Universidad Continental

HOJA CALENDARIO– PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

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.
Periodo	1	**EAP**	Administración y marketing

COMPETENCIA	CRITERIOS	ESPECIFICACIÓN DEL NIVEL DE LOGRO	NIVEL
Gestión Organizacional Analiza y evalúa las funciones de marketing, finanzas, contabilidad y recursos humanos aplicando herramientas e instrumentos de gestión, en organizaciones públicas o privadas.	**Herramientas de análisis y gestión**	Identifica las diversas herramientas e instrumentos de gestión de las áreas funcionales.	1
	Marketing	Identifica necesidades en los consumidores que constituyen oportunidades de negocios, sobre la base de la investigación de mercados; analiza y formula estrategias de marketing estratégico y marketing operativo.	1
Evaluación del Entorno de Negocios Analiza y evalúa información socioeconómica y político-legal a escala global, considerando aspectos éticos y de responsabilidad social en los negocios.	**Evaluación del impacto**	Identifica y explica los posibles impactos de los factores del entorno en las organizaciones considerando aspectos éticos y de responsabilidad social.	1
	Análisis del entorno	Identifica y explica información socioeconómica y político-legal del entorno para encontrar oportunidades y amenazas, considerando aspectos éticos y de responsabilidad social en las organizaciones.	1

Unidad 1	**Nombre de la unidad:**	**Creación de valor y compromiso del cliente**	**Resultado de aprendizaje de la unidad:**	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de explicar los conceptos fundamentales de marketing en el contexto actual.	**Duración en horas**	16

Semana	**Horas / Tipo de sesión**	**Temas y subtemas**	**Actividades síncronas (Clase híbrida)**			**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**	- Presentación del docente y estudiantes - Presentación del sílabo - Evaluación de entrada	**I**: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión. **D**: a través de dinámicas activas el docente y los estudiantes se presentan asertivamente. - Se visualiza el video sobre la asignatura: https://www.youtube.com/watch?v=ZMSSsfrY3hQ	- Los estudiantes interactúan sobre la organización cognitiva, metodológica y de evaluación del sílabo. - Desarrollan la evaluación diagnóstica para evidenciar sus saberes previos. - Resuelven la evaluación diagnóstica.	Otros metodología activa	- Revisión del sílabo - Revisión de las PPT de la semana - **Tarea:** Ingresar al aula virtual para resolver la tarea.

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– PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

			- Comparten expectativas (con dinámica participativa y activa) docente y estudiantes respecto al desarrollo de la asignatura (sílabo y demás). - Luego inicia la clase de manera interactiva haciendo uso de unas diapositivas - Se toma la evaluación diagnóstica. **C**: atiende las preguntas de los alumnos esclareciendo algunas dudas.	- Los estudiantes señalan sus expectativas con respecto a la asignatura y se evalúa la viabilidad de su ejecución.		
	2P	- Identificación de empresas de Huancayo que a su criterio desarrollan los conceptos de marketing. - **Práctica 01**: Identifican las empresas huancaínas que practican el marketing.	**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 de la **práctica 01** a través del aula virtual. **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, toman apuntes del tema expuesto. - Los equipos de trabajo resuelven la práctica. - Formulan una solución integrada. - Presentan el sistema de operaciones a través del aula virtual.	Aprendizaje colaborativo	
2	**2T**	- Diseño de una estrategia de marketing orientada a crear valor para el cliente. - Elaboración de un plan y un programa de marketing integrados - Atraer clientes y establecer relaciones con ellos	**I**: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión. - El papel del marketing en el desarrollo de una estrategia de valor. - Los estudiantes responden a la pregunta ¿Qué es valor? - Los estudiantes visualizan un video relacionado https://www.youtube.com/watch?v=Rg9J-6-V5Uk **D**: Se presenta el tema a través de PPT - Se formulan preguntas **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	- Revisión de las PPT de la semana - **Tarea:** - Ingresar al aula virtual para resolver la tarea. - Diseño de ABR: https://docs.google.com/document/d/19462-4qLH6mvQdvuEDftANtNq4F7hDqs/edit
	2P	- Aplicación de la metodología: Aprendizaje Basado en retos	**I**: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión. **D**: Se explica a los estudiantes sobre la metodología ABR apoyándonos en el siguiente video: **https://youtu.be/uYGcTMy0PZs** Actividades previas: a) Los alumnos se organizan en grupos de no más de cinco integrantes. b) Su trabajo lo realizan en un emprendimiento de su comunidad.	- Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los equipos de trabajo resuelven la práctica. - Formulan una solución integrada. - Presentan el sistema de operaciones a través del aula virtual.	ABR	

