarse a la gestión estratégica en organizaciones actuales. - Socializar las respuestas en plenaria. - D: El docente presenta el objetivo de la práctica, y brinda indicaciones para su desarrollo. - Se forman los equipos, el docente les asigna un principio estratégico de «El arte de la guerra»: Liderazgo, conocimiento del entorno, planificación, manejo de recursos. - Los equipos analizan el principio y contrastarlo con un modelo de gestión estratégica empresarial. - Presentación breve de cada equipo. - El docente presenta un caso de una empresa reconocida que haya aplicado (o no) estrategias similares a las de «El arte de la guerra», como: Apple vs. Samsung, Amazon vs. Walmart. - Los equipos identifican los principios estratégicos que usaron y cómo impactaron en la gestión de la organización. - Los equipos exponen su estrategia para una empresa ficticia basada en los principios aprendidos. - C: Metacognición, síntesis y retroalimentación - Se elabora una síntesis colectiva en el aula sobre los aprendizajes clave de la sesión. - Cada estudiante responde la pregunta: ¿Cómo puedo aplicar lo aprendido hoy en mi vida profesional? - Socialización breve de respuestas seleccionadas. 	<ul style="list-style-type: none"> - PPT Semana 4 - Lectura: «El arte de la guerra» de Sun Tzu 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de la presentación PPT de la semana. - Lectura: Sun - Tzu (2018). <i>El arte de la guerra</i>. https://web.seducoahuila.gob.mx/biblioweb/upload/El_arte_de_la_guerra-Sun_Tzu.pdf - Revisión de videos: - Felipe Administrador. (16 de marzo de 2023). ¿Qué es gestión estratégica? https://www.youtube.com/watch?v=AjDC7eF1-ks - TEDx Talks. (23 de mayo de 2023). <i>Todo empieza por uno: identidad y planificación estratégica</i>. https://www.youtube.com/watch?v=d_ToNUKBGKk
	2P	- Gestión estratégica de la organización	<ul style="list-style-type: none"> - Al finalizar la sesión, el estudiante reconoce los fundamentos de la gestión estratégica, identificando sus conceptos teóricos y prácticos en la propuesta de soluciones a problemas organizacionales específicos. 	<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, se presenta el propósito de la sesión - El docente formula las preguntas: ¿Qué entienden por gestión estratégica? ¿Por qué es importante en las organizaciones? - Los estudiantes responden. - El docente introduce el caso de estudio sobre una empresa que haya enfrentado un desafío estratégico, como: Netflix y su transición del alquiler de DVD al <i>streaming</i>, Blockbuster y su fracaso en la adaptación digital. - Distribuir material con información clave sobre el caso. - D: El docente realiza una breve explicación. - Se forman los equipos y el docente les asigna preguntas para analizar el caso: ¿Cuál fue el problema estratégico que enfrentó la empresa? ¿Qué factores internos y externos influyeron en su toma de decisiones? ¿Cómo aplicaron (o no) principios de gestión estratégica? ¿Qué hubieran hecho diferente como gerentes de la empresa? - El docente monitorea el trabajo de los equipos y absuelve las dudas - Los equipos exponen sus hallazgos y conclusiones ante la clase. - Se generan preguntas y debate sobre las estrategias implementadas y posibles soluciones alternativas. - C: Metacognición, síntesis y retroalimentación - Reflexión sobre la aplicabilidad de los principios de Sun Tzu en la gestión organizacional. 	<ul style="list-style-type: none"> - Guía de Trabajo 4 	

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

Unidad 2		Nombre de la unidad:	Ecosistema Organizacional: Estructura y Cultura		Resultado de aprendizaje de la unidad:	Al finalizar la unidad, cada estudiante será capaz de reconocer los ecosistemas organizacionales, su interacción con los componentes internos y externos; además del impacto de la cultura organizacional en el desempeño.	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	4T	<ul style="list-style-type: none"> - Definición, características y tipo de ecosistemas organizacionales - Identidad corporativa: identidad conceptual e identidad visual 	<ul style="list-style-type: none"> - Al finalizar la sesión, el estudiante reconoce la definición, características y tipos de ecosistemas organizacionales, así como los elementos de la identidad corporativa, diferenciando entre identidad conceptual e identidad visual en diversos contextos organizacionales. 	Aprendizaje colaborativo	<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, se presenta el propósito de la sesión - El docente plantea la pregunta: ¿Qué elementos crees que influyen en la identidad de una organización y cómo se relacionan con su entorno? - Los estudiantes comparten sus ideas mediante una lluvia de ideas. - D: El docente inicia la sesión explicando los dos temas que se abordarán: Definición de ecosistemas organizacionales y su importancia en el entorno empresarial, características y tipos de ecosistemas organizacionales (abiertos, cerrados, digitales, físicos) y relación entre los ecosistemas y la estrategia organizacional. - Se forman los equipos para analizar la identidad corporativa de organizaciones reconocidas, como: Coca - Cola, Nike, Sazón Lopesa, entre otros. - Los equipos deben identificar las características y cómo interactúa con otros actores del entorno. - Cada equipo presenta en clase los casos analizados diferenciando entre identidad conceptual e identidad visual, los elementos de la identidad corporativa: misión, visión, valores, cultura organizacional, logotipo, colores, tipografía, tono de comunicación. - C: Metacognición, síntesis y retroalimentación - El docente hace un repaso de los puntos clave de la clase. - Se relacionan los conceptos abordados con ejemplos prácticos discutidos. 	<ul style="list-style-type: none"> - PPT - Video «Identidad, cultura e identidad visual corporativa» - Lectura «Marco Teórico: Imagen e identidad corporativa» 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de la presentación PPT de la semana. - Video: Universidadurjc. (13 de diciembre de 2022). <i>Identidad, cultura e identidad visual corporativa</i>. https://www.youtube.com/watch?v=0NZITq0P3bY - Lectura: UDLAP. (2008). <i>Marco Teórico: Imagen e identidad corporativa</i> https://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/pablo_a_m/ca_pitulo4.pdf <p>Revisión de recursos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lectura: Hall, R. (1983). <i>La naturaleza y las clases de organizaciones. En Organizaciones. Estructura y proceso.</i> (pp. 28-48). Prentice-Hall Hispanoamericana. http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/2879/1/La_naturaleza_y_las_clases_de_organizaciones.pdf - Videos: <ul style="list-style-type: none"> - AMCOMx. (21 de setiembre de 2012). <i>Identidad corporativa</i>. https://www.youtube.com/watch?v=EYXQDDvozto - InnovalTQ. (27 de abril de 2021). <i>Elementos de identidad corporativa</i>. https://www.youtube.com/watch?v=VyGP7kYfaCE 	
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - Definición, características y tipo de ecosistemas organizacionales - Identidad corporativa: identidad conceptual e identidad visual 			Método de casos	<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, se presenta el propósito de la sesión - El docente formula la pregunta: ¿Cómo influyen el ecosistema organizacional y la identidad corporativa en el éxito de una empresa? - Los estudiantes responden en equipos pequeños y comparten sus ideas. - El docente presenta un caso real o ficticio sobre una empresa que ha desarrollado un ecosistema organizacional sólido y una identidad corporativa fuerte, como: Starbucks, Tesla, Nike, un emprendimiento local, etc. - D: Los equipos analiza el ecosistema organizacional de la empresa del caso y responden las preguntas: ¿Es abierto o cerrado? ¿Es físico, digital o híbrido? ¿Cómo interactúan los diferentes actores dentro del ecosistema? - El docente propone a los estudiantes crear una organización ficticia, por ejemplo, una agencia de comunicaciones. - Los equipos definen la identidad conceptual y diseñan la identidad visual de su organización. - Los equipos realizan la presentación en aula. - C: Metacognición, síntesis y retroalimentación - Se hace una retroalimentación sobre cómo se refleja la identidad visual en la identidad conceptual de la organización. 	<ul style="list-style-type: none"> - Guía de Trabajo 5 	

