

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

Nombre de la asignatura	Estrategias de Precios	Resultado de aprendizaje de la asignatura:	Al finalizar la asignatura, el estudiante será capaz de diseñar programas de marketing de precio coherentes con las estrategias de marketing.
Periodo	7	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.	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.	3
Planeamiento de Marketing Diseña y sustenta un plan estratégico de marketing basado en el análisis de la información de la empresa, del sector y estudios de investigación de mercados con objetivos, estrategias y programas de marketing coherentes.	Marketing mix	Diseña y sustenta programas de marketing de producto, precio, distribución y comunicación coherentes con las estrategias de marketing.	3

Unidad 1		Nombre de la unidad:	Fijación estratégica de precios	Resultado de aprendizaje de la unidad:	Duración en horas	24
Semana	Horas / Tipo de sesión	Temas y subtemas	Actividades síncronas (Video clases)			Actividades de aprendizaje autónomo Asíncronas (Estudiante – aula virtual)
			Actividades y recursos para la enseñanza (Docente)	Actividades y recursos para el aprendizaje (Estudiante)	Metodología	

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

1	2T	<ul style="list-style-type: none"> - Presentación del docente y estudiantes - Presentación de la asignatura (sílabo) 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <p>D: través de dinámicas activas el docente y los estudiantes se presentan asertivamente.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comparten expectativas (con dinámica participativa y activa) docente y estudiantes respecto al desarrollo de la asignatura (sílabo y demás). - Se visualiza un video sobre la asignatura Estrategias de Precios y los estudiantes, a través de la lluvia de ideas, manifiestan sus opiniones en referencia a su especialidad. https://www.youtube.com/watch?v=6HTKPg-U3BI - Aplicación de la prueba objetiva <p>C: el docente aplica la estrategia lluvia de ideas sobre expectativas sobre la asignatura. Solución de preguntas.</p>	<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. 	Otros metodología activa	
	2T	<ul style="list-style-type: none"> - Introducción a las estrategias de precios 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identifica las partes de una estrategia integrada de precios. - Los estudiantes responden a la pregunta ¿cuáles son las variables que explican las estrategias de precios? - Los estudiantes visualizan un video relacionado con las estrategias de precios. https://www.youtube.com/watch?v=6HTKPg-U3BI <p>D: se presenta el tema a través de PPT</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se formulan preguntas <p>C: se realiza retroalimentación.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión del sílabo - Revisión de las PPT de la semana - Tarea: - Ingresar al aula virtual para resolver la tarea.
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo plantear las preguntas correctas para a fijación de precios? - Práctica 01: Identifican los costos que intervienen en la fijación de precios. 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <p>D: través de una PPT se explica el tema.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se propone la conformación de equipos, la revisión y resolución de la práctica 01 a través, del aula virtual. <p>C: se realiza la consolidación y síntesis del tema.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los equipos de trabajo resuelven la práctica. - Formulan una solución integrada. - Presentan el sistema de operaciones a través del aula virtual. 	Aprendizaje colaborativo	

HOJA CALENDARIO– PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

2	2T	<ul style="list-style-type: none"> - Costos - ¿Cómo deben afectar las decisiones de fijación de precios? - Tipos de costos - Margen de contribución 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <ul style="list-style-type: none"> - El papel de los costos en la fijación de precios. - Los estudiantes responden a la pregunta ¿cuáles son los costos relevantes? - Los estudiantes visualizan un video relacionado con las estrategias de precios. https://www.youtube.com/watch?v=VCgX2Adk3ZY <p>D: se presenta el tema a través de PPT</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se formulan preguntas <p>C: se realiza retroalimentación.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas. 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de las PPT de la semana - Tarea: - Ingresar al aula virtual para resolver la tarea.
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo determinar los costos relevantes? - Práctica 02: Identifican los costos relevantes que intervienen en la fijación de precios. 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <p>D: través de una PPT se explica el tema.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se propone la conformación de equipos, la revisión y resolución de la práctica 02 a través, del aula virtual. <p>C: se realiza la consolidación y síntesis del tema</p> <p>Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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	
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo plantear el margen de contribución porcentual? - Práctica 03: Identifican el concepto de margen de contribución y su utilidad al momento de establecer precios. 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <p>D: través de una PPT se explica el tema</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se propone la conformación de equipos, la revisión y resolución de la práctica 03 a través, del aula virtual. <p>C: se realiza la consolidación y síntesis del tema</p> <p>Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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	

