

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

Nombre de la asignatura	Taller de Creatividad Gráfica	Resultado de aprendizaje de la asignatura:	Al finalizar la asignatura, el estudiante será capaz de diseñar creativamente mensajes publicitarios valorando necesidades del consumidor.
-------------------------	-------------------------------	--	--

COMPETENCIA	CRITERIOS	ESPECIFICACIÓN DEL NIVEL DE LOGRO	NIVEL
Publicidad y marketing	Campañas publicitarias	Diseña creativamente mensajes publicitarios valorando las necesidades del consumidor.	2
Diseña y ejecuta campañas publicitarias y planes de marketing estratégico valorando las necesidades del mercado y las tendencias globales.			

Unidad 1	Nombre de la unidad:	Fundamentos teóricos de la composición visual	Resultado de aprendizaje de la unidad:	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de explicar la importancia de la composición visual en la comunicación y el proceso que se requiere.		
Semana	Horas / Tipo de sesión	Temas y subtemas	Actividades sincronas (Videoclases)			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	<ul style="list-style-type: none"> - Presentación del docente y estudiantes - Presentación de la asignatura (sílabo) - Evaluación de entrada 	<ul style="list-style-type: none"> - Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión. - A través de dinámicas activas el docente y los estudiantes se presentan asertivamente. - Comparten expectativas (con dinámica participativa y activa) docente y estudiantes respecto al desarrollo de la asignatura (sílabo y demás). - Aplicación de la evaluación individual objetiva - El docente aplica la estrategia lluvia de ideas sobre expectativas sobre la asignatura. 	<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"> - Lectura de sílabo - Revisión de PPT - Revisión video - Revisión ejemplos
	4P	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de la evaluación diagnóstica con la participación de los estudiantes. 	<p>Inicio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se refuerza los conceptos generales del taller con la participación de los estudiantes. <p>Desarrollo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El docente brinda de forma resumida las respuestas de las preguntas de la evaluación diagnóstica. - Los estudiantes investigan sobre los enunciados con información de internet y acuden a la biblioteca para la 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan de forma activa buscando información para responder de manera adecuada las preguntas planteadas. - Los estudiantes acuden a la biblioteca para la búsqueda de fuentes bibliográficas que ilustren de 	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

			<p>búsqueda de libros que ayuden a profundizar sobre dichas preguntas.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Posteriormente, los estudiantes trabajan en parejas y discuten las respuestas a las que llegaron. Luego definen una sola respuesta por cada pregunta. - La pareja de estudiantes da a conocer sus respuestas a las preguntas de la evaluación diagnóstica ante sus compañeros desde sus propios asientos. <p>Cierre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El docente hace un resumen de la evaluación diagnóstica brindando ciertos alcances a los estudiantes. 	<p>forma oportuna las respuestas de la evaluación diagnóstica.</p>		
2	2T	<ul style="list-style-type: none"> - Los fundamentos de la composición visual. - Espacio, unidad y equilibrio. 	<p>Inicio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión y se les indica la metodología de trabajo colaborativo: Grupos de investigación. - Elección y distribución de subtemas. - Se presenta a los estudiantes el tema y los subtemas de estudio. - El docente brinda un subtema a cada grupo, sin que estos se repitan en los otros grupos. <p>Desarrollo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes investigan sobre los fundamentos de la composición visual. - Posteriormente realizan el análisis y síntesis del tema trabajando en equipos, para lo cual realizan una exposición frente a sus demás compañeros. - El docente elige a un responsable de equipo para que pueda exponer el subtema que le tocó. El docente responde las inquietudes e interrogantes que puedan tener los estudiantes. <p>Cierre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Después de la exposición el docente genera una serie de preguntas para que sean respondidas por los otros grupos. En caso existan algunas dudas el profesor intervendrá para ampliar y profundizar el conocimiento de los estudiantes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan de manera constante brindando información sobre los fundamentos de la composición visual. - Los estudiantes realizan apuntes y diapositivas para la exposición del tema de manera grupal. - Los estudiantes responden a las preguntas de sus demás compañeros sobre el tema que se trató. 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de PPT - Revisión video - Revisión ejemplos
	4P	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de los fundamentos de la composición en distintas piezas gráficas publicitarias. - Desarrollo de la guía de trabajo en equipo correspondiente a la semana 2. 	<p>Inicio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El docente retroalimenta y proporciona las indicaciones para el desarrollo de la guía práctica. <p>Desarrollo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El docente forma equipos colaborativos de donde leen y analizan la guía de lectura 2 y luego resuelven la práctica de acuerdo a las instrucciones del texto con un producto entregable (organizador). - El docente acompaña a los equipos para resolver sus inquietudes e interrogantes. <p>Cierre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recepción del producto entregable y su correspondiente revisión. El docente pide la participación de los estudiantes para dar a conocer el 	<ul style="list-style-type: none"> - El estudiante analiza y describe los fundamentos de la composición en distintas piezas gráficas publicitarias de productos o servicios reales. - El estudiante explica los fundamentos de la composición visual que se aplicaron a las piezas publicitarias. 	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