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE
MODALIDAD PRESENCIAL

6	4T	<ul style="list-style-type: none"> - Cultura y clima organizacional: elementos, impacto en el desempeño - Reputación e imagen corporativa 	<ul style="list-style-type: none"> - Al finalizar la sesión, el estudiante reconoce los elementos de la cultura y el clima organizacional, así como su impacto en el desempeño, relacionándolos con la reputación e imagen corporativa en el contexto empresarial. 	Aprendizaje colaborativo	<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, se presenta el propósito de la sesión. - El docente formula la pregunta ¿Cómo influye la cultura organizacional en el desempeño de los empleados? - Los estudiantes comparten ejemplos de empresas que consideran tienen una cultura organizacional fuerte y explican por qué. - Se genera una discusión guiada para identificar los conceptos clave de cultura y clima organizacional. - D: El docente introduce el tema explicando los dos temas que se abordarán: Cultura y clima organizacional - Reputación e imagen corporativa. - Se visualiza el video «Clima vs Cultura Organizacional: conceptos, diferencias y más» - Se forman los equipos para que elaboren un mapa conceptual sobre los elementos de la cultura y el clima organizacional. - Los equipos presentan sus ideas. - El docente plantea dos posturas sobre el impacto del clima organizacional en la productividad. - Se separa la clase en dos para que defiendan que el clima organizacional es más importante que la cultura para el desempeño de los empleados, y la otra mitad argumenta lo contrario. - El docente modera y destaca puntos clave de cada postura. - C: Metacognición, síntesis y retroalimentación - Cada estudiante escribe una idea clave sobre cómo la cultura y el clima organizacional influyen en la reputación e imagen de una empresa. - Se concluye con una reflexión guiada sobre la importancia de la cultura y el clima organizacional en el desempeño y la dinámica interna. También, se reflexiona sobre el papel clave de la reputación e imagen corporativa en la construcción de la identidad organizacional y la percepción de los <i>stakeholders</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> - PPT - Video «Clima vs Cultura Organizacional: conceptos, diferencias y más» 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de la presentación PPT de la semana - Video Tate Mont. (10 de junio de 2020). <i>Clima vs cultura organizacional: conceptos, diferencias y más.</i> https://youtu.be/ybpxfyvne4?si=xke1f5px50rsxtls <p>Revisión de videos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - David Fischman. (21 de junio de 2017). <i>Cultura organizacional con David Fischman - aprendizaje animado.</i> https://www.youtube.com/watch?v=JO3oMefFuMQ - Zu Quan. (25 de mayo de 2013). <i>Cultura organizacional y administración pública.</i> https://www.youtube.com/watch?v=mPl-QeSyVlk - Claudio Rodríguez Agüero. (17 de agosto de 2013). <i>Reputación e imagen institucional - Claudio Rodríguez Agüero.</i> https://www.youtube.com/watch?v=s4jr_mJGHIE
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - Cultura y clima organizacional: elementos, impacto en el desempeño - Reputación e imagen corporativa 		Método de casos (MC)	<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, se presenta el propósito de la sesión - El docente presenta un caso real o ficticio sobre una empresa con problemas en su cultura organizacional y su impacto en el clima, como también el desempeño de los empleados. - Se formulan las preguntas: ¿Qué elementos de la cultura organizacional se identifican en el caso? ¿Cómo afecta el clima organizacional al desempeño? ¿Cuál es la percepción de la reputación de la empresa? - Los estudiantes leen el caso y realizan una primera discusión en pequeños grupos. - D: El docente presenta el caso práctico de la Financiera Soluciones Rápidas, destacando su relevancia para los temas de cultura y clima organizacional, y reputación e imagen corporativa. - Se forman los equipos para que identifiquen los problemas centrales del caso y los clasifican según: Cultura organizacional, clima organizacional y reputación e imagen corporativa - Cada equipo responde preguntas guía y elabora un esquema con su análisis. - Cada equipo desarrolla una propuesta para mejorar la cultura y el clima organizacional de la empresa del caso. - Se enfocan en estrategias prácticas, considerando acciones que influyan en la reputación e imagen corporativa. - Los equipos realizan la presentación con su solución. - C: Metacognición, síntesis y retroalimentación - El docente concluye la sesión invitando a los estudiantes a reflexionar sobre la importancia de la cultura, el clima organizacional en el desempeño, la reputación e imagen corporativa en la percepción de los <i>stakeholders</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> - Guía de Trabajo 6 	

