

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

Nombre de la asignatura	Desarrollo de Productos y Servicios Internacionales	Resultado de aprendizaje de la asignatura:	Al finalizar la asignatura, el estudiante será capaz de desarrollar ideas de negocios de productos y servicios para mercados internacionales; diseñando estrategias de comercialización internacional integrando cadenas productivas y de servicios, basado en los valores diferenciales para el posicionamiento de productos y servicios en el ámbito internacional.
Periodo	7	EAP	Administración y Negocios Internacionales

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
Mentalidad emprendedora Muestra iniciativa, capacidad de innovación, liderazgo, creatividad e interés por crear valor en todo proyecto o actividad que emprende.	Liderazgo	Muestra capacidad para influir positivamente en las personas o equipos identificando y comunicando apropiadamente las metas comunes y contribuyendo a su propio desarrollo académico. Reconoce sus fortalezas y genera acciones para potenciarlas; reconoce sus debilidades y genera acciones para superarlas.	3
Gestión de empresas internacionales Identifica, evalúa, desarrolla ideas de negocios en los mercados internacionales; asimismo, gestiona de manera estratégica la apertura de nuevos mercados y el posicionamiento de la empresa en el ámbito internacional.	Ideas de negocio en los mercados internacionales	Analiza ideas de negocios de productos y servicios para mercados internacionales.	2
	Apertura de nuevos mercados de productos y servicios	Analiza la apertura de nuevos mercados internacionales de productos y servicios.	2
	Posicionamiento en el ámbito internacional	Analiza los valores diferenciales para el posicionamiento de productos y servicios en el ámbito internacional.	2
Gestión comercial internacional Formula y diseña estrategias de comercialización internacional integrando cadenas productivas y de servicios, en el marco de la operación aduanera y aprovechando los tratados comerciales internacionales.	Estrategias de comercialización internacional	Evalúa estrategias de comercialización internacional que integran cadenas productivas y de servicios.	2

HOJA CALENDARIO– PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

Unidad 1		Nombre de la unidad:	Análisis estratégico del mercado global	Resultado de aprendizaje de la unidad:	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar las oportunidades que existen en el mercado global para la generación de nuevos productos y servicios	Duración en horas	24
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"> - I: - Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: - A través de dinámicas activas el docente y los estudiantes se presentan asertivamente. - 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 Desarrollo de Productos y Servicios Internacionales y los estudiantes, a través de la lluvia de ideas, manifiestan sus opiniones en referencia a sus propias especialidades. https://www.youtube.com/watch?v=P9juShVgZdk - Aplicación de la evaluación individual objetiva - C: el docente aplica la estrategia lluvia de ideas sobre expectativas sobre la asignatura. A través del uso de la herramienta de: https://conceptboard.com/ 	<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 	<p style="text-align: center;">Otros (metodología activa)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión del sílabo - Revisión de las PPT de la semana 	
	4P	Tema 01.	- I:				

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

		<ul style="list-style-type: none"> - Marco de referencia de los negocios internacionales - Acuerdo internacional sobre comercio de servicio en el marco de la OMC - Identifican las formas de negocios internacionales que pueden elegir una empresa 	<ul style="list-style-type: none"> - Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - Se visualiza un vídeo para activar la motivación https://youtu.be/2MBdmmYMEfs - D: - A través de una PPT se explica el tema - Se visualiza un vídeo "Acuerdo comercial sobre el Comercio de Servicios" https://www.youtube.com/watch?v=59aSZ0YFzvQ - Se propone la conformación de equipos a través de la herramienta Genially https://www.genial.ly/es - C: - Se realiza la consolidación y síntesis del tema - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los equipos de trabajo manejan lluvia de ideas para sus propuesta de servicio o producto 	Aprendizaje colaborativo	
2	2T	<p>Tema 02.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dinámica de los mercados y entorno de los negocios internacionales - Filtrado de ideas 	<ul style="list-style-type: none"> - I: - Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - Los estudiantes responden a la pregunta ¿Cuál es la diferencia entre comercio internacional y negocios internacionales? - Los estudiantes visualizan un video https://www.youtube.com/watch?v=J3B9IHwn2JU - D: - Se presenta el tema a través de PPT - Se formulan preguntas - C: - Se realiza retroalimentación. - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas 	Clase magistral activa	- Revisión de las PPT de la semana
	4P	<ul style="list-style-type: none"> - Empresas que participan en Negocios Internacionales 	<ul style="list-style-type: none"> - I: - Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: - El docente indica que cada equipo debe elaborar una exposición de empresas peruanas que realizan negocios internacionales exitosamente en sus diferentes modalidades Trabajo grupal: exposición de los estudiantes. - C: - Metacognición: Los estudiantes reflexionan qué aprendieron y cómo lo aprendieron 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes presentan sus exposiciones y propuesta de mejora de productividad 	Aprendizaje colaborativo	