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

3	2T	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis financiero - Fijación de precios para obtener beneficios - Análisis del umbral de rentabilidad de las ventas: caso básico 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <ul style="list-style-type: none"> - El papel de los costos en la fijación de precios. - internas y las consideraciones externas del mercado. - Los estudiantes responden a la pregunta ¿cuánto tendría que modificarse el volumen de ventas para incrementar el beneficio a partir de una modificación del precio? - Los estudiantes visualizan un video relacionado con las modificaciones de precios. https://www.youtube.com/watch?v=q0dRJkVA1Q <p>D: se presenta el tema a través de PPT</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se formulan preguntas. <p>C: se realiza retroalimentación.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas. 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de las PPT de la semana - Tarea: - Ingresar al aula virtual para resolver la tarea.
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo determinar las modificaciones de precios? - Práctica 04: Determinan las variaciones rentables de los precios para el caso básico 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <p>D: través de una PPT se explica el tema.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se propone la conformación de equipos, la revisión y resolución de la práctica 04 a través, del aula virtual. <p>C: se realiza la consolidación y síntesis del tema</p> <p>Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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	
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo plantear la modificación de precios con cambios en el costo variable? - Práctica 05: Determinan las variaciones rentables de precios para el caso básico y cambio en el costo variable 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <p>D: través de una PPT se explica el tema.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se propone la conformación de equipos, la revisión y resolución de la práctica 05 a través, del aula virtual. <p>C: se realiza la consolidación y síntesis del tema</p> <p>Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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	

HOJA CALENDARIO– PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

4	2T	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis financiero - Fijación de precios para obtener beneficios - Análisis del umbral de rentabilidad de las ventas: modificación con costos fijos directos adicionales 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <ul style="list-style-type: none"> - El papel de las consideraciones financieras internas y las consideraciones externas del mercado. - Los estudiantes responden a la pregunta ¿cuánto tendrían que modificarse el volumen de ventas para incrementar el beneficio a partir de una modificación del precio? - Los estudiantes visualizan un video relacionado con las estrategias de precios. https://www.youtube.com/watch?v=ffWdCj6EJJE <p>D: se presenta el tema a través de PPT</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se formulan preguntas <p>C: se realiza retroalimentación.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas. 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de las PPT de la semana - Tarea: - Ingresar al aula virtual para resolver la tarea.
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo plantear la modificación de precios con costos fijos directos adicionales? - Práctica 06: Determinan las variaciones rentables de precios para el caso con costos fijos directos adicionales 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <p>D: través de una PPT se explica el tema.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se propone la conformación de equipos, la revisión y resolución de la práctica 06 a través, del aula virtual. <p>C: se realiza la consolidación y síntesis del tema</p> <p>Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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	
	2P		<p>C1 – SC1</p> <p>Evaluación individual teórico-práctica / Prueba de desarrollo</p> <p>I: se da a conocer el propósito de la sesión</p> <p>D: propone la resolución de prueba de desarrollo teórica-práctica de manera individual.</p> <p>C: se realiza la resolución con los estudiantes</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes analizan la prueba de desarrollo y proponen una solución. - Presentan la solución de la prueba de desarrollo a través del aula virtual. 		