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

7	4T	- Análisis interno y externo de la organización		Aprendizaje colaborativo	<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, se presenta el propósito de la sesión - El docente divide el aula en equipos pequeños y se les presenta una imagen de una empresa en un entorno competitivo (puede ser un caso real o ficticio). - Los equipos deben de identificar rápidamente factores internos y externos que podrían influir en el desempeño de la empresa. - Cada equipo comparte sus ideas mediante una lluvia de ideas rápida. - El docente explica la relevancia del análisis interno y externo para la toma de decisiones organizacionales. - D: El docente presenta el tema haciendo una contextualización de la importancia del análisis interno y externo en la gestión organizacional. - Se presentan ejemplos prácticos de cómo el análisis FODA se aplica en las organizaciones reales. - El docente se le asigna a cada equipo una herramienta clave para el análisis interno o externo, como: DAFO (FODA), PESTEL, las 5 Fuerzas de Porter y el análisis de recursos y capacidades. - Cada equipo investiga su herramienta y la explica al resto de la clase mediante un cartel digital o físico. - El docente presenta un caso de estudio sobre una empresa en una industria específica. - Cada equipo aplica la herramienta asignada en la actividad anterior al caso práctico. - Se organiza una puesta en común donde los equipos explican sus hallazgos y comparan los enfoques. - C: Metacognición, síntesis y retroalimentación - Los equipos elaboran un esquema con los principales aprendizajes de la sesión. - El docente refuerza los puntos clave y aclara dudas. 	<ul style="list-style-type: none"> - PPT - Lectura «Unidad I. Herramientas de diagnóstico Organizacional» - Video «Diagnóstico organizacional» 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de la presentación PPT de la semana - Lectura: - Accioneduca. (2019). <i>Análisis PEST y análisis FODA</i>. https://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/pest-y-foda_1563803873.pdf - Páez, J. (2017). <i>Unidad I. Herramientas de diagnóstico Organizacional</i>. Mercantil Fundación. https://alzheimervenezuela.org/wp-content/uploads/media/documentos/2017/11/unidad-1-herramientas-de-diagnostico.pdf - Video: Gus. (16 de marzo de 2021). <i>Diagnóstico organizacional</i>. https://www.youtube.com/watch?v=J1clfytU6gg
	2P	- Análisis interno y externo de la organización	- Al finalizar la sesión, el estudiante reconoce herramientas básicas de análisis interno y externo de una organización, identificando fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en su entorno.	Método de casos (MC)	<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, se presenta el propósito de la sesión - El docente presenta un caso real o ficticio de una empresa en un entorno competitivo. - Se proporciona información clave sobre su estructura, mercado, competencia, fortalezas y debilidades. - Los estudiantes responden la pregunta ¿Cómo afectan los factores internos y externos a la estrategia de la empresa? - D: El docente presenta el caso práctico, y explica a los estudiantes el desarrollo de la misma. - Se forman los equipos para que identifiquen los factores internos (fortalezas y debilidades) y externos (oportunidades y amenazas) en el caso de estudio. Aplican una herramienta de análisis organizacional previamente vista en clase. - Deben de registrar sus hallazgos en un esquema visual (matriz DAFO, tabla PESTEL, mapa de fuerzas de Porter). - Los equipos suben sus esquemas al aula virtual - Los estudiantes desarrollan la evaluación. - C: Metacognición, síntesis y retroalimentación - El docente concluye la sesión invitando a los estudiantes a reflexionar sobre los desafíos y aprendizajes obtenidos durante la actividad. 	<ul style="list-style-type: none"> - Guía de Trabajo 7 	<p>Revisión de video:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Liferder Edu. (14 de enero de 2022). ¿Qué es el diagnóstico organizacional y para qué sirve? https://www.youtube.com/watch?v=\$nJz_2_fc0

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

8	4T	- Públicos internos y externos de la organización		Aprendizaje colaborativo	<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, se presenta el propósito de la sesión - Se forman los equipos y escriben ejemplos de públicos internos y externos según su conocimiento previo. - Mediante una lluvia de ideas, los equipos ¿Cómo creen que los distintos públicos impactan en la toma de decisiones de una organización? - D: El docente presenta la clasificación de públicos internos y externos con ejemplos concretos, explica su rol en la comunicación y la estrategia organizacional. - Se forman los equipos de trabajo y el docente les asignan casos de empresas reconocidas. - Los equipos identifican y describen los públicos internos y externos, en su caso, deben de analizar cómo estos públicos han influido en la toma de decisiones estratégicas. - Cada equipo expone sus hallazgos. - El docente genera preguntas y reflexiones en torno a las diferencias en la gestión de los distintos públicos. - Se discute cómo la gestión efectiva de públicos impacta en la reputación y éxito de una organización. - C: Metacognición, síntesis y retroalimentación. - Los equipos elaboran un cuadro comparativo con las principales características de los públicos internos y externos. 	<ul style="list-style-type: none"> - PPT - Lectura «El mapeo de actores clave» - Video «Público interno y externo ¿Cómo comunicarnos con ellos?» 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de la presentación PPT de la semana. - Lectura: - Aced, C., Arocas, M. y Miquel, S. (2021). <i>Manual de Comunicación Interna</i>. Dircom. https://www.dircom.org/wp-content/uploads/2021/07/manual_comunicacion_interna_dircom.pdf - Tapella, E. (2010). El mapeo de actores clave. Universidad Nacional de Córdoba. https://planificacionsocialunjsj.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/09/auc3a9-es-el-mapeo-de-actores-tapella1.pdf - Video: Comunica Estratégicamente. (24 de abril de 2021). Público interno y externo / ¿Cómo comunicarnos con ellos? https://www.youtube.com/watch?v=-n44SITB_nM
	2P	- Públicos internos y externos de la organización	- Al finalizar la sesión, el estudiante reconoce los públicos internos y externos de una organización, identificando su influencia en la toma de decisiones y en la gestión estratégica.	Método de casos (MC)	<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, se presenta el propósito de la sesión - El docente proyecta la imagen de una empresa real (o ficticia) y solicita a los estudiantes que identifiquen posibles públicos internos y externos. - Los estudiantes responden la pregunta ¿Por qué es importante reconocer y diferenciar los públicos internos y externos en la gestión de una organización? - D: El docente presenta la actividad práctica, para que los estudiantes elaboren un mapa de públicos para una organización real. - Cada equipo debe de identificar y clasificar los públicos internos y externos en su caso, analizando el impacto de estos públicos en la toma de decisiones de la organización. - Los equipos presentan su mapa de públicos. - Los estudiantes desarrollan la evaluación. - C: Metacognición, síntesis y retroalimentación - El docente concluye la sesión invitando a los estudiantes a reflexionar sobre la importancia de la gestión de los públicos para la gestión estratégica de la organización. <p>Evaluación Parcial Evaluación teórico-práctica / Prueba de desarrollo</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Guía de Trabajo 8 	<p>Revisión de video:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Raúl Cárdenas. (6 de noviembre de 2022). <i>Públicos internos y externos</i> https://www.youtube.com/watch?v=Ok_9Rab3wgE