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– PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

			c) Deberán realizar un diagnóstico situacional utilizando el análisis DAFO. Sustentar el análisis. **C**: Se indica a los grupos que deben presentar sus avances en la semana 3 y presentación final en la semana 4.			
3	**2T**	- Compromiso del cliente en la era digital. Marketing generado por el consumidor. - Captación de valor de los clientes	**I**: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - El papel del marketing para fomentar la lealtad de los clientes - Los estudiantes responden a la pregunta ¿Cómo fomentar la lealtad del cliente y conservarlo? - Los estudiantes visualizan un video relacionado https://www.youtube.com/watch?v=PSwofUP6_Bg **D**: Se presenta el tema a través de PPT - Se formulan preguntas. **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	- Revisión de las PPT de la semana - **Tarea:** - Ingresar al aula virtual para resolver la tarea.
	2P	- Aplicación de la metodología: Aprendizaje Basado en retos	**I**: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión. **D**: Se realiza la revisión de los trabajos grupales. **C**: Se indica a los grupos que deben presentar el diagnóstico en la semana 5.	- Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los equipos de trabajo resuelven la práctica. - Formulan una solución integrada. - Presentan el sistema de operaciones a través del aula virtual.	ABR	
4	2T	- El cambiante panorama del marketing	**I** : Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - La era digital marketing móvil y de social media. - Cambio en el entorno económico - Marketing y responsabilidad social - Los estudiantes responden a la pregunta ¿Cómo ha evolucionado el marketing? - Los estudiantes visualizan un video relacionado https://www.youtube.com/watch?v=bvolfPgZ66E **D** : Se presenta el tema a través de PPT - Se formulan preguntas. **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	- Revisión de las PPT de la semana - **Tarea:** - Ingresar al aula virtual para resolver la tarea.

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– PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

	2P	**C1 -SC1** - Trabajo grupal: planeación estratégica de marketing de un emprendimiento de mi comunidad (ideación, solución-reto) / **Rúbrica de evaluación** - Aplicación de la metodología: Aprendizaje Basado en retos	**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 de la práctica 04 a través del aula virtual. - Se indica a los grupos el Reto: preguntas, actividades y recursos guía. **C**: Se realiza la consolidación y síntesis del tema Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron.	- Los estudiantes analizan la prueba de desarrollo y proponen una solución. - Presentan la solución de la prueba de desarrollo a través del aula virtual	ABR	

Unidad 2	**Nombre de la unidad:**	Empresa y estrategia de marketing	**Resultado de aprendizaje de la unidad:**	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de explicar la relación Empresa y estrategia de marketing.	**Duración en horas**	16

Semana	**Horas / Tipo de sesión**	**Temas y subtemas**	**Actividades síncronas (Videoclases)**			**Actividades de aprendizaje autónomo Asíncronas (Estudiante – aula virtual)**
			Actividades y recursos para la enseñanza (Docente)	**Actividades y recursos para el aprendizaje (Estudiante)**	**Metodología**	
5	**2T**	- Planeación estratégica integral de la empresa: definición de la función del marketing: - Definición de una misión orientada al mercado	**I**: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - Definición de la función del marketing - Definición de una misión orientada al mercado. - Los estudiantes responden a la pregunta ¿Cuál es la función del marketing? - Los estudiantes visualizan un video relacionado - https://www.youtube.com/watch?v=UCFaXHPqynI **D**: Se presenta el tema a través de PPT - Se formulan preguntas. **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	- Revisión de las PPT de la semana - **Tarea:** - Ingresar al aula virtual para resolver la tarea.
	2P	- Aplicación de la metodología: Aprendizaje Basado en retos	**I**: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión. **D**: **Etapa de ideación** que consiste en: realizar una lluvia de ideas de cómo realizar la planeación estratégica de marketing de un emprendimiento por medio del jamboard con sus equipos.	- Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los equipos de trabajo resuelven la práctica. - Formulan una solución integrada.	ABR	

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– PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