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

3	2T	Tema 03. - Mega tendencias de los negocios internacionales - Cambio climático y escasez de recursos - Mercado global actual	- I: - Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - Los estudiantes visualizan los videos https://www.youtube.com/watch?v=xtfUVQLpVE0 https://www.youtube.com/watch?v=HVHg7wCJEGM - D: - Se presenta el tema a través de una PPT - C: - Se realiza la consolidación y síntesis del tema Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron.	- Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas	Clase magistral activa	- Revisión de las PPT de la semana - Trabajo grupal: desarrollo de la actividad
	4P	- Desarrollo de la estrategia de marketing - Desarrollo del producto-primeros prototipos	- I: - Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: - Por grupo de estudiantes seleccionarán un producto o servicio innovador que haya sido lanzado al mercado internacional - Ingresar a la pagina http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?page=812,72400 - C: - Se realiza retroalimentación. - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron.	- Los estudiantes participan durante la clase - Los estudiantes grupalmente desarrollan la actividad propuesta	Aprendizaje colaborativo	
4	2T	Tema 04. - Oferta exportable de los productos y servicios de exportación - Estrategia de desarrollo de nuevos productos	- I: - Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: - Se presenta el tema a través de una PPT - C: - Se realiza la consolidación y síntesis del tema Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron	- Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas	Clase magistral activa	- Revisión de las PPT de la semana
	4P		C1-SC1 Evaluación teórico- práctica individual / Prueba de desarrollo - Se propone la resolución de la prueba Se realiza retroalimentación. - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron.	- Los estudiantes participan durante la clase - Los estudiantes resuelven individualmente una prueba teórico- práctica		

HOJA CALENDARIO– PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

Unidad 2		Nombre de la unidad:	Análisis estratégico del producto- servicios	Resultado de aprendizaje de la unidad:	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar las características esenciales de un producto y servicio.	Duración en horas	24
Semana	Horas / Tipo de sesión	Temas y subtemas	Actividades síncronas (Videoclasses)			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	Tema 05. - Conceptos básicos para el desarrollo de nuevos productos- servicios - Clasificación de los nuevos productos o servicios	-I: -Se realiza la retroalimentación del C1 de la semana pasada -Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión -Se formula ¿Qué innovación aplicarías a un producto o servicio existente para mejorar su rentabilidad? -D: Se presenta el tema a través de una PPT -C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema Meta cognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron.	- Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas	Clase magistral activa	- Trabajo grupal: resolución grupal del caso propuesto a través de G Suite (*)	
	4P	- Proceso de desarrollo de nuevos productos	- I: - Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: - El docente indica que cada equipo debe elaborar el proceso de desarrollo del producto o servicio elegido. - C: - Metacognición: Los estudiantes reflexionan qué aprendieron y cómo lo aprendieron	- Los estudiantes participan durante la clase - Los estudiantes grupalmente desarrollan la actividad propuesto	Aprendizaje colaborativo		
6	2T	Tema 06. - Atributos intrínsecos del productos y servicio	- I: - Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - Se formula ¿Qué son los atributos intrínsecos? - D: - Se presenta el tema a través de una PPT - C: - Se realiza la consolidación y síntesis del tema Meta cognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron.	- Responden y formulan preguntas	Clase magistral activa	- Trabajo grupal: resolución grupal del caso propuesto a través de G Suite(*)	