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

Unidad 3		Nombre de la unidad:	Comunicación organizacional		Resultado de aprendizaje de la unidad:	Al finalizar la unidad, cada estudiante será capaz de reconocer la naturaleza dinámica y comunicativa de las organizaciones, partiendo desde los sistemas e interacción de las personas dentro de una organización.	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	4T	<ul style="list-style-type: none"> - El proceso de la comunicación organizacional - Barreras de la comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> - Al finalizar la sesión, el estudiante reconoce el proceso de la comunicación organizacional y las barreras de la comunicación, identificando su impacto en la eficiencia y efectividad de las interacciones dentro de la organización. 	Aprendizaje colaborativo	<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, se presenta el propósito de la sesión - El docente plantea la pregunta: ¿Por qué algunas organizaciones tienen problemas de comunicación interna? - Los estudiantes comparten sus ideas y experiencias breves. - Se proyecta el video «Mala Comunicación». - Se pide a los estudiantes que identifiquen los errores y comenten posibles soluciones. - D: El docente explica los tipos de barreras comunicativas en las organizaciones (físicas, psicológicas, semánticas, etc.) y muestra ejemplos para explicar las estrategias para superarlas. - Se forman los equipos y se les presenta el caso práctico de una empresa que tuvo problemas de comunicación interna. - Los equipos analizan el caso y discuten las soluciones. - Los equipos exponen mediante un cuadro comparativo que sintetice el proceso de comunicación y los tipos de barreras de comunicación. - C: Metacognición, síntesis y retroalimentación - Se reflexiona sobre la importancia de conocer el proceso de la comunicación y las estrategias para superar las barreras de comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> - PPT - Videos: - «Mala Comunicación» - «¿Qué es comunicación organizacional? Importancia, barreras y tipos» 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de la presentación PPT de la semana - Videos: - HectorRiveraTV. (30 de enero de 2017). Mala Comunicación. https://www.youtube.com/watch?v=WwlsV4QgoZA - Conduce tu empresa. (27 de setiembre de 2020). ¿Qué es Comunicación Organizacional? Importancia, barreras y tipos. https://www.youtube.com/watch?v=5uS4XCapX-U 	
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - El proceso de la comunicación organizacional - Barreras de la comunicación 			Método de casos (MC)	<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, se presenta el propósito de la sesión - El docente presenta la lectura «Crisis de comunicación en empresas. Tres casos» - Los estudiantes responden la pregunta ¿Cuáles creen que fueron los errores en la comunicación? - Los estudiantes comparten sus ideas mediante una lluvia de ideas. - D: El docente presenta el caso práctico de manera clara y estructurada, proporcionando información sobre la organización, los actores involucrados y los problemas de comunicación. - Se forman los equipos para analizar el caso, identificando las etapas del proceso de comunicación que fallaron y las barreras presentes. - Los equipos clasifican las barreras de comunicación según su tipo (personales, físicas, semánticas, organizacionales) y analizan su impacto en la situación descrita. - Cada equipo propone soluciones prácticas para superar las barreras identificadas, considerando estrategias como: Mejorar la claridad del mensaje, utilizar canales de comunicación adecuados, fomentar la retroalimentación, capacitar a los empleados en habilidades comunicativas. - El docente evalúa el desempeño de los estudiantes durante la actividad, considerando su participación, calidad del análisis, trabajo en equipo y capacidad de argumentación. - C: Metacognición, síntesis y retroalimentación - El docente proporciona retroalimentación, destacando aciertos y áreas de mejora en los análisis y propuestas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Guía de Trabajo 9 - Lectura: «Crisis de comunicación en empresas. Tres casos» 	<ul style="list-style-type: none"> - Lectura: - UDLAP. (2017). Comunicación Organizacional. https://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/sandoval_t_mj/capitulo2.pdf - Ludiana. (s.f.). Crisis de comunicación en empresas. Tres casos. https://ludiana.com/crisis-de-comunicacion/ <p>Revisión de video:</p> <ul style="list-style-type: none"> - CRS Académico. (17 de julio de 2020). Barreras de la comunicación. ¿Qué son barreras en la comunicación? Tipos de barreras. https://www.youtube.com/watch?v=0VA1LgYoQCg

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

10	4T	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicación interna en los ecosistemas organizacionales: redes o canales y flujos de comunicación - Estilos de comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> - Al finalizar la sesión, el estudiante reconoce la comunicación interna en los ecosistemas organizacionales, identificando sus redes, canales, flujos y estilos de comunicación en distintos contextos empresariales. 	Aprendizaje colaborativo	<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, se presenta el propósito de la sesión - El docente proyecta una imagen con distintos tipos de comunicación interna (descendente, ascendente, horizontal y transversal). - Los estudiantes forman equipos para identificar ejemplos de estos tipos de comunicación en organizaciones que conozcan. - El docente plantea la pregunta ¿Por qué es importante la comunicación interna en una organización? - Los estudiantes comparten sus ideas y las registran en un organizador gráfico. - D: El docente explica de manera breve el tema - Los equipos investigan sobre un aspecto específico: Redes de comunicación interna, canales y flujos de comunicación y estilos de comunicación (asertivo, pasivo, agresivo y pasivo-agresivo). - Los equipos preparan una presentación corta con ejemplos aplicados a empresas reales. - El docente solicita a los equipos para que representen escenarios en el que la comunicación fluye de manera eficiente o deficiente para que se analice el impacto de los estilos de comunicación en la dinámica organizacional. - Los equipos proponen estrategias para mejorar la comunicación en una empresa ficticia. - C: Metacognición, síntesis y retroalimentación. - El docente y los estudiantes comparten reflexiones sobre cómo los estilos de comunicación influyen en las relaciones interpersonales. 	<ul style="list-style-type: none"> - PPT - Video «Estilos de comunicación» 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de la presentación PPT de la semana. - Video: TeoCom. (11 de junio de 2023). <i>Estilos de comunicación</i> https://youtu.be/9ITxAy7vsBQ?si=QlufQWm0PbzxAG_6 - Lectura: El arte de hablar. (2012). <i>Los estilos de comunicación</i>. Programa de entrenamiento de habilidades de comunicación https://campusvirtual.adanatraining.org/pluginfile.php/15404/mod_resource/content/3/El%20arte%20de%20hablar.pdf <p>Revisión de video:</p> <ul style="list-style-type: none"> - SIG Alejandro Cruz. (27 de marzo de 2021). <i>Comunicación Humana 05: Redes de comunicación y flujo de comunicación</i>. https://www.youtube.com/watch?v=4iHaqq05KJ0
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicación interna en los ecosistemas organizacionales: redes o canales y flujos de comunicación - Estilos de comunicación 		Método de casos (MC)	<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, se presenta el propósito de la sesión. - El docente presenta un caso real o ficticio sobre una empresa con problemas en su comunicación interna. - El docente presenta la ficha con la descripción del problema y detalles sobre los actores involucrados. - Los estudiantes identifican los elementos clave del caso. - D: El docente explica de manera breve el tema. - Se forman los equipos para que analicen los casos identificando: Tipos de comunicación interna presentes, problemas en los canales y flujos de comunicación y estilos de comunicación de los actores. - Los equipos presentan su diagnóstico mediante una infografía. - C: Metacognición, síntesis y retroalimentación - Se reflexiona cómo la experiencia práctica permite comprender los flujos y canales de comunicación en la dinámica de equipos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Guía de Trabajo 10 	