			Revisar el siguiente link: https://youtu.be/EwMk1pWzh-8 **C**: Se realiza la consolidación y síntesis del tema Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron	- Presentan el sistema de operaciones a través del aula virtual.		
6	**2T**	- Planeación estratégica integral de la empresa: definición de la función del marketing: - Establecimiento de las metas y objetivos de la compañía. - Diseño de la cartera de negocios	**I**: : Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - Establecimiento de las metas y objetivos del marketing - Los estudiantes responden a la pregunta ¿Qué es un objetivo y cuáles son sus características? - Los estudiantes visualizan un video relacionado - https://www.youtube.com/watch?v=wrmlzlOt73c **D**: Se presenta el tema a través de PPT - Se formulan preguntas. **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	- Revisión de las PPT de la semana - **Tarea:** - Ingresar al aula virtual para resolver la tarea.
	2P	- Aplicación de la metodología: Aprendizaje Basado en retos	**I**: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión. **D**: **Etapa de solución consiste en**: seleccionar la propuesta de solución viable y efectiva para la planeación estratégica de marketing de un emprendimiento de acuerdo al diagnóstico realizado en la etapa anterior (SEMANAS 3 y 4). Revisar el siguiente link: https://youtu.be/1Svl8_UCTXw Los grupos deben exponer sus trabajos hasta la etapa de solución. Se utiliza una rúbrica para la calificación y forma parte del subcomponente 2 del Consolidado 1. **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, toman apuntes del tema expuesto. - Los equipos de trabajo resuelven la práctica. - Formulan una solución integrada. - Presentan el sistema de operaciones a través del aula virtual.	ABR	
7	**2T**	Planeación de marketing: asociaciones para establecer relaciones con el cliente	**I**: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - Asociaciones para establecer relaciones con el cliente. - Los estudiantes responden a la pregunta ¿Por qué el marketing por sí solo no puede crear valor superior para el cliente? - Los estudiantes visualizan un video relacionado https://www.youtube.com/watch?v=2V7K5_F6z5k **D**: Se presenta el tema a través de PPT	- Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas.	Clase magistral activa	- Revisión de las PPT de la semana - **Tarea:** - Ingresar al aula virtual para resolver la tarea.

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– PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

			- Se formulan preguntas. **C**: Se realiza retroalimentación. - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron.			
	2P	**C1 -SC2** - Aplicación de la metodología: Aprendizaje Basado en retos	**I**: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión **D**: **La fase de Prototipo consiste en:** Desarrollar el contenido del plan estratégico de marketing de acuerdo a la naturaleza de la empresa (emprendimiento). El equipo sintetiza su contenido en mindmiester, canva, etc (mapa mental). Explica cómo se llevará a cabo la solución del problema real. Responde a la pregunta: ¿cómo lo voy a hacer? https://youtu.be/BZyamp5Xty0 **La fase de Validación consiste en:** Presentación del prototipo de forma expositiva (con ayuda del profesor y compañeros se validará). Se recogerá información de sus pares. https://youtu.be/b3cBnXm0c2I **C**: Metacognición: Los estudiantes reflexionan qué aprendieron y cómo lo aprendieron	- Los estudiantes analizan la prueba de desarrollo y proponen una solución. - Presentan la solución de la prueba de desarrollo a través del aula virtual	ABR	
8	**2T**	Administración de las actividades de marketing	**I**: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - Los estudiantes responden a la pregunta ¿En qué consiste la administración de las actividades del marketing? - Los estudiantes visualizan un video relacionado https://www.youtube.com/watch?v=wN9gZFTQefI **D**: Se presenta el tema a través de PPT - Se formulan preguntas. **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	- Revisión de las PPT de la semana
	2P	**EVALUACIÓN PARCIAL** - Opciones múltiples / **Prueba de desarrollo (Casos)**	**I**: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión **D**: Desarrolla preguntas de opciones múltiples y propone la solución a un caso **C**: Metacognición: Los estudiantes reflexionan qué aprendieron y cómo lo aprendieron	- Los estudiantes analizan la prueba de opciones múltiples y de desarrollo y proponen una solución. - Presentan la solución de la prueba de desarrollo a través del aula virtual.		

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– PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

Unidad 3	Nombre de la unidad:	Administración de la información de marketing para conocer a los clientes	Resultado de aprendizaje de la unidad:	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de identificar la gestión de la comprensión del comportamiento de compra de los consumidores y el desarrollo de una estrategia de marketing orientada al cliente.	Duración en horas	16

