

HOJA CALENDARIO DEL DOCENTE – PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE MODALIDAD PRESENCIAL / PERÍODO 2020

Nombre de la asignatura	Fundamentos de Marketing	Resultado de aprendizaje de la asignatura:	Al finalizar la asignatura, el estudiante será capaz de identificar necesidades de los consumidores que constituyen oportunidades de negocios aplicando las técnicas del marketing estratégico y creando valor para los clientes.	Competencias con las que la asignatura contribuye:	Nivel de logro de la competencia
				Gestión Organizacional	1
				Evaluación del Entorno De Negocios	1
					Elija un elemento.

Unidad 1	Nombre de la unidad:	Fundamentos de marketing	Resultado de aprendizaje de la unidad:	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de identificar los conceptos fundamentales de marketing en el contexto actual.		
Semana	Horas / Tipo de sesión	Temas y subtemas	Actividades sincronas (Video clases)			Actividades de aprendizaje autónomo Asíncronas (Estudiante – aula virtual)
			Actividades y recursos para la enseñanza (Docente)	Actividades y recursos para el aprendizaje (Estudiante)	Metodología	
1	2T	- La evolución de la orientación del marketing	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: estudiantes se presentan asertivamente. - Comparten expectativas (con dinámica participativa y activa) docente y estudiantes respecto al desarrollo de la asignatura (sílabo y demás). - Se visualiza un video sobre la asignatura Fundamentos de Marketing y los estudiantes, a través de la lluvia de ideas, manifiestan sus opiniones en referencia a sus propias especialidades. - Aplicación de la prueba diagnóstica https://www.youtube.com/watch?v=OB9FedWEmRE - C: el docente aplica la estrategia lluvia de ideas sobre expectativas sobre la asignatura. Solución de preguntas 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes interactúan sobre la organización cognitiva, metodológica y de evaluación del sílabo. - Desarrollan la evaluación diagnóstica para evidenciar sus saberes previos. - Los estudiantes señalan sus expectativas con respecto a la asignatura y se evalúa la viabilidad de su ejecución. 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión del sílabo - Lecturas de la realidad nacional, disponibles en el aula virtual. - Revisión de las PPTs de la clase
	2P	- Caso 1: Identificar un sistema de marketing	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: A través de una PPT se explica el tema - Se propone la conformación de equipos, la revisión y resolución del caso 1 - C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los equipos de trabajo identifican una empresa de nuestra zona. - Formulan el concepto de marketing que aplican. - Presentan su solución a través del aula virtual 	Aprendizaje colaborativo	
2	2T	- La evolución del concepto del marketing	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: Se presenta el tema con ayuda de la PPT - Se visualiza un video sobre la asignatura Fundamentos de Marketing y los estudiantes, a través de la lluvia de ideas, manifiestan sus opiniones en referencia a sus propias 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Lecturas de la realidad nacional, disponibles en el aula virtual. - Revisión de las PPTs de la clase

Las actividades de aprendizaje autónomo en el aula virtual son las realizadas por el estudiante. Cada semana, el docente tiene el rol de monitorear, supervisar, evaluar y retroalimentar estas actividades, además de atender los foros y las comunicaciones generadas en el aula virtual.

HOJA CALENDARIO DEL DOCENTE – PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE MODALIDAD PRESENCIAL / PERÍODO 2020

			especialidades. https://www.youtube.com/watch?v=UhBNvafphfU - C: Se realiza retroalimentación. - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron.			
	2P	- Análisis de casos	- I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: Se presenta el tema con ayuda de la PPT - Los alumnos resuelven el caso propuesto en equipo - C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron.	- Los estudiantes participan durante la clase - Los estudiantes resuelven grupalmente el caso propuesto	Aprendizaje colaborativo	
3	2T	- Aplicación del concepto del marketing	- I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: Se presenta el tema con ayuda de la PPT - Se visualiza un video sobre la asignatura Fundamentos de Marketing y los estudiantes, a través de la lluvia de ideas, manifiestan sus opiniones en referencia a sus propias especialidades. https://www.youtube.com/watch?v=tkdLYI_XRM - C: Se realiza retroalimentación. - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron.	- Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas	Clase magistral activa	- Lecturas de la realidad nacional, disponibles en el aula virtual. - Revisión de las PPTs de la clase
	2P	- Análisis de Casos Consolidado 1 Ejercicios grupales aplicación para problemas/ Ficha de evaluación	- I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: Se presenta el tema con ayuda de la PPT - Los alumnos resuelven el caso propuesto en equipo - C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron.	- Los estudiantes participan durante la clase - Los estudiantes resuelven grupalmente el caso propuesto	Aprendizaje colaborativo	
4	2T	- Otros conceptos del marketing	- I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: Se presenta el tema con ayuda de la PPT - Se visualiza un video sobre la asignatura Fundamentos de Marketing y los estudiantes, a través de la lluvia de ideas, manifiestan sus opiniones en referencia a sus propias especialidades. https://www.youtube.com/watch?v=ICpNzWdoO3Y - C: Se realiza retroalimentación. - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron.	- Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas	Clase magistral activa	- Lecturas de la realidad nacional, disponibles en el aula virtual. - Monitoreo del foro de discusión - Revisión de las PPTs de la clase
	2P	- Análisis de casos Consolidado 1 Evaluación teórico-práctica / Prueba de desarrollo	- I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: Se presenta el tema con ayuda de la PPT - Los alumnos resuelven el caso propuesto en equipo - C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron.	- Los estudiantes participan durante la clase - Los estudiantes resuelven grupalmente el caso propuesto	Aprendizaje colaborativo	