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

11	4T	<ul style="list-style-type: none"> - Determinación de objetivos clave: Cómo redactar objetivos de impacto - Determinación de estrategias comunicacionales 	<ul style="list-style-type: none"> - Al finalizar la sesión, el estudiante reconoce los elementos clave para redactar objetivos de impacto y estrategias comunicacionales, aplicando criterios básicos para su formulación en un contexto organizacional. 	Aprendizaje colaborativo	<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, se presenta el propósito de la sesión - El docente presenta ejemplos de objetivos organizacionales bien y mal redactados. - Los estudiantes identifican las diferencias y reflexionan sobre la importancia de redactar objetivos de impacto en la comunicación organizacional. - Los estudiantes responden las preguntas: ¿Por qué es importante redactar objetivos claros y medibles en una organización? ¿Cómo influyen los objetivos en la planificación de estrategias comunicacionales? ¿Qué características debe tener un objetivo para que sea efectivo? - D: El docente presenta los conceptos clave sobre la redacción de objetivos organizacionales de impacto e introduce la metodología SMART para la redacción de objetivos. - Se forman los equipos para recibir ejemplos reales de objetivos organizacionales, los cuales deben de ser analizados y verificar si cumplen con la metodología SMART y proponer mejoras. - Los equipos redactan tres objetivos organizacionales alineados al caso práctico proporcionado por el docente, deben de aplicar la metodología SMART y justificar sus decisiones. - Los equipos presentan sus objetivos, y el grupo recibe retroalimentación del docente y de los demás equipos, destacando aciertos y áreas de mejora. - C: Metacognición, síntesis y retroalimentación - Los equipos elaboran un mapa conceptual con los elementos clave de la sesión. 	<ul style="list-style-type: none"> - PPT - Video «¿Cómo se formulan objetivos para un Plan de Comunicación?» 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de la presentación PPT de la semana. - Lectura: Ríos, E., Páez, H. y Barbos, J. (2020). <i>Estrategias de comunicación</i>. (pp. 19-24). REDIPE Red Iberoamericana de Pedagogía. https://redipe.org/wp-content/uploads/2020/10/Libro-estrategias-de-comunicacion.pdf - Video: SocialCo Comunicación Online de Temas Sociales (3 de marzo de 2020). ¿Cómo se formulan objetivos para un Plan de Comunicación? https://youtu.be/DWKeZos-V8w?si=UwSlsnwHTidvCb0Q
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - Determinación de objetivos clave: Cómo redactar objetivos de impacto - Determinación de estrategias comunicacionales 		Método de casos (MC)	<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, se presenta el propósito de la sesión - El docente expone un caso real o ficticio sobre una organización que enfrenta un problema de comunicación interna o externa, se presentan datos clave, contexto y desafíos que enfrenta la organización. - Los estudiantes deben responder las preguntas: ¿Cuáles podrían ser los objetivos estratégicos de la organización en esta situación? ¿Qué factores deben considerarse para diseñar estrategias comunicacionales efectivas? - D: El docente presenta el caso de manera clara y estructurada, proporcionando información sobre la organización, el contexto y los problemas comunicacionales que enfrenta. - Los estudiantes forman los equipos para que identifiquen los problemas clave de la organización en el caso presentado, a partir del análisis deben de redactar al menos tres objetivos de impacto alineados con la metodología SMART. - Los equipos diseñan estrategias de comunicación para alcanzar los objetivos, deben considerar aspectos como canales de comunicación, públicos objetivo y mensajes clave. - Los equipos exponen sus estrategias ante la clase y se realiza una discusión sobre su viabilidad y efectividad. - C: Metacognición, síntesis y retroalimentación - El docente formula las preguntas ¿Cómo influyó la correcta redacción de los objetivos en la formulación de estrategias? ¿Qué aprendizajes se pueden aplicar en contextos organizacionales reales? 	<ul style="list-style-type: none"> - Guía de trabajo 11 	<p>Revisión del videos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La Profe Mónica. (18 de febrero de 2023). ¡Superfórmula!, para redactar Objetivos / Objetivos generales / objetivos específicos https://www.youtube.com/watch?v=DQlp0DvPBwU - SocialCo Comunicación Online de Temas Sociales. (3 de marzo de 2020). ¿Cómo desarrollar las estrategias para el plan de comunicación de nuestra ONG? https://www.youtube.com/watch?v=Si6l1SseOy8

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

12	4T	- Creación de mensajes del Plan de Comunicaciones		Aprendizaje colaborativo	<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, se presenta el propósito de la sesión - El docente plantea la pregunta ¿Qué hace que un mensaje sea efectivo en una organización? - Los estudiantes comparten ejemplos de mensajes organizacionales efectivos e ineficaces. - Se realiza una breve lluvia de ideas sobre los elementos clave de un mensaje organizacional. - D: El docente explica la importancia de los mensajes en el Plan de Comunicaciones y presenta los principios de claridad, coherencia y persuasión en la creación de mensajes. - Se forman los equipos para que analicen diferentes ejemplos de mensajes organizacionales, deben de identificar fortalezas y debilidades en los mensajes, relacionándolos con los principios explicados. - Los equipos presentan sus conclusiones y se comparan los distintos enfoques y se refuerzan los criterios clave para la construcción de mensajes. - Los equipos eligen una situación organizacional ficticia (crisis, lanzamiento de producto, cambio interno, etc.) y redactan tres versiones de un mensaje para diferentes públicos objetivos, aplicando los criterios aprendidos. - Se realiza una retroalimentación grupal para ajustar y mejorar los mensajes. - C: Metacognición, síntesis y retroalimentación - Cada equipo comparte su mensaje final y explica cómo aplicó los principios clave. - Se destacan los aprendizajes obtenidos en el proceso. mejorar sus habilidades en la creación de mensajes. 	<ul style="list-style-type: none"> - PPT - Video «Construcción de Mensajes / Plan de Comunicación [Parte 5]» 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de la presentación PPT de la semana - Video: Omar Córdova – Comunicación. (27 de noviembre de 2020). <i>Construcción de Mensajes / Plan de Comunicación [Parte 5]</i> https://www.youtube.com/watch?v=OF9ynu2mqDg
	2P	- Creación de mensajes del Plan de Comunicaciones	- Al finalizar la sesión, el estudiante reconoce las características de los mensajes efectivos en un plan de comunicaciones, identificando técnicas de claridad, coherencia y persuasión en función de los objetivos comunicacionales y los públicos objetivo.	Método de casos (MC)	<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, se presenta el propósito de la sesión - Se realiza la recapitulación de la sesión anterior a través de preguntas. - D: El docente presenta la Guía de Trabajo, explicando la consigna para su desarrollo. - Asigna a cada grupo un escenario diferente: campaña de marketing, una crisis de reputación, lanzamiento de producto, etc. - Los estudiantes forman equipos de 4 a 5 estudiantes, e inician el desarrollo de la guía de trabajo. - El docente realiza acompañamiento y observación, brindando retroalimentación formativa a los equipos en proceso de desarrollo. - Los equipos presentan sus propuestas finales y explican cómo la creación de mensajes efectivos puede cambiar la percepción de los públicos. - Los estudiantes presentan la evaluación, el resultado de los trabajos grupales, mediante el diseño de un segmento del Plan de Comunicaciones. - C: Metacognición, síntesis y retroalimentación - Los estudiantes reflexionan sobre cómo su experiencia práctica ha reforzado su comprensión del diseño de un plan de comunicaciones. <p>C2 SC3 Trabajo práctico: Redactar objetivos, estrategias y mensajes / Rúbrica de evaluación</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Guía de Trabajo 12 - Material: Plantilla de Plan de Comunicaciones 	<p>Revisión del video:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Red innovación. (29 de febrero, 2015). <i>Construcción de un mensaje efectivo</i> https://www.youtube.com/watch?v=Hz8tz8aWR0Q