Semana	Horas / Tipo de sesión	Temas y subtemas	Actividades síncronas (Videoclases)			Actividades de aprendizaje autónomo Asíncronas (Estudiante – aula virtual)
			Actividades y recursos para la enseñanza (Docente)	Actividades y recursos para el aprendizaje (Estudiante)	Metodología	
9	2T	Evaluación de las necesidades de información de marketing: Sistema de información de marketing (SIM).	**I**: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - Los estudiantes responden a la pregunta ¿Por qué los marketeros evalúan las necesidades de información de marketing? - Los estudiantes visualizan un video relacionado https://www.youtube.com/watch?v=Rh6bxdlbFDk **D**: Se presenta el tema a través de PPT - Se formulan preguntas. **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	- Revisión de las PPT de la semana - **Tarea:** - Ingresar al aula virtual para resolver la tarea.
	2P	- Investigación de mercados - **Práctica 06**: ¿Qué efecto ha tenido internet sobre la manera en que se realiza la investigación de mercados? ¿Qué ventajas brinda internet frente a los métodos tradicionales de recopilación de datos de marketing?	**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 de la **práctica 06** a través, del aula virtual **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, toman apuntes del tema expuesto. - Los equipos de trabajo resuelven la práctica. - Formulan una solución integrada. - Presentan el sistema de operaciones a través del aula virtual.	Aprendizaje colaborativo	
10	2T	Evaluación de las necesidades de información de marketing: Definición del problema y de los	**I**: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - Los estudiantes responden a la pregunta ¿Por qué los marketeros deben definir correctamente el problema? - Los estudiantes visualizan un video relacionado https://www.youtube.com/watch?v=Rh6bxdlbFDk&t=19sM	- Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas.	Clase magistral activa	- Revisión de las PPT de la semana - **Tarea:** - Ingresar al aula virtual para resolver la tarea.

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.

		objetivos de la investigación.	**D**: Se presenta el tema a través de PPT - Se formulan preguntas. **C**: Se realiza retroalimentación. Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron			
	2P	- Aplicación de la metodología: Aprendizaje Basado en retos	**I**: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión. **D**: **La fase de Implementación consiste en:** Los estudiantes prueban la eficacia de su implementación en un ambiente real. Entrega del informe final del plan de marketing estratégico al emprendedor. **Fase de Publicación**: Diseño del planeamiento estratégico de Marketing de la empresa elegida a través de un mapa mental. Los grupos exponen sus trabajos. **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, toman apuntes del tema expuesto. - Los equipos de trabajo resuelven la práctica. - Formulan una solución integrada. - Presentan el sistema de operaciones a través del aula virtual.	ABR	
11	**2T**	- Mercados de consumo y comportamiento de compra del consumidor	**I**: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - Los estudiantes responden a la pregunta ¿Por qué los marketeros evalúan el comportamiento del consumidor? - Los estudiantes visualizan un video relacionado https://www.youtube.com/watch?v=5FbZXT7XbLc **D**: Se presenta el tema a través de PPT - Se formulan preguntas. - **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, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas.	Clase magistral activa	- Revisión de las PPT de la semana - **Tarea:** - Ingresar al aula virtual para resolver la tarea.
	2P	**C1 -SC1** - Aplicación de la metodología: Aprendizaje Basado en retos	**I**: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión. **D**: **Fase de Publicación**: Diseño del planeamiento estratégico de Marketing de la empresa elegida a través de un mapa mental. Los grupos exponen sus trabajos. **Fase de Reflexión**. En clase con los alumnos se llegará a una reflexión de cada equipo y sus presentaciones finales. El docente prepara un cuestionario a los estudiantes para conocer cómo se han sentido, que han aprendido en el proceso. **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, toman apuntes del tema expuesto. - Los equipos de trabajo resuelven la práctica. - Formulan una solución integrada. - Presentan el sistema de operaciones a través del aula virtual.	ABR	

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– PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

12	**2T**	- Estrategia de marketing orientada al cliente	**I**: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - Los estudiantes responden a la pregunta ¿Cómo se define una estrategia de marketing orientada al cliente? - Los estudiantes visualizan un video relacionado https://www.youtube.com/watch?v=8oJUtY73a5o **D**: Se presenta el tema a través de PPT - Se formulan preguntas. **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, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas.	Clase magistral activa	- Revisión de las PPT de la semana - **Tarea:** - Ingresar al aula virtual para resolver la tarea.
	2P	**C2 – SC1** - Trabajo grupal: planeación estratégica de marketing de un emprendimiento de mi comunidad (resolución final de reto) **/ Rúbrica de evaluación**	**I**: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión **D**: propone la resolución de prueba de desarrollo teórica-práctica de manera individual. **C**: Metacognición: Los estudiantes reflexionan qué aprendieron y cómo lo aprendieron	- Los estudiantes analizan la prueba de desarrollo y proponen una solución. - Presentan la solución de la prueba de desarrollo a través del aula virtual	Estudio de casos	