HOJA CALENDARIO DEL DOCENTE – PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE MODALIDAD PRESENCIAL / PERÍODO 2020

Unidad 2		Nombre de la unidad:	Dirección de Marketing	Resultado de aprendizaje de la unidad:	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de explicar la relación de la planeación estratégica empresarial con el marketing.		
Semana	Horas / Tipo de sesión	Temas y subtemas	Actividades síncronas (Video clases)			Actividades de aprendizaje autónomo Asíncronas (Estudiante – aula virtual)	
			Actividades y recursos para la enseñanza (Docente)	Actividades y recursos para el aprendizaje (Estudiante)	Metodología		
1	2T	- Funciones del marketing	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: Se presenta el tema con ayuda de la PPT - Se visualiza un video sobre la asignatura Fundamentos de Marketing y los estudiantes, a través de la lluvia de ideas, manifiestan sus opiniones en referencia a sus propias especialidades. https://www.youtube.com/watch?v=ODfzKNSyBnM - C: Se realiza retroalimentación. - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Lecturas de la realidad nacional, disponibles en el aula virtual. - Revisión de las PPTs de la clase 	
	2P	- Análisis de casos	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: Se presenta el tema con ayuda de la PPT - Los alumnos resuelven el caso propuesto en equipo - C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase - Los estudiantes resuelven grupalmente el caso propuesto 	Aprendizaje colaborativo		
2	2T	- Planeación estratégica	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: Se presenta el tema con ayuda de la PPT - Se visualiza un video sobre la asignatura Fundamentos de Marketing y los estudiantes, a través de la lluvia de ideas, manifiestan sus opiniones en referencia a sus propias especialidades. https://www.youtube.com/watch?v=XB8_uvd1H9I - C: Se realiza retroalimentación. - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Lecturas de la realidad nacional, disponibles en el aula virtual. - Revisión de las PPTs de la clase 	
	2P	- Análisis de casos Consolidado 1 Ejercicios grupales aplicación para identificar problemas / Ficha de evaluación	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: Se presenta el tema con ayuda de la PPT - Los alumnos resuelven el caso propuesto en equipo - C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase - Los estudiantes resuelven grupalmente el caso propuesto 	Aprendizaje colaborativo		
3	2T	. Marketing y medio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: Se presenta el tema con ayuda de la PPT 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Lecturas de la realidad nacional, disponibles en el aula virtual. - Revisión de las PPTs de la clase 	

Las actividades de aprendizaje autónomo en el aula virtual son las realizadas por el estudiante. Cada semana, el docente tiene el rol de monitorear, supervisar, evaluar y retroalimentar estas actividades, además de atender los foros y las comunicaciones generadas en el aula virtual.

HOJA CALENDARIO DEL DOCENTE – PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE MODALIDAD PRESENCIAL / PERÍODO 2020

			<ul style="list-style-type: none"> - Se visualiza un video sobre la asignatura Fundamentos de Marketing y los estudiantes, a través de la lluvia de ideas, manifiestan sus opiniones en referencia a sus propias especialidades. https://www.youtube.com/watch?v=VG2tfGVmbeY - C: Se realiza retroalimentación. - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 			
	2P	- Análisis de casos Consolidado 1 Ejercicios grupales en clase de análisis de casos/ Ficha de evaluación	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: Se presenta el tema con ayuda de la PPT - Los alumnos resuelven el caso propuesto en equipo - C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase - Los estudiantes resuelven grupalmente el caso propuesto 	Aprendizaje colaborativo	
4	2T	. Gestión en marketing y su relación con otras áreas	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: Se presenta el tema con ayuda de la PPT - Se visualiza un video sobre la asignatura Fundamentos de Marketing y los estudiantes, a través de la lluvia de ideas, manifiestan sus opiniones en referencia a sus propias especialidades. https://www.youtube.com/watch?v=kvLpGyWr7lY - C: Se realiza retroalimentación. - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Lecturas de la realidad nacional, disponibles en el aula virtual. - Monitoreo del foro de discusión - Revisión de las PPTs de la clase
	2P	- Análisis de casos EVALUACIÓN PARCIAL Evaluación teórico-práctica / Prueba de desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: Se presenta el tema con ayuda de la PPT - Los alumnos resuelven el caso propuesto en equipo - C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase - Los estudiantes resuelven grupalmente el caso propuesto 	Aprendizaje colaborativo	