			análisis concerniente a la práctica.			
3	2T	<ul style="list-style-type: none"> - Presentación del tema a desarrollar: La teoría de la Gestalt. - Importancia de los principios de la teoría de la Gestalt. 	<ul style="list-style-type: none"> - Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión. - A través de una lluvia de ideas los estudiantes opinan sobre los diferentes principios de la teoría de la Gestalt. - El docente explica dos principios de la teoría de la Gestalt con algunos ejemplos y responde a las consultas de los estudiantes. - El docente realiza las indicaciones necesarias para el desarrollo de trabajo aplicando la metodología de El Tándem. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes comprenden el significado de la teoría de la Gestalt. - Los estudiantes participan activamente con preguntas relacionadas al tema. 	Clase magistral activa	
	4P	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis y descripción de los conceptos de cada principio de la Teoría de la Gestalt. - Desarrollo de la guía de trabajo correspondiente a la semana 3 	<p>Inicio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El docente retroalimenta y proporciona las indicaciones para el desarrollo de la guía práctica. <p>Desarrollo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El docente forma equipos colaborativos de tándem. - Los estudiantes leen y analizan la guía de lectura y luego resuelven la práctica de acuerdo a las instrucciones del texto con un producto entregable (organizador). - El docente acompaña a los equipos para resolver sus inquietudes e interrogantes. <p>Cierre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recepción del producto entregable y su correspondiente revisión. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes trabajan en parejas para la búsqueda de información de los principios de la teoría de la Gestalt. - Los estudiantes exponen los trabajos realizados y formulan preguntas a sus compañeros. - Los estudiantes señalan sus expectativas con respecto a la importancia de la teoría de la Gestalt. 	Aprendizaje colaborativo	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de PPT - Revisión video - Revisión ejemplos
4	2T	<ul style="list-style-type: none"> - Contenido y forma: una alternativa para crear avisos minimalistas. - Ventajas y desventajas de los avisos minimalistas 	<ul style="list-style-type: none"> - Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión. - El docente muestra algunos ejemplos de avisos publicitarios minimalistas en donde se aplica el principio de fondo y forma. - El docente realiza las indicaciones necesarias para el desarrollo de trabajo aplicando la metodología de El Rally. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan con preguntas sobre el tema para construir los conceptos del tema. - Los estudiantes señalan sus expectativas con respecto a la importancia de los avisos minimalistas. - De manera activa los estudiantes opinan sobre avisos publicitarios que emplean el principio de fondo y forma. 	Clase magistral activa	
	4P	<ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de bocetos de diversas piezas gráficas empleando el principio de fondo y forma. - Evaluación individual teórico-práctica. 	<p>Inicio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El docente retroalimenta y proporciona las indicaciones para el desarrollo de la guía práctica. <p>Desarrollo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El docente forma equipos colaborativos de tándem. - Los estudiantes leen y analizan la guía de lectura y luego resuelven la práctica de acuerdo a las instrucciones del texto con un producto entregable: un aviso publicitario minimalista en A3. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes trabajan en parejas para la búsqueda de información de los principios de la teoría de la Gestalt. - Los estudiantes exponen los trabajos realizados y formulan preguntas a sus compañeros. - Los estudiantes señalan sus expectativas con respecto a la importancia de la teoría de la Gestalt. 	Aprendizaje colaborativo	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de PPT - Revisión video - Revisión ejemplos

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

			- El docente supervisa los avances respectivos. Cierre: - Reforzamiento de los puntos vistos en clase con la participación de los estudiantes.	- Los estudiantes realizan el diseño de una pieza publicitaria para presentarlo en la siguiente clase.	
--	--	--	---	--	--