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

	4P	- Atributos intrínsecos para los productos y servicio para que sea efectiva	- Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: - El docente indica que cada equipo debe elaborar una propuesta de mejora de la productividad atributos intrínsecos para su producto o servicio escogido - C: - Metacognición: Los estudiantes reflexionan qué aprendieron y cómo lo aprendieron	- Los estudiantes proponen atributos intrínsecos para su producto o servicio escogido - Presentan de la propuesta de mejora de su producto o servicio escogido	Aprendizaje colaborativo	
7	2T	Tema 07: - Atributos extrínsecos del producto y servicio	- I: - Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - Se formula ¿Qué son los atributos extrínsecos? - D: - Se presenta el tema a través de una PPT - C: - Se realiza la consolidación y síntesis del tema Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron	- Responden y formulan preguntas	Clase magistral activa	- Trabajo grupal: resolución grupal del caso propuesto a través de G Suite(*)
	4P		C1-SC2 Ejercicios de análisis de casos / Rúbrica de evaluación	- Los estudiantes participan durante la clase - Los estudiantes resuelven individualmente el caso propuesto		
8	2T	- Identifica algunos conceptos básicos y define sobre lo observado	- I: - Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: - Se presenta el tema a través de una PPT - C: - Se realiza la consolidación y síntesis del tema Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron	- Responden y formulan preguntas	Clase magistral activa	- Trabajo grupal: resolución grupal del caso propuesto a través de G Suite (*)
	4P		EVALUACIÓN PARCIAL Evaluación individual teórico-práctica / Prueba de desarrollo Entrega de reportes	- Los estudiantes realizan meta cognición de su evaluación parcial.		

HOJA CALENDARIO– PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

Unidad 3		Nombre de la unidad:	Desarrollo de nuevos productos y servicios	Resultado de aprendizaje de la unidad:	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de desarrollar productos o servicios innovadores de acuerdo con las tendencias internacionales.	Duración en horas	24
Semana	Horas / Tipo de sesión	Temas y subtemas	Actividades síncronas (Videoclases)			Actividades de aprendizaje autónomo Asíncronas (Estudiante – aula virtual)	
			Actividades y recursos para la enseñanza (Docente)	Actividades y recursos para el aprendizaje (Estudiante)	Metodología		
9	2T	Tema 08: - Estrategias para obtener ideas de productos nuevos	- I: - Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - Identifica las estrategias para producir un producto o servicio nuevo - Los estudiantes visualizan un video https://www.youtube.com/watch?v=POIPTIMV450&pbjreload=101 - D: - Se presenta el tema a través de PPT - Se formulan preguntas - C: - Se realiza retroalimentación. - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron.	- Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas	Clase magistral activa	- Trabajo grupal: resolución grupal del caso propuesto a través de G Suite (*)	
	4P	- Proceso de desarrollo de productos nuevos	- I: - Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: - A través de una PPT se explica el tema - Se propone la conformación de los equipos, se realiza el proceso del servicio o producto escogido. - C: - Se realiza la consolidación y síntesis del tema Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron.	- Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los equipos de trabajo desarrollan el proceso del servicio o producto escogido.	Aprendizaje colaborativo		

HOJA CALENDARIO– PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

10	2T	Tema 09 - Organización y gestión de nuevos productos y servicios	- I: - Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - A través de dinámicas activas el docente y los estudiantes se presentan asertivamente. - Los estudiantes visualizan un video https://www.youtube.com/watch?v=1EdUGiBaQXE - D: - Se formulan preguntas - C: - Se realiza retroalimentación. - Meta cognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron	- Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas	Clase magistral activa	- Trabajo grupal: resolución grupal del caso propuesto a través de G Suite(*)
	4P	- El mercado como orientador de la selección y desarrollo de nuevos productos y servicios	- I: - Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: - Se propone la aplicación de una prueba de control de lectura a través del aula virtual, que consiste en responder preguntas abiertas y cerradas. "El proceso de diseño y desarrollo de nuevos Productos y su relación con el marketing" Link: https://core.ac.uk/download/pdf/153566786.pdf - Aplicación de la evaluación individual objetiva - C: - Se realiza retroalimentación. - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron.	- Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los estudiantes resuelven individualmente el control de lectura propuesto	Aprendizaje colaborativo	