HOJA CALENDARIO– PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

Unidad 2		Nombre de la unidad:	Análisis del mercado desde el punto de vista de los precios	Resultado de aprendizaje de la unidad:	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar la estrategia de fijación de precios desde la perspectiva de los costos, los clientes y la competencia.	Duración en horas	24
Semana	Horas / Tipo de sesión	Temas y subtemas	Actividades sincronas (Video clases)			Actividades de aprendizaje autónomo Asíncronas (Estudiante – aula virtual)	
			Actividades y recursos para la enseñanza (Docente)	Actividades y recursos para el aprendizaje (Estudiante)	Metodología		
5	2T	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de los consumidores - Cómo comprender las decisiones de compra y como influir sobre ellas - El papel del valor para la fijación de precios - Análisis del valor económico 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <ul style="list-style-type: none"> - El papel de la planificación estratégica para gestionar de forma proactiva la incertidumbre del mercado. - Los estudiantes responden a la pregunta ¿cómo se espera que respondan los consumidores a la fijación de precios por parte de la empresa? - Los estudiantes visualizan un video relacionado con las estrategias de precios. https://www.youtube.com/watch?v=1RNm4CgwRaA <p>D: se presenta el tema a través de PPT</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se formulan preguntas <p>C: se realiza retroalimentación.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas. 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión del sílabo - Revisión de las PPT de la semana - Tarea: - Ingresar al aula virtual para resolver la tarea. 	
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo plantear el análisis umbral de un cambio de precios? - Práctica 07: Determinan el umbral de un cambio de precios 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <p>D: través de una PPT se explica el tema.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se propone la conformación de equipos, la revisión y resolución de la práctica 07 a través, del aula virtual. <p>C: se realiza la consolidación y síntesis del tema</p> <ul style="list-style-type: none"> - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los equipos de trabajo resuelven la práctica. - Formulan una solución integrada. - Presentan el sistema de operaciones a través del aula virtual. 	Aprendizaje colaborativo		
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo plantear las curvas de ventas de equilibrio? - Práctica 08: Determinan las variaciones rentables de precios para el caso de precios reactivos 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <p>D: través de una PPT se explica el tema.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se propone la conformación de equipos, la revisión y resolución de la práctica 08 a través, del aula virtual. <p>C: se realiza la consolidación y síntesis del tema</p> <ul style="list-style-type: none"> - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los equipos de trabajo resuelven la práctica. - Formulan una solución integrada. - Presentan el sistema de operaciones a través del aula virtual. 	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- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

6	2T	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de los consumidores - Factores que influyen sobre la percepción del valor - Análisis de la sensibilidad 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <ul style="list-style-type: none"> - El papel de la planificación estratégica para gestionar de forma proactiva la incertidumbre del mercado. - Los estudiantes responden a la pregunta ¿cómo se espera que respondan los consumidores a la fijación de precios por parte de la empresa? - Los estudiantes visualizan un video relacionado con las estrategias de precios. https://www.youtube.com/watch?v=g0z3nyqjyd0 <p>D: se presenta el tema a través de PPT</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se formulan preguntas <p>C: se realiza retroalimentación.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas. 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión del sílabo - Revisión de las PPT de la semana - Tarea: - Ingresar al aula virtual para resolver la tarea.
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo plantear la modificación de precios reactivos? - Práctica 09: Determinan las variaciones rentables de precios reactivos 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <p>D: través de una PPT se explica el tema</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se propone la conformación de equipos, la revisión y resolución de la práctica 09 a través, del aula virtual. <p>C: se realiza la consolidación y síntesis del tema</p> <ul style="list-style-type: none"> - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los equipos de trabajo resuelven la práctica. - Formulan una solución integrada. - Presentan el sistema de operaciones a través del aula virtual. 	Aprendizaje colaborativo	
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo plantear el análisis de sensibilidad de precios? - Práctica 10: Determinan las variaciones rentables de precios a través de la curva de ventas de equilibrio 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <p>D: través de una PPT se explica el tema.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se propone la conformación de equipos, la revisión y resolución de la práctica 10 a través, del aula virtual. <p>C: se realiza la consolidación y síntesis del tema</p> <ul style="list-style-type: none"> - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los equipos de trabajo resuelven la práctica. - Formulan una solución integrada. - Presentan el sistema de operaciones a través del aula virtual. 	Aprendizaje colaborativo	

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

7	2T	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de la competencia - Resolución cuidadosa de los conflictos - Ventaja competitiva: la única fuente de rentabilidad sostenible 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <ul style="list-style-type: none"> - La fijación de precios en función de la competencia es más difícil y complicada que la fijación de precios de un producto único. - Los estudiantes responden a la pregunta ¿por qué la reducción de precio que aumenta las ventas hoy cambiará, sin duda, la industria en la que competirá mañana? - Los estudiantes visualizan un video relacionado con las estrategias de precios. https://www.youtube.com/watch?v=coHi15p2XHA <p>D: se presenta el tema a través de PPT</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se formulan preguntas <p>C: se realiza retroalimentación.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas. 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión del sílabo - Revisión de las PPT de la semana - Tarea: - Ingresar al aula virtual para resolver la tarea.
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo plantear el precio de un producto nuevo? - Práctica 11: Determinación del precio de un producto nuevo 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <p>D: través de una PPT se explica el tema.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se propone la conformación de equipos, la revisión y resolución de la práctica 11 a través, del aula virtual. <p>C: se realiza la consolidación y síntesis del tema</p> <ul style="list-style-type: none"> - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los equipos de trabajo resuelven la práctica. - Formulan una solución integrada. - Presentan el sistema de operaciones a través del aula virtual. 	Aprendizaje colaborativo	
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo plantear una ventaja competitiva? - Práctica 12: Determinación de la ventaja competitiva 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión.</p> <p>D: través de una PPT se explica el tema.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se propone la conformación de equipos, la revisión y resolución de la práctica 12 a través, del aula virtual. <p>C: se realiza la consolidación y síntesis del tema</p> <ul style="list-style-type: none"> - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los equipos de trabajo resuelven la práctica. - Formulan una solución integrada. - Presentan el sistema de operaciones a través del aula virtual. 	Aprendizaje colaborativo	