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

Unidad 4		Nombre de la unidad:	Gestión del talento y manejo de presupuestos		Resultado de aprendizaje de la unidad:	Al finalizar la unidad, cada estudiante será capaz de reconocer los estilos de liderazgo, el proceso de toma de decisiones, la planificación y el control presupuestal de planes y proyectos comunicacionales.	Duración en horas	16
Se man a	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	4T	- Líder y liderazgo, tipos y estilos de liderazgo en las organizaciones - Gestión del cambio		Clase expositiva/ lección magistral (CE - LM)	<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, se presenta el propósito de la sesión - El docente plantea la pregunta: ¿Cuáles consideran que son las características esenciales de un líder en una organización exitosa? - Los estudiantes comparten sus opiniones mediante una lluvia de ideas. - D: El docente presenta el tema: Líder y liderazgo. - Se visualiza el video «Los 10 tipos de líder y sus rasgos (estilos de liderazgo)» para despertar el interés en el tema. - El docente presenta casos reales de líderes reconocidos y su impacto en la transformación organizacional. - Los estudiantes analizan de cómo diferentes estilos de liderazgo han influido en el éxito o fracaso de procesos de cambio. - Se visualiza el video «Los 8 Pasos de Kotter - Gestión del Cambio». - Se plantean preguntas para reflexionar sobre cómo un líder puede facilitar u obstaculizar la gestión del cambio. - El docente promueve el debate sobre qué estilo de liderazgo es más adecuado en distintos escenarios organizacionales. - C: Metacognición, síntesis y retroalimentación - Se solicita a los estudiantes que, en parejas, resuman los conceptos clave en 3 ideas principales. - Se proyecta una frase inspiradora sobre liderazgo y cambio organizacional para fomentar el análisis personal. 	<ul style="list-style-type: none"> - PPT - Material: Cuadro comparativo de tipos de liderazgo. - Videos: - «Los 10 tipos de líder y sus rasgos (estilos de liderazgo)» - «Los 8 Pasos de Kotter - Gestión del Cambio» 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de la presentación PPT de la semana. - Material: Fregoso, C. (2023). Cuadro comparativo de tipos de liderazgo. https://view.genially.com/64e3e4627a5fe000185a0b43/interactive-content-cuadro-comparativo-tipos-de-liderazgo - Lectura: Jiménez, A. y Villanueva, M. (2018). Los estilos de liderazgo y su influencia en la organización: Estudio de casos en el Campo de Gibraltar. Revista de la Agrupación Joven Iberoamericana de Contabilidad y administración de Empresas (AJOICA) https://gestionjoven.org/revista/contenidos_18/13.pdf - Videos: - Liferedu. (7 de febrero de 2020). Los 10 tipos de líder y sus rasgos (estilos de liderazgo) https://www.youtube.com/watch?v=b7RgUAUJXk4 - Cadena Crítica Blog. (25 de abril de 2015). Los 8 Pasos de Kotter - Gestión del Cambio https://www.youtube.com/watch?v=IMf_L0ybonA 	
	2P	- Líder y liderazgo, tipos y estilos de liderazgo en las organizaciones - Gestión del cambio	- Al finalizar la sesión, el estudiante reconoce los tipos y estilos de liderazgo en las organizaciones, así como su relación con la gestión del cambio en contextos organizacionales dinámicos.	Método de casos (MC)	<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, se presenta el propósito de la sesión - Se proyectan imágenes o se describen diferentes situaciones de liderazgo, como un CEO dirigiendo una empresa, un entrenador deportivo o un líder comunitario. - Los estudiantes responden la pregunta ¿Todos estos ejemplos representan el mismo tipo de liderazgo? - D: El docente presenta el caso de <i>Innova Tech</i> de manera detallada, explicando el contexto, los desafíos y los objetivos del cambio. - El docente divide al aula en tres equipos y se les asigna un caso: <ul style="list-style-type: none"> • Caso 1: Un gerente que debe motivar a su equipo tras una crisis organizacional. • Caso 2: Un líder que busca transformar la cultura organizacional de una empresa tradicional hacia un enfoque innovador. • Caso 3: Un equipo de trabajo que enfrenta resistencia al cambio ante una nueva tecnología en la empresa. - Los equipos responden las siguientes preguntas: ¿Qué tipo de liderazgo se observa en el caso? ¿El estilo de liderazgo es adecuado para la situación? ¿Por qué? ¿Cuáles son los principales desafíos en la gestión del cambio en esta situación? ¿Qué estrategias recomendarían para mejorar el liderazgo en este contexto? - Los equipos exponen el caso y su análisis. - Los otros equipos asumen el rol de consultores y hacen preguntas o aportan soluciones alternativas. - C: Metacognición, síntesis y retroalimentación. - Los estudiantes responden las preguntas: ¿Qué tipo de liderazgo me identifica más? ¿Cómo aplicaría lo aprendido en mi futuro profesional? - El docente sintetiza el tema. 	<ul style="list-style-type: none"> - Guía de trabajo 13 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de los videos: - David Fischman. (31 de agosto de 2012). Liderazgo en práctica - Seudolider https://www.youtube.com/watch?v=psZODGx-uLM - David Fischman. (31 de agosto de 2012). Liderazgo en práctica - Líder Transaccional https://www.youtube.com/watch?v=ha2HnhV3mMs 	

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE
MODALIDAD PRESENCIAL

14	4T	<p>- Procesos de toma de decisiones: análisis, creatividad y ética</p>	<p>- Al finalizar la sesión, el estudiante reconoce los procesos de toma de decisiones, considerando el análisis, la creatividad y la ética en distintos contextos organizacionales.</p>	<p>Aprendizaje colaborativo</p>	<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, se presenta el propósito de la sesión - El docente formula la pregunta en un <i>Padlet</i>: ¿Qué aspectos influyen en la toma de decisiones dentro de una empresa u organización? - Los estudiantes escriben sus respuestas y se agrupan los conceptos clave. - D: El docente inicia la clase con una breve revisión de los conceptos clave, utilizando una presentación y resumen interactivo. - Se trabaja con la rueda de Toma de decisiones, de manera aleatoria los estudiantes giran la ruleta y responden las preguntas. - Se forman los equipos para que analicen los casos propuestos, relacionados con la toma de decisiones en un contexto organizacional: <ul style="list-style-type: none"> • Caso 1: Una empresa debe decidir entre reducir costos, despidiendo empleados o invertir en innovación para aumentar ingresos. • Caso 2: Un gerente enfrenta un dilema ético al descubrir que un proveedor clave ofrece precios más bajos debido a prácticas laborales injustas. - Los equipos deben de seguir las siguientes pautas: <ul style="list-style-type: none"> • Identificación del problema y las alternativas • Aplicación del análisis, la creatividad y la ética en la toma de decisiones • Justificación de la decisión final - Los equipos exponen sus análisis. - Los estudiantes resuelven el cuestionario de autoevaluación. - C: Metacognición, síntesis y retroalimentación - Los estudiantes responden las siguientes preguntas ¿Cómo suelo tomar decisiones? ¿Doy más importancia al análisis, la creatividad o la ética? ¿Qué aspectos puedo mejorar en mi proceso de toma de decisiones? - El docente refuerza los conceptos. 	<ul style="list-style-type: none"> - PPT - Dinámica: Toma de decisiones - Material: Cuestionario de autoevaluación relacionada a la toma de decisiones 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de la presentación PPT de la semana - Becerra, M. (s.f.). Toma de decisiones. Wordwall. [herramienta]. https://wordwall.net/es/resource/17859301/toma-de-decisiones - Lectura: Arévalo, J. y Estrada, H. (2017). La toma de decisiones. Una revisión del tema. En Prieto-Pulido, R. y García-Guiliany, J. (2017). Gerencia de las organizaciones. Un enfoque empresarial. Ediciones Universidad Simón Bolívar. Barranquilla-Colombia. 249-278. https://bonga.unisimon.edu.co/server/api/core/bitstreams/a5c4305c-938a-4d53-a4ae-fdfed52135ae/content <p>Revisión de videos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Borja Vilaseca. (05 de marzo, 2018). ¿Cómo tomar decisiones cuando te paralizan las dudas? Liga https://www.youtube.com/watch?v=o_jlQJCgGfc
----	----	--	--	---------------------------------	--	---	--

