Universidad Continental

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

Nombre de la asignatura	Mercadotecnia	**Resultado de aprendizaje de la asignatura:**	Al finalizar la asignatura, el estudiante será capaz de entender, desarrollar y aplicar conceptos fundamentales de mercadotecnia, su relación sistémica en las actividades empresariales y el uso de modelos de decisión aplicada en ingeniería.

Mercadotecnia				
TIPO	**COMPETENCIAS**	**CRITERIOS**	**ESPECIFICACIÓN DEL NIVEL DEL LOGRO**	**NIVEL**
TRANSVERSAL	**EL INGENIERO Y LA SOCIEDAD** **Maneja temas contemporáneos relacionados con la práctica de su profesión.**	**C1. Temas sociales, económicos, políticos, ambientales**	Explica acontecimientos sociales, económicos, ambientales y políticos, incorporándolos como lecciones aprendidas para su futura práctica profesional.	**2**
		C2. Temas tecnológicos y científicos	Explica acontecimientos tecnológicos y científicos incorporándolos como lecciones aprendidas para su futura práctica profesional.	**2**

Unidad 1	**Nombre de la unidad:**	La Mercadotecnia y su entorno	**Resultado de aprendizaje de la unidad:**	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de identificar el concepto de mercadotecnia así como el de macroentorno y microentorno donde se desarrolla esta área.

Semana	**Horas / Tipo de sesión**	**Temas y subtemas**	**Actividades síncronas**			**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**	- Presentaciones: docente, estudiantes, asignatura - Introducción al Marketing	- Propósito de la sesión: revisión de temas de la unidad - **I**: Dinámica de presentación docente y estudiantes - **D**: Explicación sílabo - **C**: solución de preguntas / indicaciones para la evaluación diagnóstica	- Presentación: expectativas sobre el curso - Preguntas sobre sílabo	Clase magistral activa	- Revisión del sílabo - Solución de la evaluación diagnóstica - Revisión de presentaciones PPt de la semana - **Tarea 1**: ¿Qué necesidades busca atender Cementos Sol con su campaña Techeritos Fútbol Club?
	2P	- Las Necesidades: Maslow	- Propósito de la sesión: revisión de temas de la unidad - **I**: caso motivador: el caso de Cementos Sol - **D**: preguntas para discusión / análisis de ejemplos - **C**: síntesis conjunta	- Discusión en grupos: planteamiento de problemas / preguntas de investigación - Plenaria	Estudio de casos	

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.

Universidad Continental

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

2	2T	- El Ciclo de Vida del Producto	- **I**: revisión semana 1 e introducción - **D**: Solución de preguntas sobre lectura y video, acerca de paradigmas en la investigación - **C**: síntesis conjunta	- Discusión en grupos - Planteamiento de preguntas y dudas	Clase magistral activa	ANTES DE LA SESIÓN DE VIDEO CLASE: - Revisión de presentaciones PPt de la semana - Realizar lectura crítica sobre Gerencia de Producto
	2P	- El Desarrollo de Productos	- Propósito de la sesión: revisión de temas de la unidad - **I**: Ejemplos de artículos científicos - **D**: Explicación - **C**: Síntesis conjunta	- Discusión en grupos - Planteamiento de preguntas y dudas	Estudio de casos	
3	2T	- El Macroentorno	- Propósito de la sesión: revisión de temas de la unidad - **I**: revisiones de la semana 2 e introducción - **D**: ejemplos, preguntas para discusión, formar grupos - Uso de Simulador Markestrated. - **C**: síntesis conjunta	- Discusión en grupos: análisis de ejemplos - Preguntas y dudas	Clase magistral activa	- Revisión de presentaciones PPt de la semana - **Visualiza Video: Entrevista a Carlos Añaños en la Hora N**
	2P	- Las 5 fuerzas de Porter	- Propósito de la sesión: revisión de temas de la unidad - **I**: casos motivadores: Kola Real - **D**: explicación - Uso del Simulador Markestrated. - **C**:síntesis conjunta	- Análisis de un caso: ¿En qué consiste la Estrategia de Kola Real?	Estudio de casos	
4	2T	- El Microentorno	- **I**: propósito de la sesión: revisión de temas de la unidad - **D**: presentación de ejemplos para trabajar en grupos - Uso del Simulador Markestrated - **C**: síntesis	- Trabajo grupal: análisis y discusión de ejemplos - Plenaria: exposición de cada grupo	Clase magistral activa	- Revisión de presentaciones PPt de la semana - **Realización del CONSOLIDADO 1 - SUBCOMPONENTE 1**
	2P	- Análisis de Cadena de Valor	- **I**: Propósito de la sesión - **D**: Explicación sobre el formato, naturaleza y objetivos del C1-S1 / solución de dudas - **C**: Indicaciones para el C1-S1	Discusión de dudas y preguntas en grupo y plenaria	Estudio de casos	

Unidad 2	**Nombre de la unidad:**	Tipos de mercados y segmentación de mercados	**Resultado de aprendizaje de la unidad:**	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de identificar los dos tipos de mercado (consumo e industrial) y establecer una segmentación de mercado para un producto y/o servicio.

