1. **IDENTIFICACIÓN DEL COMPONENTE ACADÉMICO**

|  |  |
| --- | --- |
| **Facultad / Programa** |  |
| **Denominación** |  |
| **Modalidad de formación** |  |
| **Nivel de Formación**  |  |
| **Semestre** |  |
| **Código:** |  |
| **Ciclo de formación:** |  |
| **Campo de Conocimiento:** |  |
| **Naturaleza del Componente académico** | **Obligatorio** | **Electivo** | **Teórico** | **Teórico práctico** | **Práctico** |
|  |  |  |  |  |
| **Número de créditos:** |  |
| **Horas de trabajo académico** | **Horas de acompañamiento directo del profesor** | **Horas de Trabajo Independiente del Estudiante** | **Horas de trabajo totales** |
|  |  |  |

1. **DESCRIPCIÓN**
2. **INTENCIONALIDADES FORMATIVAS**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **PROPÓSITOS DE FORMACIÓN INSTITUCIONAL** | **OBJETIVOS DE FORMACIÓN DEL PROGRAMA** | **COMPETENCIA** | **RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS**  | **INDICADORES DE DESEMPEÑO** |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

1. **PROBLEMA DE CONOCIMIENTO**
2. **PREGUNTAS ORIENTADORAS**
3. **ESTRUCTURA CONCEPTUAL**
4. **SABERES PREVIOS**
5. **FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DEL COMPONENTE ACADÉMICO**
* En este apartado Se desarrolla cada unidad, con los contenidos temáticos y apoyos audiovisuales
1. **DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA, APRENDIZAJE Y EVALAUIÓN**

**UNIDAD 1 Nombre**

**Tipo Actividad (grupal / individual)**

**Descripción**

**Actividad 1 – xxxxxxxxxxx**

Estimado Estudiante, de acuerdo con el contenido apropiado, le invito a desarrollar la siguiente actividad de aprendizaje:

a) **Lea** el siguiente texto sobre "nombre del texto xxxxx” capitulo X página x a x

b) De acuerdo con la lectura anterior, elaborare un mapa conceptual donde se describan los factores que componen e influyen en la salud de la comunidad en la cual habita.

c) Guarde el documento, y envíelo dentro del plazo señalado por su tutor

* El formato se diligencia para cada unidad o módulo
1. **ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS**

En concordancia con el PEU y considerando las implicaciones pedagógicas del trabajo por créditos académicos.

1. **ESTRATEGIAS DE INTERACCIÓN PARA EL DESARROLLO DE CAPACIDADES PARA UN DESEMPEÑO GLOBAL**
2. **APORTES AL PERFIL DE EGRESO**
3. **MECANISMOS DE EVALUACIÓN**
* (RÚBRICA) (para pregrado cambia la escala de valoración)