Unidad 3		Nombre de la unidad:	Comprensión del mercado y de los clientes	Resultado de aprendizaje de la unidad:	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de interpretar la gestión de información de marketing y el comportamiento del consumidor final y del comprador empresarial.		
Semana	Horas / Tipo de sesión	Temas y subtemas	Actividades sincronas (Video clases)			Actividades de aprendizaje autónomo Asíncronas (Estudiante – aula virtual)	
			Actividades y recursos para la enseñanza (Docente)	Actividades y recursos para el aprendizaje (Estudiante)	Metodología		
1	2T	- Sistema de información del marketing	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: Se presenta el tema con ayuda de la PPT 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Lecturas de la realidad nacional, disponibles en el aula virtual. - Revisión de las PPTs de la clase 	

Las actividades de aprendizaje autónomo en el aula virtual son las realizadas por el estudiante. Cada semana, el docente tiene el rol de monitorear, supervisar, evaluar y retroalimentar estas actividades, además de atender los foros y las comunicaciones generadas en el aula virtual.

HOJA CALENDARIO DEL DOCENTE – PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE MODALIDAD PRESENCIAL / PERÍODO 2020

			<ul style="list-style-type: none"> - Se visualiza un video sobre la asignatura Fundamentos de Marketing y los estudiantes, a través de la lluvia de ideas, manifiestan sus opiniones en referencia a sus propias especialidades. https://www.youtube.com/watch?v=Rh6bxdlbFDk - C: Se realiza retroalimentación. - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	- Responden las preguntas formuladas		
	2P	- Análisis de casos	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: Se presenta el tema con ayuda de la PPT - Los alumnos resuelven el caso propuesto en equipo - C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase - Los estudiantes resuelven grupalmente el caso propuesto 	Aprendizaje colaborativo	
2	2T	- Estructura de mercados	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: Se presenta el tema con ayuda de la PPT - Se visualiza un video sobre la asignatura Fundamentos de Marketing y los estudiantes, a través de la lluvia de ideas, manifiestan sus opiniones en referencia a sus propias especialidades. https://www.youtube.com/watch?v=bDLsdwJBPr8 - C: Se realiza retroalimentación. - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Lecturas de la realidad nacional, disponibles en el aula virtual. - Revisión de las PPTs de la clase
	2P	- Análisis de casos	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: Se presenta el tema con ayuda de la PPT - Los alumnos resuelven el caso propuesto en equipo - C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase - Los estudiantes resuelven grupalmente el caso propuesto 	Aprendizaje colaborativo	
3	2T	- Estructura de mercados	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: Se presenta el tema con ayuda de la PPT - Se visualiza un video sobre la asignatura Fundamentos de Marketing y los estudiantes, a través de la lluvia de ideas, manifiestan sus opiniones en referencia a sus propias especialidades. https://www.youtube.com/watch?v=tMz2hi2StqQ - C: Se realiza retroalimentación. - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Lecturas de la realidad nacional, disponibles en el aula virtual. - Revisión de las PPTs de la clase
	2P	- Análisis de casos	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: Se presenta el tema con ayuda de la PPT - Los alumnos resuelven el caso propuesto en equipo - C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase - Los estudiantes resuelven grupalmente el caso propuesto 	Aprendizaje colaborativo	

Las actividades de aprendizaje autónomo en el aula virtual son las realizadas por el estudiante. Cada semana, el docente tiene el rol de monitorear, supervisar, evaluar y retroalimentar estas actividades, además de atender los foros y las comunicaciones generadas en el aula virtual.