Semana	**Horas / Tipo de sesión**	**Temas y subtemas**	**Actividades síncronas**			**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 Segmentación	- Propósito de la sesión: revisión de temas de la unidad - **I**: Propósito de la sesión - **D**: Explicación - **C**: síntesis conjunta	- Discusión en grupos - Planteamiento de preguntas y dudas	Clase magistral activa	- Revisión de presentaciones PPt de la semana - **Tarea 1**: ¿Cómo segmentar al mercado de Vino?
	2P	- Proceso para segmentar un mercado	- Propósito de la sesión: revisión de temas de la unidad - **I**: caso motivador: el caso de la evolución del consumidor limeño. - **D**: preguntas para discusión / análisis de ejemplos - **C**: síntesis conjunta	- Discusión en grupos: planteamiento de problemas / preguntas de investigación - Plenaria	Estudio de casos	

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.

Universidad Continental

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

2	**2T**	- La segmentación por Estilos de Vida	- **I**: revisión semana anterior y propósito de la sesión - **D**: Solución de preguntas sobre lectura y video, acerca de paradigmas en la investigación - **C**: síntesis conjunta	- Discusión en grupos - Planteamiento de preguntas y dudas	Clase magistral activa	ANTES DE LA SESIÓN DE VIDEO CLASE: - Revisión de presentaciones PPt de la semana - Realizar lectura crítica sobre La Segmentación
	2P	- Los Estilos de Vida	- Propósito de la sesión: revisión de temas de la unidad - **I**: Ejemplos de estilos de vida - **D**: Explicación - **C**: Síntesis conjunta	- Discusión en grupos - Planteamiento de preguntas y dudas	Estudio de casos	
3	**2T**	- El Mercado de Consumo	- Propósito de la sesión: revisión de temas de la unidad - **I**: revisiones de la semana anterior - **D**: ejemplos, preguntas para discusión, formar grupos - **C**: síntesis conjunta	- Discusión en grupos: análisis de ejemplos - Preguntas y dudas	Clase magistral activa	- Revisión de presentaciones PPt de la semana - **Visualiza Video: Tipos de Mercado de Consumo**
	2P	- Tipos de Mercado	- Propósito de la sesión: revisión de temas de la unidad - **I**: casos motivadores: La moradita de Inca Kola - **D**: explicación - **C**:síntesis conjunta	- Análisis de un caso: ¿En qué consiste la Estrategia de Kola Real?	Estudio de casos	
4	**2T**	- El Mercado Industrial	- **I**: propósito de la sesión: revisión de temas de la unidad - **D**: presentación de ejemplos para trabajar en grupos - **C**: síntesis	- Trabajo grupal: análisis y discusión de ejemplos - Plenaria: exposición de cada grupo	Clase magistral activa	- Revisión de presentaciones PPt de la semana - **Realización del CONSOLIDADO 1 - SUBCOMPONENTE 2**
	2P	- Tipos de Mercado	- **I**: Propósito de la sesión - **D**: Explicación sobre los tipos de mercado - **C**: Indicaciones para el C1-S2	- Discusión de dudas y preguntas en grupo y plenaria	Estudio de casos	

Unidad 3	**Nombre de la unidad:**	Producto, servicio, marca y fijación de precios	**Resultado de aprendizaje de la unidad:**	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de diseñar un producto y/o servicio para atender un segmento de mercado, así como establecer estrategias de marca y fijación de precios.

Semana	**Horas / Tipo de sesión**	**Temas y subtemas**	**Actividades síncronas**			**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**	- Gerencia de Producto	- Propósito de la sesión: revisión de temas de la unidad - **I**: Propósito de la sesión - **D**: Explicación - **C**: síntesis conjunta	- Discusión en grupos - Planteamiento de preguntas y dudas	Clase magistral activa	- Revisión de presentaciones PPt de la semana - **Tarea 1**: La Moradita de Inca Kola
	2P	- Cilco de vida del Producto	- Propósito de la sesión: revisión de temas de la unidad - **I**: caso motivador: el caso de la evolución del consumidor limeño. - **D**: preguntas para discusión / análisis de ejemplos - **C**: síntesis conjunta	- Discusión en grupos: planteamiento de problemas / preguntas de investigación - Plenaria	Estudio de casos	
2	**2T**	- Gestión de Marca	- **I**: revisión semana anterior y propósito de la sesión - **D**: Solución de preguntas sobre lectura y video, acerca de paradigmas en la investigación - **C**: síntesis conjunta	- Discusión en grupos - Planteamiento de preguntas y dudas	Clase magistral activa	ANTES DE LA SESIÓN DE VIDEO CLASE: - Revisión de presentaciones PPt de la semana

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.