Unidad 2		Nombre de la unidad:	Resultado de aprendizaje de la unidad:			
		El mensaje creativo	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de redactar los mensajes adecuados para la difusión de piezas gráficas publicitarias según el público objetivo del cliente.			
Semana	Horas / Tipo de sesión	Temas y subtemas	Actividades sincronas (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	- El proceso creativo en la construcción de mensajes	Inicio: - El docente realiza una retroalimentación de la clase anterior. - Asimismo, explora los conocimientos previos de los estudiantes a través de una lluvia de ideas sobre el tema a tratar. - Posteriormente, muestra un video para dar a conocer de manera general el desarrollo del tema. - Se comunica el propósito de la clase y se les indica la metodología de trabajo: Grupos de investigación. Desarrollo: - Los estudiantes averiguan en diversas fuentes acerca del proceso creativo en la construcción de mensajes publicitarios. Para ello, hacen uso de internet y libros. - Análisis y síntesis Los estudiantes en equipos realizan un análisis y elaboran la síntesis de la información en una presentación de Power Point para presentarla al resto de la clase a través de una exposición - El docente elige a un responsable del equipo para que pueda exponer. - El docente responde las inquietudes e interrogantes de los estudiantes. Cierre: - Una vez expuesto, el docente genera un conversatorio formulando preguntas, las que serán contestadas por los otros equipos. Aclara dudas e inquietudes o amplía el tema para satisfacer el conocimiento de los estudiantes.	- Los estudiantes buscan información en diversas fuentes sobre el proceso creativo en la construcción del mensaje publicitario. - Los estudiantes analizan y sintetizan la información obtenida para generar un informe. - Los estudiantes exponen el trabajo realizado frente a sus compañeros.	Clase magistral activa	- Revisión de PPT - Revisión video - Revisión ejemplos

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

	4P	<ul style="list-style-type: none"> - Analiza y describe los procesos del mensaje creativo aplicado a un producto o servicio real. - Desarrolla la guía de trabajo correspondiente a la semana 5. 	<p>Inicio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El docente retroalimenta y proporciona las indicaciones para el desarrollo de la guía práctica. <p>Desarrollo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El docente forma equipos colaborativos de tándem. Los estudiantes leen y analizan la guía de trabajo 5 y luego resuelven la práctica de acuerdo a las instrucciones del texto con un producto entregable: Informe. - El docente acompaña a los equipos para resolver sus inquietudes e interrogantes. <p>Cierre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recepción del producto entregable y su correspondiente revisión. - El docente hace un resumen de la clase con los trabajos recibidos y calificados para retroalimentar a los estudiantes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes trabajan en parejas para la búsqueda de información sobre los procesos del mensaje creativo. - Los estudiantes formulan preguntas a sus compañeros e interactúan. - Los estudiantes señalan sus expectativas con respecto a la importancia de conocer un adecuado proceso creativo de los mensajes. 	Aprendizaje colaborativo	
6	2T	<ul style="list-style-type: none"> - Los elementos del mensaje publicitario. 	<p>Inicio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El docente realiza una retroalimentación de la clase anterior. - Asimismo, explora los conocimientos previos de los estudiantes a través de una lluvia de ideas sobre el tema a tratar. - Posteriormente, muestra un video para dar a conocer de manera general el desarrollo del tema. - Se comunica el propósito de la clase y se les indica la metodología de trabajo: Grupos de investigación. <p>Desarrollo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes averiguan en diversas fuentes acerca de los elementos del mensaje publicitario. Para ello, hacen uso de internet, libros y otros. <p>Análisis y síntesis</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes en equipos realizan un análisis y elaboran la síntesis de la información en una presentación de su elección para presentarla al resto de la clase a través de una exposición - El docente elige a un responsable del equipo para que pueda exponer. <p>El docente responde las inquietudes e interrogantes de los estudiantes.</p> <p>Cierre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Una vez expuesto, el docente genera un conversatorio formulando preguntas, las que serán contestadas por los otros equipos. Aclara dudas e inquietudes o amplía el tema para satisfacer el conocimiento de los estudiantes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes trabajan en equipos para la búsqueda de información de los elementos del mensaje publicitario. - Los estudiantes exponen los trabajos realizados y formulan preguntas a sus compañeros. 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de PPT - Revisión video - Revisión ejemplos
	4P	<ul style="list-style-type: none"> - Identifica y desarrolla los elementos del mensaje publicitario realizando el boceto de dos propuestas de piezas 	<p>Inicio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El docente retroalimenta y proporciona las indicaciones para el desarrollo de la guía práctica. <p>Desarrollo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El docente forma equipos colaborativos de 4 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes trabajan en grupos de 4 para la búsqueda de información sobre la identificación de los elementos del mensaje creativo. 	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