HOJA CALENDARIO– PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

8	2T	<ul style="list-style-type: none"> - Estrategia de fijación de precios - Gestión activa de su mercado - Determinación del precio frente a la fijación estratégica de precios 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gestionar un mercado de forma activa no es algo evidente. - Los estudiantes responden a la pregunta ¿por qué las curvas de demanda constituyen conceptos útiles para comprender como funcionan los mercados, pero pueden ser una guía que lleva a errores en la fijación de precios? - Los estudiantes visualizan un video relacionado con las estrategias de precios. https://www.youtube.com/watch?v=YfkNE7MBqWo <p>D: se presenta el tema a través de PPT</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se formulan preguntas <p>C: se realiza retroalimentación.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas. 	Clase magistral activa	<p>Revisión de las PPT de la semana</p> <p>- Tarea:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ingresar al aula virtual para resolver la tarea.
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo plantear el precio de un servicio? - Práctica 13: Determinación del precio de un servicio 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <p>D: través de una PPT se explica el tema.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se propone la conformación de equipos, la revisión y resolución de la práctica 13 a través, del aula virtual. <p>C: se realiza la consolidación y síntesis del tema</p> <p>Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron.</p> <p>C1 - SC2 Evaluación individual teórico-práctica / Prueba de desarrollo</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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	
	2P		<p>EVALUACIÓN PARCIAL Trabajo práctico / Rúbrica de evaluación</p> <p>I: se da a conocer el propósito de la sesión</p> <p>D: propone la resolución del trabajo práctico.</p> <p>C: se realiza la resolución con los estudiantes</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes analizan los alcances del trabajo práctico. - Presentan el avance de su trabajo. 		

HOJA CALENDARIO– PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

Unidad 3		Nombre de la unidad:	Fijación de precios desde el punto de vista del marketing	Resultado de aprendizaje de la unidad:	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de aplicar diferentes estrategias de fijación de precios en situaciones reales de la gestión de los negocios.	Duración en horas	24
Semana	Horas / Tipo de sesión	Temas y subtemas	Actividades síncronas (Video clases)			Actividades de aprendizaje autónomo Asíncronas (Estudiante – aula virtual)	
			Actividades y recursos para la enseñanza (Docente)	Actividades y recursos para el aprendizaje (Estudiante)	Metodología		
9	2T	<ul style="list-style-type: none"> - Fijación de precios en función del ciclo de vida - Adaptación de la estrategia a un entorno cambiante - Fijación de precios en cada etapa del ciclo de vida del producto 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <ul style="list-style-type: none"> - La fijación de precios en función del ciclo de vida nos da la oportunidad de comprender el presente, anticipar el futuro, y prepararnos para aprovechar al máximo ambos. - Los estudiantes responden a la pregunta ¿Por qué es necesario adaptar la estrategia a un entorno cambiante? - Los estudiantes visualizan un video relacionado con las estrategias de precios. https://www.youtube.com/watch?v=0Et2IzfoQzW <p>D: se presenta el tema a través de PPT</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se formulan preguntas <p>C: se realiza retroalimentación.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas. 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de las PPT de la semana - Tarea: - Ingresar al aula virtual para resolver la tarea. 	
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo plantear el precio de un producto de bajo costo? - Práctica 14: Determinación del precio de un producto de bajo costo 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <p>D: través de una PPT se explica el tema.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se propone la conformación de equipos, la revisión y resolución de la práctica 14 a través, del aula virtual. <p>C: se realiza la consolidación y síntesis del tema</p> <ul style="list-style-type: none"> - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los equipos de trabajo resuelven la práctica. - Formulan una solución integrada. - Presentan el sistema de operaciones a través del aula virtual. 	Aprendizaje colaborativo		
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo plantear el precio de un producto innovador? - Práctica 15: Determinación del precio de un producto innovador 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <p>D: través de una PPT se explica el tema.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se propone la conformación de equipos, la revisión y resolución de la práctica 15 a través, del aula virtual. <p>C: se realiza la consolidación y síntesis del tema</p> <ul style="list-style-type: none"> - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los equipos de trabajo resuelven la práctica. - Formulan una solución integrada. - Presentan el sistema de operaciones a través del aula virtual. 	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– PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