Universidad Continental

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

	2P	- El poder de la Marca	- Propósito de la sesión: revisión de temas de la unidad - **I**: Ejemplos de estilos de vida - **D**: Explicación - **C**: Síntesis conjunta	- Discusión en grupos - Planteamiento de preguntas y dudas	Estudio de casos	- Realizar lectura crítica sobre La Segmentación
3	**2T**	- Gestión de Precios	- Propósito de la sesión: revisión de temas de la unidad - **I**: revisiones de la semana anterior - **D**: ejemplos, preguntas para discusión, formar grupos - **C**: síntesis conjunta	- Discusión en grupos: análisis de ejemplos - Preguntas y dudas	Clase magistral activa	- Revisión de presentaciones PPt de la semana - **Visualiza Video: Entrevista Rodrigo Pinillos – Pricing**
	2P	- Metodologías	- Propósito de la sesión: revisión de temas de la unidad - **I**: casos motivadores: La moradita de Inca Kola - **D**: explicación - **C**:síntesis conjunta	- Análisis de un caso: ¿En qué consiste la Estrategia de Kola Real?	Estudio de casos	
4	**2T**	- Pricing	- **I**: propósito de la sesión: revisión de temas de la unidad - **D**: presentación de ejemplos para trabajar en grupos - **C**: síntesis	- Trabajo grupal: análisis y discusión de ejemplos - Plenaria: exposición de cada grupo	Clase magistral activa	- Revisión de presentaciones PPt de la semana - **Realización del CONSOLIDADO 2 - SUBCOMPONENTE 1**
	2P	- Estrategia de Precios	- **I**: Propósito de la sesión - **D**: Explicación sobre los tipos de mercado - **C**: Indicaciones para el C2-S1	Discusión de dudas y preguntas en grupo y plenaria	Estudio de casos	

Unidad 4	**Nombre de la unidad:**	Canales, comunicación y sistemas de información de mercadotecnia	**Resultado de aprendizaje de la unidad:**	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de desarrollar estrategias para canales y comunicación de mercadotecnia así como utilizar diversos sistemas de información de mercadotecnia.

Semana	**Horas / Tipo de sesión**	**Temas y subtemas**	**Actividades síncronas**			**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**	- Gestión de Canales	- Propósito de la sesión: revisión de temas de la unidad - **I**: Propósito de la sesión - **D**: Explicación - **C**: síntesis conjunta	- Discusión en grupos - Planteamiento de preguntas y dudas	Clase magistral activa	- Revisión de presentaciones PPt de la semana - **Tarea 1**: Interbank e IDEO rediseñan sus agencias
	2P	- Canales Modernos y Tradicionales	- Propósito de la sesión: revisión de temas de la unidad - **I**: caso motivador: el caso de la evolución del consumidor limeño. - **D**: preguntas para discusión / análisis de ejemplos - **C**: síntesis conjunta	- Discusión en grupos: planteamiento de problemas / preguntas de investigación - Plenaria	Estudio de casos	
2	**2T**	- La Promoción	- **I**: revisión semana anterior y propósito de la sesión - **D**: Solución de preguntas sobre lectura y video, acerca de paradigmas en la investigación - **C**: síntesis conjunta	- Discusión en grupos - Planteamiento de preguntas y dudas	Clase magistral activa	ANTES DE LA SESIÓN DE VIDEO CLASE: - Revisión de presentaciones PPt de la semana

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.

Universidad Continental

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

	2P	- La Publicidad	- Propósito de la sesión: revisión de temas de la unidad - **I**: Ejemplos de estilos de vida - **D**: Explicación - **C**: Síntesis conjunta	- Discusión en grupos - Planteamiento de preguntas y dudas	Estudio de casos	- Realizar lectura crítica sobre La Segmentación
3	**2T**	- La Investigación de Mercados	- Propósito de la sesión: revisión de temas de la unidad - **I**: revisiones de la semana anterior - **D**: ejemplos, preguntas para discusión, formar grupos - **C**: síntesis conjunta	- Discusión en grupos: análisis de ejemplos - Preguntas y dudas	Clase magistral activa	- Revisión de presentaciones PPt de la semana - **Visualiza Video: Entrevista a Gerente General de Tondero Producciones**
	2P	- Tipos de Investigación de Mercados	- Propósito de la sesión: revisión de temas de la unidad - **I**: casos motivadores: La moradita de Inca Kola - **D**: explicación - **C**:síntesis conjunta	- Análisis de un caso: Aplicación de la Investigación de Mercados para la película Asu Mare	Estudio de casos	
4	**2T**	- CRM	- **I**: propósito de la sesión: revisión de temas de la unidad - **D**: presentación de ejemplos para trabajar en grupos - **C**: síntesis	- Trabajo grupal: análisis y discusión de ejemplos - Plenaria: exposición de cada grupo	Clase magistral activa	- Revisión de presentaciones PPt de la semana - **Realización del CONSOLIDADO 2 - SUBCOMPONENTE 2**
	2P	- Inteligencia Comercial	- **I**: Propósito de la sesión - **D**: Explicación sobre los tipos de mercado - **C**: Indicaciones para el C2-S2	Discusión de dudas y preguntas en grupo y plenaria	Estudio de casos	

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.