		gráficas sobre su propio producto o servicio. - Desarrolla la guía de trabajo correspondiente a la semana 6.	estudiantes. El grupo lee y analiza la guía de trabajo 6 y luego resuelven la práctica de acuerdo a las instrucciones del texto con un producto entregable: Diapositivas y exposición. - El docente acompaña a los equipos para resolver sus inquietudes e interrogantes. Cierre: Recepción del producto entregable y su correspondiente revisión. El docente hace un resumen de la clase con todos los puntos vistos hasta ese momento.	- Los estudiantes formulan preguntas a sus compañeros e interactúan entre ellos. - Los estudiantes desarrollan dos propuestas de bocetos indicando los elementos del mensaje publicitario en una marca propia.		
7	2T	- El mensaje minimalista	Inicio: - El docente realiza una retroalimentación de la clase anterior. - Asimismo, explora los conocimientos previos de los estudiantes a través de una lluvia de ideas sobre el tema a tratar. - Posteriormente, muestra una serie de avisos publicitarios minimalistas para despertar el interés de los estudiantes. - Se comunica el propósito de la clase y se les indica la metodología de trabajo: Debate Desarrollo: - Los estudiantes trabajan entre parejas para decidir cuál de los diversos principios de la Teoría de la Gestalt es mejor para elaborar un mensaje publicitario minimalista. Análisis y síntesis - Los estudiantes en equipos realizan un análisis y elaboran la síntesis de la información sobre las ventajas y desventajas de algunos principios para diseñar un aviso publicitario. - El docente elige a un responsable del equipo para que pueda empezar a exponer su posición. Posteriormente, su compañero puede intervenir para consolidar y profundizar en dicha posición. Cierre: - Una vez expuesto, el docente genera un conversatorio formulando preguntas para todos los estudiantes. Aclara dudas e inquietudes o amplía el tema para satisfacer el conocimiento de los estudiantes.	- Los estudiantes trabajan en parejas para discutir sobre la mejor opción de los principios de la Teoría de la Gestalt para diseñar un aviso publicitario. - Los estudiantes exponen sus puntos de vista de manera activa con las preguntas que le pueden hacer el profesor y sus compañeros.	Clase magistral activa	- Revisión de PPT - Revisión video - Revisión ejemplos
	4P	- Diseño el boceto de dos avisos publicitarios minimalistas empleando cualquier principio de la Teoría de la Gestalt. - Ejercicios grupales de análisis de casos desarrollados en clase.	Inicio: - El docente retroalimenta y proporciona las indicaciones para el desarrollo de la guía práctica de la semana 7. Desarrollo: - El docente forma equipos colaborativos de 2 estudiantes. El grupo lee y analiza la guía de trabajo 7 y luego desarrollan la práctica de acuerdo a las instrucciones del texto con un producto entregable: - Dos bocetos a lápiz sobre dos avisos publicitarios minimalistas.	- Los estudiantes trabajan en parejas para diseñar el boceto de dos avisos publicitarios de sus marcas reales. - Los estudiantes muestran sus trabajos y exponen del porqué de dicha elección.	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

			<ul style="list-style-type: none"> - El docente acompaña a los equipos para resolver sus inquietudes e interrogantes. Cierre: <ul style="list-style-type: none"> - Recepción del producto entregable y su correspondiente revisión. - El docente hace un resumen de la clase con todos los puntos vistos hasta ese momento. 			
8	2T	Evaluación Parcial Evaluación individual teórico-práctica	Dar las indicaciones necesarias para el desarrollo de la evaluación. Inicio: <ul style="list-style-type: none"> - El docente brinda las indicaciones sobre la corrección de la evaluación. Desarrollo: <ul style="list-style-type: none"> - El docente corrige los exámenes y brinda los resultados de los mismos a todos los estudiantes presentes. - Calificación y retroalimentación de la evaluación parcial Cierre: <ul style="list-style-type: none"> - El docente reitera las indicaciones de la evaluación parcial antes de hacer la entrega de los mismos. 	<ul style="list-style-type: none"> - El estudiante desarrolla la evaluación propuesta de forma individual para demostrar lo aprendido hasta el momento. - El estudiante atiende a los resultados de la evaluación y recibe su evaluación. 	Clase magistral activa	
	4P	Evaluación parcial	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión - Feedback 			

Unidad 3		Nombre de la unidad:	Diseño y elaboración de piezas gráficas	Resultado de aprendizaje de la unidad:	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de diseñar piezas gráficas sobre diferentes productos o servicios acorde a las necesidades del público objetivo del cliente.		
Semana	Horas / Tipo de sesión	Temas y subtemas	Actividades sincronas (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	<ul style="list-style-type: none"> - El logotipo - Funciones y características del logotipo. - Isotipo, imago tipo e isologo 	Inicio: <ul style="list-style-type: none"> - El docente muestra un video con diversos logotipos de marcas conocidas para generar expectativa en los estudiantes. - El docente comunica el propósito de la sesión. - El docente pregunta a los estudiantes que definan con sus propias palabras lo que es un logotipo. - El docente indica la metodología a emplear: Grupos de investigación. Desarrollo: <ul style="list-style-type: none"> - El docente realiza la explicación de la clase brindando la teoría respectiva. - El docente solicita la participación de los estudiantes 	<ul style="list-style-type: none"> - El estudiante investiga y profundiza sobre los conceptos del logotipo, isotipo, imago tipo e isologo. - El estudiante expone sobre lo investigado frente a sus compañeros generando una serie de preguntas. 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de PPT - Revisión video - Revisión ejemplos 	