HOJA CALENDARIO– PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

11	2T	Tema 10: - Selección y validación de conceptos	- I: - Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - A través de dinámicas activas el docente y los estudiantes se presentan asertivamente. - Los estudiantes visualizan un video sobre Marketing Digital 2021 https://www.youtube.com/watch?v=CGG3UnXMyoI - D: - Se formulan preguntas - C: - Se realiza retroalimentación. - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron C2-SC1 Trabajo Práctico/Rúbrica de evaluación (*)	- Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Responden las preguntas formuladas	Clase magistral activa	
	4P	- Factores de éxito y fracaso para el desarrollo de nuevos productos	- I: - Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: - A partir del análisis de la lectura "¿Hay verdadera innovación en los lanzamientos de nuevos productos?" colgada en aula virtual (la cual debe ser leída previamente por los alumnos), se dictará la clase en la cual el rol protagónico recaerá en los alumnos quienes responderán las preguntas planteadas por el docente. El link de la lectura es: https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/10651/28740/3/TFM_Garcia%20Pazos,%20Daniel.pdf - C: - Se realiza retroalimentación. - Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. C2-SC1 Trabajo Práctico/Rúbrica de evaluación (*)	- Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los estudiantes resuelven individualmente el trabajo propuesto.	Aprendizaje colaborativo	- Trabajo grupal: resolución grupal del caso propuesto a través de G Suite(*)

HOJA CALENDARIO– PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

12	2T	Tema 11: - Desarrollo de nuevos productos en el sector agrícola, sector textil y manufactura - La calidad en el nuevo producto - Distribución del nuevo producto	- I: - Se realiza la retroalimentación del C1 de la semana pasada - Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - Se formula ¿Qué productos en el sector agrícola, sector textil y manufactura regionales se pueden desarrollar? - D: - Se presenta el tema a través de una PPT - C: - Se realiza la consolidación y síntesis del tema Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron.	- Responden y formulan preguntas	Clase magistral activa	- Trabajo grupal: resolución grupal del caso propuesto a través de G Suite(*)
	4P	- Planificación del lanzamiento. - Control y evaluación	- I: - Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: - El docente indica que cada equipo debe planificar el lanzamiento, y la forma de control y evaluación para su operación local, regional, nacional e internacional del nuevo producto en el sector agrícola, sector textil o manufactura - C: - Metacognición: Los estudiantes reflexionan qué aprendieron y cómo lo aprendieron	- Los estudiantes proponen Planificación del lanzamiento. Control y evaluación del nuevo producto en el sector agrícola, sector textil o manufactura - Presentan de la propuesta de mejora de productividad	Aprendizaje colaborativo	

HOJA CALENDARIO– PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

Unidad 4		Nombre de la unidad:	Marketing estratégico y lanzamiento de la idea de nuevos productos y servicios	Resultado de aprendizaje de la unidad:	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de desarrollar un plan de idea de negocio de un nuevo producto o servicio dirigido a un mercado internacional.	Duración en horas	24
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	Tema 12: - Decisiones estratégicas del producto y servicio - Características deseadas del mercado	- I: - Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - Se formula la pregunta ¿Qué Decisiones estratégicas del producto y servicio de su elección implementaría para su internacionalización próspera? - D: - Se presenta el tema a través de una PPT - Presenta y resuelve algunos casos para ampliar el tema - C: - Se realiza la consolidación y síntesis del tema Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. C2 – SC2 Trabajo Práctico/Rúbrica de evaluación (*)	- Responden y formulan preguntas	Clase magistral activa	- Trabajo grupal: resolución grupal del caso propuesto a través de G Suite(+)	
	4P	- Análisis del perfil del mercado - Tipos de estrategias	- I: - Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: - El docente indica que cada equipo debe elaborar una propuesta de estrategia para su producto o servicio elegido. - C: - Metacognición: Los estudiantes reflexionan qué aprendieron y cómo lo aprendieron C2-SC2 Trabajo Práctico/Rúbrica de evaluación (*)	- Los estudiantes proponen estrategias de internacionalización para su producto o servicio elegido - Presentan de la propuesta de mejora de productividad	Aprendizaje colaborativo		