10	2T	<ul style="list-style-type: none"> - Ventas y negociación den función del valor - Como influir sobre el comportamiento del cliente - Valor: la base para la fijación de precios siguiendo una política determinada 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <ul style="list-style-type: none"> - La negociación de precios suele ser una confrontación entre David, el vendedor, quien tiene mucho menos influencia sobre lo que vende su empresa que la que tiene el agente de compras sobre lo que compra su empresa. - Los estudiantes responden a la pregunta ¿"Por qué debemos influir sobre el comportamiento del cliente?. - Los estudiantes visualizan un video relacionado con las estrategias de precios. https://www.youtube.com/watch?v=2uzBRQacFn0 <p>D: se presenta el tema a través de PPT</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se formulan preguntas <p>C: se realiza retroalimentación.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas. 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de las PPT de la semana - Tarea: - Ingresar al aula virtual para resolver la tarea.
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo plantear las estrategias de negociación? - Práctica 16: Determinación de las estrategias de negociación 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <p>D: través de una PPT se explica el tema.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se propone la conformación de equipos, la revisión y resolución de la práctica 16 a través, del aula virtual. <p>C: se realiza la consolidación y síntesis del tema</p> <ul style="list-style-type: none"> - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los equipos de trabajo resuelven la práctica. - Formulan una solución integrada. - Presentan el sistema de operaciones a través del aula virtual. 	Aprendizaje colaborativo	
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo establecer indicadores de gestión de compras? - Práctica 17: Determinación de los indicadores de gestión de compras 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <p>D: través de una PPT se explica el tema</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se propone la conformación de equipos, la revisión y resolución de la práctica 17 a través, del aula virtual. <p>C: se realiza la consolidación y síntesis del tema</p> <ul style="list-style-type: none"> - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los equipos de trabajo resuelven la práctica. - Formulan una solución integrada. - Presentan el sistema de operaciones a través del aula virtual. 	Aprendizaje colaborativo	

HOJA CALENDARIO– PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

11	2T	<ul style="list-style-type: none"> - Fijación de precios por segmentos del mercado - Tácticas para separar los mercados - Diferentes tipos de segmentación 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <ul style="list-style-type: none"> - La segmentación del mercado es la división de compradores en distintos subgrupos, que permiten a la empresa particularizar los programas de marketing de forma más adecuada en función de los compradores de cada segmento. - Los estudiantes responden a la pregunta ¿cuáles son las tácticas para separar mercados? - Los estudiantes visualizan un video relacionado con las estrategias de precios. https://www.youtube.com/watch?v=WTbeVYD-DX2M <p>D: se presenta el tema a través de PPT</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se formulan preguntas <p>C: se realiza retroalimentación.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas. 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de las PPT de la semana - Tarea: - Ingresar al aula virtual para resolver la tarea.
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo plantear el precio en función del producto? - Práctica 18: Determinación del precio en función del producto 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <p>D: través de una PPT se explica el tema.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se propone la conformación de equipos, la revisión y resolución de la práctica 18 a través, del aula virtual. <p>C: se realiza la consolidación y síntesis del tema</p> <ul style="list-style-type: none"> - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los equipos de trabajo resuelven la práctica. - Formulan una solución integrada. - Presentan el sistema de operaciones a través del aula virtual. 	Aprendizaje colaborativo	
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo plantear el doble precio? - Práctica 19: Determinación de la ventaja competitiva 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <p>D: través de una PPT se explica el tema.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se propone la conformación de equipos, la revisión y resolución de la práctica 19 a través, del aula virtual. <p>C: se realiza la consolidación y síntesis del tema</p> <ul style="list-style-type: none"> - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los equipos de trabajo resuelven la práctica. - Formulan una solución integrada. - Presentan el sistema de operaciones a través del aula virtual. 	Aprendizaje colaborativo	