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

			<p>para construir la definición del logotipo.</p> <ul style="list-style-type: none"> - El docente conforma grupos de 3 estudiantes para que investiguen y definan los conceptos de lo que es el isotipo, imagotipo e isologo. <p>Cierre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recepción del producto entregable y su correspondiente revisión. - El docente hace un resumen de la clase con todos los puntos vistos hasta ese momento. 			
	4P	- Diseño del logotipo e isotipo de una marca propia	<p>Inicio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El docente retroalimenta y proporciona las indicaciones para el desarrollo de la guía práctica de la semana 9. <p>Desarrollo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El docente forma equipos colaborativos de 2 estudiantes. El grupo lee y analiza la guía de trabajo 7 y luego desarrollan la práctica de acuerdo a las instrucciones del texto con un producto entregable: el diseño de dos logotipos de una marca propia de forma desde el boceto hasta su acabado en el programa Adobe Illustrator. - El docente acompaña a los equipos para resolver sus inquietudes e interrogantes. <p>Cierre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recepción del producto entregable y su correspondiente revisión. - El docente hace un resumen de la clase con todos los puntos vistos hasta ese momento. 	<ul style="list-style-type: none"> - El estudiante despierta su creatividad para la elaboración del boceto dos logotipos. - El estudiante trabaja con su compañero para intercambiar opiniones sobre el diseño de los logotipos. - El estudiante hace uso del programa Adobe Illustrator para diseñar los logotipos respectivos. 	Aprendizaje colaborativo	
10	2T	- El afiche publicitario. - Los tamaños más comunes en el mercado peruano.	<p>Inicio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El docente muestra diversas piezas gráficas de marcas conocidas para generar expectativa en los estudiantes. - El docente comunica el propósito de la sesión. - El docente pregunta a los estudiantes que identifiquen los diversos elementos de las piezas gráficas. - El docente indica la metodología a emplear: Grupos de investigación. <p>Desarrollo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El docente realiza la explicación de la clase brindando de manera resumida la teoría respectiva. - El docente solicita la participación de los estudiantes a través de una lluvia de ideas para definir los conceptos de las diversas piezas gráficas. <p>Cierre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El docente analiza los diversos elementos de una pieza gráfica e indica a los estudiantes el trabajo a realizar en la siguiente hora. 	<ul style="list-style-type: none"> - El estudiante investiga y profundiza sobre los conceptos del afiche publicitario y demás piezas gráficas. - El estudiante expone sobre lo investigado frente a sus compañeros generando una serie de preguntas. 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de PPT - Revisión video - Revisión ejemplos
	4P	- Diseño de tres afiches publicitarios minimalistas (sin fotos) de una marca propia.	<p>Inicio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El docente retroalimenta y proporciona las indicaciones para el desarrollo de la guía práctica de la 	<ul style="list-style-type: none"> - El estudiante despierta su creatividad para el diseño del boceto de tres afiches sobre su 	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