Unidad 4	**Nombre de la unidad:**	**Marketing y áreas de aplicación**	**Resultado de aprendizaje de la unidad:**	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de identificar las diferentes aplicaciones del marketing en actividades del quehacer moderno.	**Duración en horas**	16

Semana	**Horas / Tipo de sesión**	**Temas y subtemas**	**Actividades síncronas (Videoclases)**			**Actividades de aprendizaje autónomo Asíncronas (Estudiante – aula virtual)**
			Actividades y recursos para la enseñanza (Docente)	**Actividades y recursos para el aprendizaje (Estudiante)**	**Metodología**	
13	**2T**	- Marketing Turístico	**I**: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - Los estudiantes responden a la pregunta ¿Qué entiende usted por marketing turístico? - Los estudiantes visualizan un video relacionado https://www.youtube.com/watch?v=hoa6s_oKigc **D**: Se presenta el tema a través de PPT - Se formulan preguntas.	- Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas.	Clase magistral activa	- Revisión de las PPT de la semana - **Tarea:** - Ingresar al aula virtual para resolver la tarea.

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.

			C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron			
	2P	- Análisis del turismo en el Perú - **Práctica 09**: Realizar un análisis sustentado y debidamente explicado de la actividad turística en el Perú a la luz de la pandemia del Covid 19.	**I**: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión. **D**: Se propone la conformación de equipos, la revisión y resolución de la **práctica 09** a través, del aula virtual **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, toman apuntes del tema expuesto. - Los equipos de trabajo resuelven la práctica. - Formulan una solución integrada. - Presentan el sistema de operaciones a través del aula virtual.	Aprendizaje colaborativo	
14	**2T**	- Marketing Financiero	**I**: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - Los estudiantes responden a la pregunta ¿Por qué es importante el marketing financiero? - Los estudiantes visualizan un video relacionado https://www.youtube.com/watch?v=xXJklszmwJA **D**: Se presenta el tema a través de PPT - Se formulan preguntas. **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, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas.	Clase magistral activa	- Revisión de las PPT de la semana - **Tarea:** - Ingresar al aula virtual para resolver la tarea.
	2P	- Marketing Financiero - **Práctica 10**: Realizar un análisis de la situación de la banca en el Perú a raíz de la pandemia del Covid 19.	**I**: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión. **D**: Se propone la conformación de equipos, la revisión y resolución de la **práctica 10** a través, del aula virtual **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, toman apuntes del tema expuesto. - Los equipos de trabajo resuelven la práctica. - Formulan una solución integrada. - Presentan el sistema de operaciones a través del aula virtual.	Aprendizaje colaborativo	
15	**2T**	- Marketing Educativo	**I**: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - Los estudiantes responden a la pregunta ¿Qué puede hacer el marketing educativo por la educación? - Los estudiantes visualizan un video relacionado https://www.youtube.com/watch?v=0sF5UCjNH58 **D**: Se presenta el tema a través de PPT - Se formulan preguntas. **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, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas.	Clase magistral activa	- Revisión de las PPT de la semana - **Tarea:** - Ingresar al aula virtual para resolver la tarea.

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– PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

	2P	**C2 – SC2** - Evaluación individual teórico-práctica **/Análisis de casos Prueba de desarrollo**	**I**: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión **D**: Propone la resolución de prueba de desarrollo teórica-práctica de manera individual. **C**: Metacognición: Los estudiantes reflexionan qué aprendieron y cómo lo aprendieron	- Los estudiantes analizan la prueba de desarrollo y proponen una solución. - Presentan la solución de la prueba de desarrollo a través del aula virtual	Estudio de casos	
16	**2T**	- Marketing ecológico	**I**: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - Los estudiantes responden a la pregunta ¿Por qué les interesa a las empresas aplicar el marketing verde o ecológico? - Los estudiantes visualizan un video relacionado https://www.youtube.com/watch?v=dm-7pVt0xfs **D**: Se presenta el tema a través de PPT - Se formulan preguntas. **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, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas.	Clase magistral activa	- Revisión de las PPT de la semana
	2P	**EVALUACIÓN FINAL** - Opciones múltiples **/ Prueba de desarrollo (Casos)**	- **I**: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - **D**: Desarrolla preguntas de opciones múltiples y propone la solución a un caso - **C**: Metacognición: Los estudiantes reflexionan qué aprendieron y cómo lo aprendieron	- Los estudiantes analizan la prueba de opciones múltiples y de desarrollo y proponen una solución. - Presentan la solución de la prueba de desarrollo a través del aula virtual.	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.