HOJA CALENDARIO– PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

12	2T	<ul style="list-style-type: none"> - Fijación de precios en el marketing mix - Desarrollo de una estrategia integrada - Fijación de precios y la línea de productos 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <ul style="list-style-type: none"> - La fijación de precios no se puede separar nunca por completo de los demás elementos de la estrategia de marketing de una empresa. - Los estudiantes responden a la pregunta ¿por qué es necesario desarrollar una estrategia integrada en función del marketing mix? - Los estudiantes visualizan un video relacionado con las estrategias de precios. https://www.youtube.com/watch?v=b-YEwpmUA_E <p>D: se presenta el tema a través de PPT</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se formulan preguntas <p>C: se realiza retroalimentación.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas. 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de las PPT de la semana - Tarea: - Ingresar al aula virtual para resolver la tarea.
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo plantear el precio de productos sustitutos? - Práctica 20: Determinación del precio de productos sustitutos 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <p>D: través de una PPT se explica el tema.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se propone la conformación de equipos, la revisión y resolución de la práctica 20 a través, del aula virtual. <p>C: se realiza la consolidación y síntesis del tema</p> <ul style="list-style-type: none"> - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los equipos de trabajo resuelven la práctica. - Formulan una solución integrada. - Presentan el sistema de operaciones a través del aula virtual. 	Aprendizaje colaborativo	
	2P		<p>C2 – SC1</p> <p>Evaluación individual teórico-práctica / Prueba de desarrollo</p> <p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <p>D: propone la resolución de prueba de desarrollo teórica-práctica de manera individual.</p> <p>C: se resuelve la evaluación con los estudiantes</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes analizan la prueba de desarrollo y proponen una solución. - Presentan la solución de la prueba de desarrollo a través del aula virtual 		

HOJA CALENDARIO– PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

Unidad 4		Nombre de la unidad:	Gestión de precios	Resultado de aprendizaje de la unidad:	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de diseñar una estrategia integrada de precios para la gestión de los negocios dentro del marco de la ética, la ley y la responsabilidad social.	Duración en horas	24
Semana	Horas / Tipo de sesión	Temas y subtemas	Actividades síncronas (Video clases)			Actividades de aprendizaje autónomo Asíncronas (Estudiante – aula virtual)	
			Actividades y recursos para la enseñanza (Docente)	Actividades y recursos para el aprendizaje (Estudiante)	Metodología		
13	2T	<ul style="list-style-type: none"> - Estrategias del canal - Gestión de precios - Definiciones del canal - Estrategias del canal 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los canales de distribución desempeñan un papel crucial para la puesta en marcha de la estrategia de fijación de precios. - Los estudiantes responden a la pregunta ¿por qué el diseño de la red del canal crea enormes desafíos para los productores? - Los estudiantes visualizan un video relacionado con las estrategias de precios. https://www.youtube.com/watch?v=cGwIGtu140Q <p>D: se presenta el tema a través de PPT</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se formulan preguntas <p>C: se realiza retroalimentación.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas. 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de las PPT de la semana - Tarea: - Ingresar al aula virtual para resolver la tarea. 	
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo plantear la estrategia del canal? - Práctica 21: Determinación de la estrategia del canal 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <p>D: través de una PPT se explica el tema.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se propone la conformación de equipos, la revisión y resolución de la práctica 21 a través, del aula virtual. <p>C: se realiza la consolidación y síntesis del tema</p> <ul style="list-style-type: none"> - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los equipos de trabajo resuelven la práctica. - Formulan una solución integrada. - Presentan el sistema de operaciones a través del aula virtual. 	Aprendizaje colaborativo		
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo seleccionar el canal adecuado? - Práctica 22: Determinación del canal adecuado 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <p>D: través de una PPT se explica el tema</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se propone la conformación de equipos, la revisión y resolución de la práctica 22 a través, del aula virtual. <p>C: se realiza la consolidación y síntesis del tema</p> <ul style="list-style-type: none"> - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los equipos de trabajo resuelven la práctica. - Formulan una solución integrada. - Presentan el sistema de operaciones a través del aula virtual. 	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- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