HOJA CALENDARIO– PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

14	2T	<p>Tema 13:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Decisiones estratégicas del embalaje y marcas 	<ul style="list-style-type: none"> - I: - Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - Se formula la pregunta ¿Qué Decisiones estratégicas del embalaje y marcas del producto y servicio de su elección implementaría para su internacionalización próspera? - Los estudiantes visualizan un video sobre "Selección y empaque" https://www.youtube.com/watch?v=gMIhJAXef4 - D: - Se presenta el tema a través de una PPT - Presenta y resuelve algunos casos para ampliar el tema - C: - Se realiza la consolidación y síntesis del tema 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"> - Responden y formulan preguntas 	<p style="text-align: center;">Clase magistral activa</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Trabajo grupal: resolución grupal del caso propuesto a través de G Suite (*)
	4P	<ul style="list-style-type: none"> - Decisiones estratégicas de comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> - I: - Se realiza la retroalimentación de la clase pasada - Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: - El docente indica que cada equipo debe elaborar una propuesta de estrategia de embalaje y marcas y de comunicación para su producto o servicio elegido. - C: - Metacognición: Los estudiantes reflexionan qué aprendieron y cómo lo aprendieron <p>C2-SC2 Trabajo Práctico/Rúbrica de evaluación (*)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes proponen estrategias de embalaje y marcas y de comunicación para su producto o servicio elegido. - Presentan de la propuesta de mejora de productividad 	<p style="text-align: center;">Aprendizaje colaborativo</p>	

HOJA CALENDARIO– PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

15	2T	Tema 14: - Decisiones estratégicas de distribución	- I: - Se realiza la retroalimentación de la clase pasada - Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - Los estudiantes visualizan un video sobre "Canales de distribución" https://www.youtube.com/watch?v=qjTVRRMw7bw "¿Cómo escogen el precio de los productos?" https://www.youtube.com/watch?v=CK1uekma2QM - D: - Se presenta el tema a través de una PPT - Presenta y resuelve algunos casos para ampliar el tema - C: - Se realiza la consolidación y síntesis del tema Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron.	- Responden y formulan preguntas	Clase magistral activa	- Trabajo grupal: resolución grupal del caso propuesto a través de G Suite(*)
	4P	- Decisiones estrategias de precios	- I: - Se realiza la retroalimentación de la clase pasada - Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: - El docente indica que cada equipo debe elaborar una propuesta de estrategia de distribución y precio para su producto o servicio elegido. - C: - Metacognición: Los estudiantes reflexionan qué aprendieron y cómo lo aprendieron	- Los estudiantes proponen estrategia de distribución y precio para su producto o servicio elegido. - Presentan de la propuesta de mejora de productividad	Aprendizaje colaborativo	

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

16	2T	Tema 15: Plan de la idea de negocio de un nuevo producto o servicio dirigido a mercado internacional	<ul style="list-style-type: none"> - I: - Se realiza la retroalimentación de la clase pasada - Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: - Se presenta el tema a través de una PPT - Presenta y resuelve algunos casos para ampliar el tema - C: - Se realiza la consolidación y síntesis del tema Metacognición: se formula la reflexión de qué aprendieron y cómo lo aprendieron. - 	- Responden y formulan preguntas	Clase magistral activa	- Revisión de las PPT de la semana
	4P		EVALUACIÓN FINAL - Plan de idea de negocio de un nuevo producto o servicio / Rúbrica de evaluación	- Los estudiantes realizan la presentación de sus planes de idea de negocio de un producto o servicio nuevo		-