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

	2P	<p>- Procesos de toma de decisiones: análisis, creatividad y ética</p>	Método de casos (MC)	<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, se presenta el propósito de la sesión - El docente presenta tres situaciones rápidas en las que los estudiantes deben tomar una decisión individual en menos de un minuto: <ul style="list-style-type: none"> • Caso 1: Una empresa enfrenta una crisis financiera y debe decidir entre reducir costos o buscar financiamiento externo. • Caso 2: Un gerente descubre que un proveedor ha cometido una falta ética y debe decidir si lo reporta o busca una solución interna. • Caso 3: Una <i>startup</i> necesita lanzar un producto innovador, pero hay dos enfoques estratégicos diferentes. - Cada estudiante elige una opción y argumenta brevemente su decisión. - El docente formula las siguientes preguntas: ¿En qué basaron su decisión? ¿Qué elementos de análisis, creatividad o ética utilizaron? - D: El docente presenta la guía de trabajo y presenta el caso de manera detallada. - Se forman los equipos de trabajo y se les asigna un caso práctico relacionado con la toma de decisiones: <ul style="list-style-type: none"> • Caso 1 (Análisis): Una empresa debe decidir entre automatizar procesos o invertir en capacitación para mejorar la productividad. • Caso 2 (Creatividad): Un equipo de marketing debe diseñar una estrategia innovadora para relanzar un producto que ha perdido relevancia. • Caso 3 (Ética): Un directivo descubre que un competidor ha filtrado información falsa sobre su empresa. ¿Cómo debe actuar? - Los equipos responden las preguntas: ¿Cuáles son las alternativas de decisión disponibles? ¿Qué datos y factores deben considerar en su análisis? ¿Cómo pueden aplicar la creatividad en su solución? ¿Qué aspectos éticos deben tomar en cuenta? - Los equipos exponen la solución propuesta. - Los demás equipos asumen el rol de un consejo directivo y pueden cuestionar la decisión, pedir justificaciones o proponer alternativas. - El docente modera la discusión para destacar cómo cada equipo integró el análisis, la creatividad y la ética en su toma de decisiones. - C: Metacognición, síntesis y retroalimentación - Los estudiantes responden las preguntas: ¿Qué aprendí sobre la toma de decisiones en esta sesión? ¿Cómo puedo mejorar mi capacidad para analizar, ser creativo y considerar la ética en mis decisiones? - El docente sintetiza y concluye resaltando los aprendizajes clave de la sesión. 	- Guía de trabajo 14	<ul style="list-style-type: none"> - WOBI - Inspiring Ideas (4 de noviembre de 2016). ¿Cuáles tu rol en la toma de decisiones? / Ernesto Weissmann / WOBI https://youtu.be/-uX43QG6wW8?si=xhWP6gi6TeS-BaPB - Participación en foro de discusión
--	----	--	----------------------	--	----------------------	--

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

15	4T	<p>- Partes fundamentales de un Plan Estratégico</p>	<p>- Al finalizar la sesión, el estudiante reconoce las partes fundamentales de un Plan Estratégico, considerando su estructura y su relevancia en la gestión organizacional.</p>	Aprendizaje colaborativo	<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, se presenta el propósito de la sesión - El docente divide a los estudiantes en equipos pequeños y se les da un reto: Deben diseñar la estrategia de una empresa, pero sin un esquema claro. - Los equipos eligen una empresa ficticia y define tres estrategias clave para su crecimiento. - Los estudiantes responden las preguntas: ¿Qué dificultades encontraron al no contar con una estructura clara? ¿Cómo podría ayudar un Plan Estratégico en la organización de estas ideas? - Mediante una lluvia de ideas, los estudiantes responden la pregunta ¿Cuáles creen que son los elementos clave de un Plan Estratégico? - D: El docente introduce el tema y explica la importancia de un Plan Estratégico en la gestión organizacional. - Se visualiza el video «Plan estratégico – Elementos», para que los estudiantes identifiquen los elementos que incluye un Plan Estratégico de Comunicaciones. - Se forman los equipos de trabajo y se les distribuye fragmentos de planes estratégicos reales (o ejemplos ficticios) a cada equipo. - Cada equipo debe identificar y analizar: <ul style="list-style-type: none"> • Misión y visión • Objetivos estratégicos • Análisis FODA • Estrategias y planes de acción - Se presentan los hallazgos en plenaria. - El docente guía un debate mediante las preguntas: ¿Cuál de estos elementos consideran más relevante para el éxito de un plan estratégico? ¿Es posible un plan sin alguno de estos elementos? - Los estudiantes, de manera individual, elaboran un esquema de las partes fundamentales de un Plan Estratégico de Comunicación basado en los aprendidos en clase. - El docente revisa los esquemas y proporciona una retroalimentación. - C: Metacognición, síntesis y retroalimentación - Los estudiantes responden de manera individual las preguntas: ¿Cómo impacta un Plan Estratégico en la toma de decisiones organizacionales? ¿Qué parte del plan les pareció más importante y por qué? - Se refuerzan los conceptos clave de la sesión. 	<ul style="list-style-type: none"> - PPT - Video «Plan estratégico elementos» 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de la presentación PPT de la semana. - Videos: - leofx333. (22 de junio de 2020). <i>Plan estratégico – Elementos</i> https://www.youtube.com/watch?v=pBhfkzA_FGM - Dirección de Educación en Línea. (16 de junio de 2016). <i>Plan estratégico de comunicación - DIRCOM UDLA</i> https://www.youtube.com/watch?v=f4i9XvIS-m8 <p>Revisión de video:</p> <ul style="list-style-type: none"> - José Gutiérrez. (13 de octubre de 2019). <i>Cómo hacer un Plan de Comunicación.</i> https://www.youtube.com/watch?v=U1ZeZl1Q5nE
----	----	--	---	--------------------------	---	---	--