HOJA CALENDARIO DEL DOCENTE – PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE MODALIDAD PRESENCIAL / PERÍODO 2020

4	2T	Comportamiento del consumidor	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: Se presenta el tema con ayuda de la PPT - Se visualiza un video sobre la asignatura Fundamentos de Marketing y los estudiantes, a través de la lluvia de ideas, manifiestan sus opiniones en referencia a sus propias especialidades. https://www.youtube.com/watch?v=iT_i5WueKIQ - C: Se realiza retroalimentación. - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Lecturas de la realidad nacional, disponibles en el aula virtual. - Monitoreo del foro de discusión - Revisión de las PPTs de la clase
	2P	Análisis de casos	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: Se presenta el tema con ayuda de la PPT - Los alumnos resuelven el caso propuesto en equipo - C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase - Los estudiantes resuelven grupalmente el caso propuesto 	Aprendizaje colaborativo	

Unidad 4		Nombre de la unidad:	Diseño y estrategia de la mezcla de marketing	Resultado de aprendizaje de la unidad:	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de relacionar la estrategia empresarial y el diseño de una mezcla de marketing impulsada por el cliente en un trabajo integrador.		
Semana	Horas / Tipo de sesión	Temas y subtemas	Actividades sincronas (Video clases)			Actividades de aprendizaje autónomo Asíncronas (Estudiante – aula virtual)	
			Actividades y recursos para la enseñanza (Docente)	Actividades y recursos para el aprendizaje (Estudiante)	Metodología		
1	2T	Estrategia de marketing orientada al cliente	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: Se presenta el tema con ayuda de la PPT - Se visualiza un video sobre la asignatura Fundamentos de Marketing y los estudiantes, a través de la lluvia de ideas, manifiestan sus opiniones en referencia a sus propias especialidades. https://www.youtube.com/watch?v=9H9qGvllB7M - C: Se realiza retroalimentación. - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Lecturas de la realidad nacional, disponibles en el aula virtual. - Revisión de las PPTs de la clase 	

Las actividades de aprendizaje autónomo en el aula virtual son las realizadas por el estudiante. Cada semana, el docente tiene el rol de monitorear, supervisar, evaluar y retroalimentar estas actividades, además de atender los foros y las comunicaciones generadas en el aula virtual.

HOJA CALENDARIO DEL DOCENTE – PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE MODALIDAD PRESENCIAL / PERÍODO 2020

	2P	- Análisis de casos	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: Se presenta el tema con ayuda de la PPT - Los alumnos resuelven el caso propuesto en equipo - C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase - Los estudiantes resuelven grupalmente el caso propuesto 	Aprendizaje colaborativo	
2	2T	- Marketing mix	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: Se presenta el tema con ayuda de la PPT - Se visualiza un video sobre la asignatura Fundamentos de Marketing y los estudiantes, a través de la lluvia de ideas, manifiestan sus opiniones en referencia a sus propias especialidades. https://www.youtube.com/watch?v=OB9FedWEmRE - C: Se realiza retroalimentación. Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Lecturas de la realidad nacional, disponibles en el aula virtual. - Revisión de las PPTs de la clase
	2P	- Análisis de casos	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: Se presenta el tema con ayuda de la PPT - Los alumnos resuelven el caso propuesto en equipo - C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase - Los estudiantes resuelven grupalmente el caso propuesto 	Aprendizaje colaborativo	
3	2T	- Marketing mix	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: Se visualiza un video sobre la asignatura Fundamentos de Marketing y los estudiantes, a través de la lluvia de ideas, manifiestan sus opiniones en referencia a sus propias especialidades. https://www.youtube.com/watch?v=el_FEBV970w&t=189s - C: Se realiza retroalimentación. Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Lecturas de la realidad nacional, disponibles en el aula virtual. - Revisión de las PPTs de la clase
	2P	- Análisis de casos CONSOLIDADO 2 Evaluación teórico-práctica / Prueba de desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: Se presenta el tema con ayuda de la PPT - Los alumnos resuelven el caso propuesto en equipo - C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase - Los estudiantes resuelven grupalmente el caso propuesto 	Aprendizaje colaborativo	
4	2T	- Marketing mix	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: Se presenta el tema con ayuda de la PPT - Se visualiza un video sobre la asignatura Fundamentos de Marketing y los estudiantes, a través de la lluvia de ideas, manifiestan sus opiniones en referencia a sus propias especialidades. https://www.youtube.com/watch?v=9YPxOiQCMQc 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Lecturas de la realidad nacional, disponibles en el aula virtual. - Monitoreo del foro de discusión - Revisión de las PPTs de la clase

Las actividades de aprendizaje autónomo en el aula virtual son las realizadas por el estudiante. Cada semana, el docente tiene el rol de monitorear, supervisar, evaluar y retroalimentar estas actividades, además de atender los foros y las comunicaciones generadas en el aula virtual.

HOJA CALENDARIO DEL DOCENTE – PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE MODALIDAD PRESENCIAL / PERÍODO 2020

			<ul style="list-style-type: none"> - C: Se realiza retroalimentación. - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 			
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de casos <p>EVALUACIÓN FINAL Evaluación teórico-práctica / Prueba de desarrollo</p>	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: Se presenta el tema con ayuda de la PPT - Los alumnos resuelven el caso propuesto en equipo - C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase - Los estudiantes resuelven grupalmente el caso propuesto 	Aprendizaje colaborativo	