14	2T	<ul style="list-style-type: none"> - Ventajas competitivas - Determinación de las bases para una fijación de precios más rentable - Ventajas competitivas en costos 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <ul style="list-style-type: none"> - La fijación de precios eficaz explota totalmente las ventajas competitivas de una empresa.. - Los estudiantes responden a la pregunta ¿por qué las empresas deben tener una ventaja competitiva en costos? - Los estudiantes visualizan un video relacionado con las estrategias de precios. https://www.youtube.com/watch?v=ym9kJqVoGbk <p>D: se presenta el tema a través de PPT</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se formulan preguntas <p>C: se realiza retroalimentación.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas. 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de las PPT de la semana - Tarea: - Ingresar al aula virtual para resolver la tarea.
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo plantear estrategias competitivas? - Práctica 23: Determinación estrategias competitivas en costos 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <p>D: través de una PPT se explica el tema.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se propone la conformación de equipos, la revisión y resolución de la práctica 23 a través, del aula virtual. - C: se realiza la consolidación y síntesis del tema <p>Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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	
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo plantear estrategias competitivas? - Práctica 24: Determinación de estrategias competitivas de diferenciación 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <p>D: través de una PPT se explica el tema.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se propone la conformación de equipos, la revisión y resolución de la práctica 24 a través, del aula virtual. - C: se realiza la consolidación y síntesis del tema <p>Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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	

HOJA CALENDARIO– PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

15	2T	<ul style="list-style-type: none"> - La medición del valor percibido y de la sensibilidad al precio - Técnicas de investigación para completar los juicios de valor - Tipos de procedimientos de medición 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los procedimientos para estimar la sensibilidad al precio difieren en dos aspectos principales: las condiciones de medición, y la variable que se está midiendo.. - Los estudiantes responden a la pregunta ¿por qué es necesario desarrollar técnicas de investigación para completar los juicios de valor? - Los estudiantes visualizan un video relacionado con las estrategias de precios. https://www.youtube.com/watch?v=aOlu4WO2Ls8 <p>D: se presenta el tema a través de PPT</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se formulan preguntas <p>C: se realiza retroalimentación.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas. 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de las PPT de la semana - Tarea: - Ingresar al aula virtual para resolver la tarea.
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo plantear estrategias competitivas? - Práctica 25: Determinación de estrategias competitivas de enfoque 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <p>D: través de una PPT se explica el tema</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se propone la conformación de equipos, la revisión y resolución de la práctica 25 a través, del aula virtual. <p>C: se realiza la consolidación y síntesis del tema</p> <ul style="list-style-type: none"> - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. <p>C2 – SC2 Trabajo práctico / Rúbrica de evaluación</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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	
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo medir la sensibilidad al precio? - Práctica 26: Determinación del precio basado en datos históricos 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión.</p> <p>D: través de una PPT se explica el tema.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se propone la conformación de equipos, la revisión y resolución de la práctica 26 a través, del aula virtual. <p>C: se realiza la consolidación y síntesis del tema</p> <ul style="list-style-type: none"> - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los equipos de trabajo resuelven la práctica. - Formulan una solución integrada. - Presentan el sistema de operaciones a través del aula virtual. 	Aprendizaje colaborativo	

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

16	2T	<ul style="list-style-type: none"> - Ética y ley - Comprensión de las restricciones a la fijación de precios - Restricciones éticas a la fijación de precios 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cuando se toman decisiones para fijar los precios, el estrategia de éxito debe tener en cuenta no sólo lo que es rentable, sino lo que va a ser percibido como ético y legal.. - Los estudiantes responden a la pregunta ¿cuándo es ético el precio? - Los estudiantes visualizan un video relacionado con las estrategias de precios. https://www.youtube.com/watch?v=dAnuVCf-RV0 <p>D: se presenta el tema a través de PPT.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se formulan preguntas <p>C: se realiza retroalimentación.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas. 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de las PPT de la semana - Tarea: - Ingresar al aula virtual para resolver la tarea.
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo plantear el marco legal para la fijación de precios? - Práctica 27: Determinación del marco legal para la fijación de precios 	<p>I: se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión</p> <p>D: través de una PPT se explica el tema.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se propone la conformación de equipos, la revisión y resolución de la práctica 27 a través, del aula virtual. <p>C: se realiza la consolidación y síntesis del tema</p> <ul style="list-style-type: none"> - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los equipos de trabajo resuelven la práctica. - Formulan una solución integrada. - Presentan el sistema de operaciones a través del aula virtual. 	Aprendizaje colaborativo	
	2P		<p>EVALUACIÓN FINAL Exposición / Rúbrica de evaluación</p> <p>I: se da a conocer el propósito de la sesión</p> <p>D: propone la resolución del trabajo práctico.</p> <p>C: se realiza la resolución con los estudiantes</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes analizan los alcances del trabajo práctico. - Presentan el avance de su trabajo y lo sustentan. 		