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

	<p>2P</p>	<p>- Partes fundamentales de un Plan Estratégico de Comunicaciones</p>		<p>Método de casos (MC)</p> <ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, se presenta el propósito de la sesión - El docente proyecta tres escenarios de crisis comunicacional en diferentes tipos de organizaciones: <ul style="list-style-type: none"> • Un escándalo reputacional de una empresa. • Un mal manejo de crisis en redes sociales. • La falta de comunicación interna en una institución. - Los estudiantes responden las preguntas: ¿Cómo creen que la empresa debería haber manejado la situación? ¿Qué elementos de un Plan Estratégico de Comunicaciones pudieron haberse aplicado? - Mediante las respuestas de los estudiantes se relaciona con la importancia de la planificación estratégica en la comunicación organizacional. - D: El docente explica el objetivo del plan a desarrollar, aplicando las partes fundamentales del Plan Estratégico de Comunicación aprendido en clase. - Se forman los equipos de trabajo y se les asigna un caso real o ficticio de una empresa u organización con desafíos comunicacionales. <ul style="list-style-type: none"> • Caso 1: Una empresa que necesita mejorar su comunicación interna para reducir conflictos laborales. • Caso 2: Una marca que enfrenta una crisis de reputación tras una campaña mal recibida. • Caso 3: Una ONG que busca mejorar su estrategia de comunicación externa para captar más donaciones. - Los equipos analizan su caso respondiendo: <ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico: ¿Cuál es el problema principal de comunicación? • Públicos clave: ¿A quiénes se debe dirigir la estrategia? • Objetivos estratégicos: ¿Qué se busca lograr con el Plan Estratégico de Comunicaciones? • Estrategias y tácticas: ¿Qué acciones concretas se pueden aplicar para mejorar la comunicación? • Indicadores de éxito: ¿Cómo se medirá la efectividad de la estrategia? - Los equipos preparan una breve presentación con sus conclusiones. - C: Metacognición, síntesis y retroalimentación - Cada estudiante responde las preguntas: ¿Qué aprendí sobre la planificación estratégica en comunicación? ¿Cómo puedo aplicar estos conocimientos en mi futuro profesional? - Se refuerzan los aprendizajes clave de la sesión. <p>C2 SC4 Ejercicios grupales de planificación financiera / Rúbrica de evaluación</p>	<p>- Guía de Trabajo 15</p>	
--	-----------	--	--	---	-----------------------------	--

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

16	4T	<p>- Planificación financiera estratégica: ingresos, costos y gastos</p>	<p>- Al finalizar la sesión, el estudiante reconoce los conceptos básicos de la planificación financiera estratégica, considerando la importancia de los ingresos, costos y gastos en la sostenibilidad de planes y proyectos comunicacionales.</p>	Aprendizaje colaborativo	<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, se presenta el propósito de la sesión - El docente presenta tres situaciones financieras típicas en la gestión de proyectos comunicacionales: <ul style="list-style-type: none"> • Una agencia de publicidad debe decidir cómo asignar su presupuesto entre publicidad digital y tradicional. • Un medio de comunicación enfrenta una disminución en sus ingresos publicitarios y necesita ajustar sus costos. • Un equipo de relaciones públicas debe evaluar los costos de producción de un evento corporativo. - Los estudiantes se dividen en equipos y responden las preguntas: <ul style="list-style-type: none"> ¿Cuáles son los factores clave a considerar en cada decisión? ¿Cómo influye la planificación financiera en la sostenibilidad del proyecto? - Se discuten las respuestas sobre la importancia de la planificación financiera. - Los equipos elaboran un cuadro de tres columnas de ingresos, costos y gastos, conceptualiza cada uno y da ejemplos relacionados con cada categoría. - Se comparan las respuestas con las definiciones teóricas para detectar ideas erróneas o confusas. - D: El docente explica la importancia de la planificación financiera en la sostenibilidad de proyectos comunicacionales. - Se forman los equipos de trabajo y reciben una ficha con un proyecto comunicacional, como el lanzamiento de una campaña publicitaria, producción de un documental, implementación de un plan de marketing digital. - Los equipos deben de identificar: <ul style="list-style-type: none"> • Fuentes de ingresos del proyecto (patrocinios, ventas, publicidad, subvenciones). • Costos directos e indirectos asociados a la producción y ejecución. • Gastos operativos y administrativos involucrados. - Los equipos presentan sus ideas. - El docente da a cada equipo una ficha con un proyecto comunicacional, como el lanzamiento de una campaña publicitaria, producción de un documental, implementación de un plan de marketing digital. - Los equipos deben de identificar: <ul style="list-style-type: none"> • Fuentes de ingresos del proyecto (patrocinios, ventas, publicidad, subvenciones). • Costos directos e indirectos asociados a la producción y ejecución. • Gastos operativos y administrativos involucrados. - Cada equipo presenta su análisis. - En equipos, elaboran un esquema de planificación financiera para un proyecto comunicacional ficticio, debe incluir: Fuentes de ingresos, clasificación de costos y gastos, presupuesto básico - C: Metacognición, síntesis y retroalimentación 	<ul style="list-style-type: none"> - PPT - Video: «Plan Financiero» - Material: Plantilla de presupuestos 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de la presentación PPT de la semana. - Video: VP.Docente. (9 de diciembre de 2022). Plan Financiero https://youtu.be/HtsylDsnpGU?si=G5ZpOGw20RMDKaB Revisión del video: - Appxolot. (11 de marzo de 2020). Plan presupuestal – Objetivos https://www.youtube.com/watch?v=VSpy5Bdh7x4
----	----	--	---	--------------------------	---	--	---

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

	2P	<p>- Planificación financiera estratégica: ingresos, costos y gastos</p>	Método de casos (MC)	<ul style="list-style-type: none"> - I: Motivación, se presenta el propósito de la sesión. - El docente entrega a cada equipo un caso financiero estratégico, el cual puede ser real o simulado, relacionado con la gestión financiera en un contexto organizacional. <ul style="list-style-type: none"> • Caso 1: Una agencia de publicidad enfrenta una disminución en sus ingresos por clientes y debe ajustar su estructura de costos sin afectar la calidad del servicio. • Caso 2: Un medio digital necesita definir cómo distribuir su presupuesto entre producción de contenido, publicidad y gestión operativa. • Caso 3: Un evento corporativo debe ser organizado con un presupuesto limitado y requiere una planificación eficiente de costos y gastos. - Se permite a los equipos hacer preguntas aclaratorias sobre el caso antes de iniciar su análisis. - D: El docente realiza un repaso general de los puntos clave. - Los equipos deben de analizar el caso asignado y presentar una solución financiera estructurada que incluya: <ul style="list-style-type: none"> • Fuentes de ingresos: ¿Cómo puede la organización aumentar o diversificar sus ingresos? • Estructura de costos: ¿Cuáles son los costos fijos y variables en el proyecto? • Análisis de gastos: ¿Qué ajustes pueden hacerse para optimizar la rentabilidad? • Estrategia de sostenibilidad: ¿Cómo garantizar la viabilidad financiera a mediano y largo plazo? - El docente monitorea los equipos para observar su desempeño, resolver dudas y evaluar su proceso de trabajo - Los equipos exponen con argumentos y justificación de cada decisión tomada de su análisis financiero y sus estrategias - Los demás equipos pueden hacer preguntas o comentarios para enriquecer el debate. - C: Se retroalimenta la evaluación final y se reflexiona sobre la necesidad de que el profesional en comunicación tenga la capacidad de diseñar y ejecutar un plan de comunicación. - Los equipos responden las siguientes preguntas: ¿Cuáles fueron los principales desafíos al tomar decisiones financieras estratégicas? ¿Cómo podrían haber mejorado su análisis financiero? ¿Qué aprendieron de las soluciones presentadas por otros equipos? <p>Evaluación Final Sustentación grupal del caso propuesto/ Rúbrica de evaluación</p>	- Guía de Trabajo 16
--	-----------	--	----------------------	--	----------------------