			<p>semana 10.</p> <p>Desarrollo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El docente forma equipos colaborativos de 2 estudiantes. El grupo lee y analiza la guía de trabajo 10 y luego desarrollan la práctica de acuerdo a las instrucciones del texto con un producto entregable: el diseño de tres afiches publicitarios de una marca propia, desde el boceto en A3 hasta su acabado en el programa Adobe Illustrator. - El docente acompaña a los equipos para resolver sus inquietudes e interrogantes. <p>Cierre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recepción del producto entregable y su correspondiente revisión. - El docente hace un resumen de la clase con todos los puntos vistos hasta ese momento. 	<p>propia marca.</p> <ul style="list-style-type: none"> - El estudiante diseña el afiche aprobado de forma digital en el programa Adobe Illustrator. - El estudiante trabaja con su compañero para intercambiar diversos puntos de vista sobre el diseño final de la pieza gráfica. - Discuten si hay algo que cambiar o corregir. 		
11	2T	- Las fotos y su importancia en el diseño de las piezas gráficas publicitarias.	<p>Inicio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El docente muestra diversas fotos de personajes conocidos y de diferentes productos y servicios para generar expectativa en los estudiantes. - El docente comunica el propósito de la sesión. - El docente pregunta a los estudiantes sobre la importancia de las fotografías en las piezas gráficas. - El docente indica la metodología a emplear: Grupos de investigación. <p>Desarrollo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El docente realiza la explicación de la clase brindando de manera resumida la teoría respectiva. - El docente solicita la participación de los estudiantes a través de una lluvia de ideas para definir la función de la fotografía en las piezas gráficas publicitarias. <p>Cierre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El docente realiza un resumen de la clase con la participación de los estudiantes. 	<ul style="list-style-type: none"> - El estudiante investiga y profundiza sobre la importancia de las fotos en las piezas gráficas. - El estudiante expone sobre lo investigado frente a sus compañeros generando una serie de preguntas que ayuden a profundizar en el tema. 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de PPT - Revisión video - Revisión ejemplos
	4P	- Diseño de tres afiches publicitarios con fotos propias de una marca propia.	<p>Inicio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El docente retroalimenta y proporciona las indicaciones para el desarrollo de la guía práctica de la semana 11. <p>Desarrollo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El docente forma equipos colaborativos de 2 estudiantes. El grupo lee y analiza la guía de trabajo 11 y luego desarrollan la práctica de acuerdo a las instrucciones del texto con un producto entregable: el diseño de tres afiches publicitarios de una marca propia, desde el boceto en A3 hasta su acabado en los programas Adobe Illustrator y Adobe Photoshop. - El docente acompaña a los equipos para resolver sus inquietudes e interrogantes. <p>Cierre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recepción del producto entregable y su correspondiente revisión. 	<ul style="list-style-type: none"> - El estudiante despierta su creatividad para el diseño del boceto de tres afiches sobre su propia marca. - El estudiante diseña el afiche aprobado de forma digital en los programas Adobe Illustrator y Adobe Photoshop. - El estudiante trabaja con su compañero para intercambiar diversos puntos de vista sobre el diseño final de las piezas gráficas. Discuten si hay algo que cambiar o corregir. 	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

			- El docente hace un resumen de la clase con todos los puntos vistos hasta ese momento.			
12	2T	<ul style="list-style-type: none"> - El comportamiento del consumidor. - Factores que influyen en el comportamiento del consumidor. 	<p>Inicio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión y se les indica la metodología de trabajo colaborativo: Grupos de investigación. <p>Elección y distribución de subtemas. Se presenta a los estudiantes el tema y los subtemas de estudio. El docente brinda un subtema a cada grupo, sin que estos se repitan en los otros grupos.</p> <p>Desarrollo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes investigan sobre el comportamiento de consumidor y los factores que influyen en los mismos. - Posteriormente realizan el análisis y síntesis del tema trabajando en equipos, para lo cual realizan una exposición frente a sus demás compañeros. - El docente elige a un responsable de equipo para que pueda exponer el subtema que le tocó. El docente responde las inquietudes e interrogantes que puedan tener los estudiantes. <p>Cierre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Después de la exposición el docente genera una serie de preguntas para que sean respondidas por los otros grupos. En caso existan algunas dudas el profesor intervendrá para ampliar y profundizar el conocimiento de los estudiantes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan de manera constante brindando información sobre el comportamiento del consumidor. - Los estudiantes realizan apuntes y diapositivas para la exposición del tema de manera grupal. - Los estudiantes responden a las preguntas de sus demás compañeros sobre el tema que se está tratando. 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de PPT - Revisión video - Revisión ejemplos
	4P	<ul style="list-style-type: none"> - Investigación del comportamiento del consumidor en el campo. - Análisis estadístico de los datos obtenidos. - Evaluación individual teórico-práctica. 	<p>Inicio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El docente retroalimenta y proporciona las indicaciones para el desarrollo de la guía práctica de la semana 12. <p>Desarrollo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El docente forma equipos colaborativos de donde leen y analizan la guía de la semana 12 y luego resuelven la práctica de acuerdo a las instrucciones del texto con un producto entregable (organizador). - El docente acompaña a los equipos para resolver sus inquietudes e interrogantes. <p>Cierre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recepción del producto entregable y su correspondiente revisión. El docente pide la participación de los estudiantes para dar a conocer el análisis y resultados de la investigación realizada en el campo. 	<ul style="list-style-type: none"> - El estudiante analiza, describe y sintetiza los diversos datos obtenidos en su investigación. - El estudiante hace uso de programas informáticos para tabular los datos obtenidos. - El estudiante expone sobre el comportamiento del consumidor que se relaciona con su producto o servicio. 	Aprendizaje colaborativo	

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

Unidad 4		Nombre de la unidad:	Marketing y publicidad digital	Resultado de aprendizaje de la unidad:	Al finalizar la asignatura, el estudiante será capaz de diseñar creativamente mensajes publicitarios valorando el mercado y las necesidades del consumidor.		
Semana	Horas / Tipo de sesión	Temas y subtemas	Actividades sincronas (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	<ul style="list-style-type: none"> - Fundamentos del Marketing Digital. - Diferencias entre Marketing Digital y Marketing Tradicional. - El plan de Marketing Digital. - Estrategia de Marketing Digital. 	<p>Inicio: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión y se les indica la metodología de trabajo colaborativo: Grupos de investigación.</p> <p>Elección y distribución de subtemas. Se presenta a los estudiantes el tema y los subtemas de estudio. El docente brinda un subtema a cada grupo, sin que estos se repitan en los otros grupos.</p> <p>Desarrollo: Los estudiantes investigan sobre los siguientes puntos: a) Fundamentos del Marketing Digital. b) Diferencias entre Marketing Digital y Marketing Tradicional. c) El plan de Marketing Digital. d) Estrategia de Marketing Digital. Posteriormente realizan el análisis y síntesis de los subtemas trabajando en equipos, para lo cual realizan una exposición frente a sus demás compañeros. El docente elige a un responsable de equipo para que pueda exponer el subtema que le tocó. El docente responde las inquietudes e interrogantes que puedan tener los estudiantes.</p> <p>Cierre: Después de la exposición el docente genera una serie de preguntas para que sean respondidas por los otros grupos. En caso existan algunas dudas el profesor intervendrá para ampliar y profundizar el conocimiento de los estudiantes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan de manera constante buscando información sobre los subtemas asignados por el profesor. - Los estudiantes realizan apuntes y diapositivas para la exposición de los subtemas de manera grupal. - Los estudiantes responden a las preguntas de sus demás compañeros sobre los diversos subtemas desarrollados. 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de PPT - Revisión video - Revisión ejemplos 	
	4P	<ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de un plan de Marketing. - Elaboración de una estrategia de Marketing. 	<p>Inicio: - El docente retroalimenta y proporciona las indicaciones para el desarrollo de la guía práctica de la semana 13.</p> <p>Desarrollo: - El docente forma equipos colaborativos en donde leen y analizan la guía de la semana 13 y luego resuelven la práctica de acuerdo a las instrucciones del texto con un producto entregable. - El docente acompaña a los equipos para resolver sus inquietudes e interrogantes.</p> <p>Cierre: - Recepción del producto entregable y su</p>	<ul style="list-style-type: none"> - El estudiante analiza, describe y sintetiza los diversos datos obtenidos en su investigación. - El estudiante elabora un plan de Marketing adecuado de según los requerimientos de una marca real. - El estudiante elabora una estrategia de Marketing digital según los requerimientos de una marca real. - El estudiante expone frente a sus compañeros la investigación realizada. 	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

			correspondiente revisión. El docente pide la participación de los estudiantes para dar a conocer el análisis y resultados de la investigación realizada en el campo.			
14	2T	<ul style="list-style-type: none"> - Insights: definición e importancia. - ¿cómo se aplican los insights del consumidor? 	<p>Inicio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión y se les indica la metodología de trabajo colaborativo: Grupos de investigación. <p>Elección y distribución de subtemas.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se presenta a los estudiantes el tema y los subtemas de estudio. - El docente brinda un subtema a cada grupo, sin que estos se repitan en los otros grupos. <p>Desarrollo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes investigan sobre el <i>insight</i> y su aplicación en el consumidor. - Posteriormente realizan el análisis y síntesis de los subtemas trabajando en equipos, para lo cual realizan una exposición frente a sus demás compañeros. - El docente elige a un responsable de equipo para que pueda exponer el subtema que le tocó. El docente responde las inquietudes e interrogantes que puedan tener los estudiantes. <p>Cierre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Después de la exposición el docente genera una serie de preguntas para que sean respondidas por los otros grupos. En caso existan algunas dudas el profesor intervendrá para ampliar y profundizar el conocimiento de los estudiantes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan de manera constante buscando información sobre los subtemas asignados por el profesor. - Los estudiantes realizan apuntes y diapositivas para la exposición de los subtemas de manera grupal. - Los estudiantes responden a las preguntas de sus demás compañeros sobre los diversos subtemas desarrollados. 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de PPT - Revisión video - Revisión ejemplos
	4P	- Aplicación del insight en el consumidor de su producto o servicio que esté desarrollando el estudiante.	<p>Inicio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El docente retroalimenta y proporciona las indicaciones para el desarrollo de la guía práctica de la semana 14. <p>Desarrollo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El docente forma equipos colaborativos en donde leen y analizan la guía de la semana 14 y luego resuelven la práctica de acuerdo a las instrucciones del texto con un producto entregable. - El docente acompaña a los equipos para resolver sus inquietudes e interrogantes. <p>Cierre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recepción del producto entregable y su correspondiente revisión. El docente pide la participación de los estudiantes para dar a conocer el análisis y resultados de la investigación. 	<ul style="list-style-type: none"> - El estudiante analiza, describe y sintetiza los diversos datos obtenidos en su investigación. - El estudiante elabora una presentación en Power Point sobre lo investigado. - El estudiante expone frente a sus compañeros la investigación realizada. 	Aprendizaje colaborativo	
15	2T	<ul style="list-style-type: none"> - Publicidad digital - Publicidad en Google - Publicidad en Facebook - Publicidad en Instagram 	<p>Inicio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión y se les indica la metodología de trabajo colaborativo: Grupos de investigación. <p>Elección y distribución de subtemas.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se presenta a los estudiantes el tema y los subtemas 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan de manera constante buscando información sobre los subtemas asignados por el profesor. - Los estudiantes realizan apuntes y diapositivas para la exposición de 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de PPT - Revisión video - Revisión ejemplos

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

			<p>de estudio relacionados a la publicidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> - El docente brinda un subtema a cada grupo, sin que estos se repitan en los otros grupos. <p>Desarrollo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes investigan sobre la publicidad digital y su desarrollo en Google y las principales redes sociales. - Posteriormente realizan el análisis y síntesis de los subtemas trabajando en equipos, para lo cual realizan una exposición frente a sus demás compañeros. - El docente elige a un responsable de equipo para que pueda exponer el subtema que le tocó. El docente responde las inquietudes e interrogantes que puedan tener los estudiantes. <p>Cierre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Después de la exposición el docente genera una serie de preguntas para que sean respondidas por los otros grupos. En caso existan algunas dudas el profesor intervendrá para ampliar y profundizar el conocimiento de los estudiantes. 	<p>los subtemas de manera grupal.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes responden a las preguntas de sus demás compañeros sobre los diversos subtemas desarrollados. 		
	4P	<ul style="list-style-type: none"> - Promoción a través de Facebook sobre su propia marca de un producto o servicio. - Ejercicios grupales de análisis de casos desarrollados en clases. 	<p>Inicio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El docente retroalimenta y proporciona las indicaciones para el desarrollo de la guía práctica de la semana 15. <p>Desarrollo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El docente forma equipos colaborativos en donde leen y analizan la guía de la semana 15 y luego resuelven la práctica de acuerdo a las instrucciones del texto. - El docente acompaña a los equipos para resolver sus inquietudes e interrogantes. <p>Cierre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Verificación de la promoción de un aviso digital en Internet y el seguimiento que hacen los estudiantes a través de los diversos canales del medio en el que se publicó. 	<ul style="list-style-type: none"> - El estudiante analiza, describe y sintetiza los diversos datos obtenidos en su investigación. - El estudiante promociona un aviso en una de las redes sociales que mayormente consume el público objetivo de su marca. - El estudiante expone frente a sus compañeros la evolución de dicha promoción. 	Aprendizaje colaborativo	
16	2T	<ul style="list-style-type: none"> - Evaluación Final Evaluación individual teórico-práctica. 	<p>Dar las indicaciones necesarias para el desarrollo de la evaluación.</p> <p>Inicio:</p> <p>El docente brinda las indicaciones sobre la corrección de la evaluación.</p> <p>Desarrollo:</p> <p>El docente corrige los exámenes y brinda los resultados de los mismos a todos los estudiantes presentes. Calificación y retroalimentación de la evaluación final.</p> <p>Cierre:</p> <p>El docente reitera las indicaciones de la evaluación final antes de hacer la entrega de los mismos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - El estudiante desarrolla la evaluación propuesta de forma individual para demostrar lo aprendido hasta el momento. - El estudiante atiende a los resultados de la evaluación y recibe su evaluación. 	Clase magistral activa	-

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

	4P	Evaluación Final	<ul style="list-style-type: none">- Atención a los reclamos de los estudiantes.- Carga de notas al campus virtual luego de atender a los reclamos del estudiante.	<ul style="list-style-type: none">- Los estudiantes proceden a realizar las preguntas que crean conveniente si es que hubiera algún reclamo.	Aprendizaje colaborativo	
--	-----------	------------------	--	--	--------------------------	--