|  |
| --- |
| **Texto  Descripción generada automáticamenteCENTRO DE ENSEÑANZA, APRENDIZAJE Y EVALUACIÓNHna. María Aracelly Gutiérrez EscobarRÚBRICA DE EVALUACIÓNNIVEL DE FORMACIÓN: POSGRADOS** |
| **Objetivos de formación del programa académico**  | Formar Especialistas con fundamentación teórica y práctica, pensamiento creativo y estratégico para orientar los procesos de construcción de marca y comunicación corporativa, para el beneficio de las organizaciones en sus procesos de desarrollo económico sostenible y de responsabilidad social.Ofrecer formación integral y humanística para el fomento del pensamiento ético y la responsabilidad social en el desarrollo de los procesos, métodos y técnicas de construcción de marca y comunicación estratégica en las organizaciones.Formar Especialistas con conocimientos en marca y comunicación para el desarrollo de proyectos que conduzcan al fortalecimiento de las organizaciones y de las dinámicas de posicionamiento en los mercados. |
| **Programa académico / Nombre del Componente académico** | Especialización en Branding / Teorías de la comunicación estratégica  |
| **ESCALA DE VALORACIÓN**  |
| **Valoración cualitativa** | **Excelente (Siempre)** | **Bueno (Casi siempre)** | **Aceptable (Muy pocas veces)** | **No aprobado (Pendiente)** |
| **Valoración cuantitativa** | **4.5 a 5.0** | **4.4. a 3.9** | **3.8. - 3.5** | **3.4 - 0** |
| **Nivel de dominio** | **ESPERADO** | **EN PROCESO** | **INICIAL** |
| **Competencias relacionadas con el componente académico** | **Resultados de aprendizaje relacionados con el componente académico** | **Indicadores de desempeño del componente académico** | **Estrategias pedagógicas y didácticas** | **Criterios** |
| Capacidad para determinar sobre las formas más efectivas de comunicación para las organizaciones, desde la responsabilidad social, ética y de desarrollo sostenible  | Formula y planifica estrategias relacionadas con la identidad de marca para de las organizaciones | Desarrolla planes de comunicación estratégica para una organización de acuerdo con su arquitectura de marca y presente el informe. | Actividad 1 –Ensayo comunicación estratégica Porcentaje: % | Desarrolla completamente todos los elementos de los planes de comunicación estratégica de acuerdo con su arquitectura de marca.  | Desarrolla algunas de los elementos de los planes de comunicación estratégica de acuerdo con su arquitectura de marca. . | Propone la estructura con los mínimos elementos de identidad de marca de una organización con una mirada ética, responsable y sostenible.  | Todavía se encuentra en proceso de desarrollar los elementos de los planes de comunicación estratégica de acuerdo a su arquitectura de marca.  |
| Actividad 2 Foro arquitectura de marcaPorcentaje: % |
| Capacidad de aplicar nuevas formas, métodos y técnicas de diseño, construcción y estrategias de Branding para las organizaciones. | Analiza las formas de comunicación en las organizaciones y su contribución a la construcción de identidad de la marca, a través de estudios de caso y planes estratégicos de comunicación.  | Propone la estructura de identidad de marca de una organización con una mirada ética, responsable y sostenible. | Actividad 3 – Valor de las marcasPorcentaje: % | Propone completamente la estructura de identidad de marca de una organización con una mirada ética, responsable y sostenible.  | Propone parte de la estructura de identidad de marca de una organización con una mirada ética, responsable y sostenible.  | Propone la estructura con los mínimos elementos de identidad de marca de una organización con una mirada ética, responsable y sostenible.  | Todavía no propone la estructura de identidad de marca de una organización con una mirada ética, responsable y sostenible.  |
| Actividad 4 –investigación en publicidad Porcentaje: % |
| Capacidad para gestionar, desde una visión ética, social y de responsabilidad social corporativa, las diferentes estrategias de marca para las organizaciones enfocadas a la sostenibilidad empresarial y ambiental.  | Construye la identidad corporativa, mediante un diseño de marca enfocado en las dimensiones de sostenibilidad y responsabilidad para las organizaciones. |
|
|
| Evaluación Final 25 | % | Contesta completamente todas las preguntas de la evaluación  | Contesta la mayoría de las preguntas de evaluación | Contesta algunas de preguntas de evaluación | No contesta las preguntas de evaluación |
| Autoevaluación | (Entre 5 y 10%) | Asumo con responsabilidad cada una de las actividades propuestas en el componente académico. Cumplo con los entregables en las fechas establecidas.Apropio con claridad los conceptos, teorías y procesos orientados en el componente académico. | Asumo cada una de las actividades propuestas en el componente académico.Cumplo con la mayoría de los entregables en las fechas establecidas.Apropio algunos conceptos, teorías y procedimientos orientados en el componente académico. | Asumo muy pocas veces las actividades propuestas en el componente académico.Cumplo muy pocas veces con los entregables en las fechas establecidas.Apropio muy pocas veces los conceptos, teorías y procedimientos orientados en el componente académico. | Aún no asumo con responsabilidad las actividades propuestas en el componente académico. No cumplo con los entregables en las fechas establecidas.Presento dificultad para apropiar con claridad los conceptos, teorías y procedimientos orientados en el componente académico. |
| Coevaluación | (Entre 5 y 10%) | Brinda siempre ideas y aportes al grupo de estudio que contribuyen con el desarrollo de las actividades académicas de forma efectiva. | Brinda casi siempre ideas y aportes al grupo de estudio que contribuyen con el desarrollo de las actividades de aprendizaje de forma efectiva. | Brinda muy pocas veces ideas y aportes al grupo de estudio que contribuyen con el desarrollo de las actividades de aprendizaje de forma efectiva. | No brinda ideas y aportes al grupo de estudio que contribuyen con el desarrollo de las actividades de aprendizaje de forma efectiva. |
| Reconoce siempre el aporte del grupo en el desarrollo de las estrategias propuestas. | Reconoce casi siempre el aporte del grupo en el desarrollo de las estrategias propuestas. | Reconoce muy pocas veces aporte del grupo en el desarrollo de las estrategias propuestas. | No reconoce el aporte del grupo en el desarrollo de las estrategias propuestas. |

* TABLA DE PONDERACIÓN

|  |
| --- |
| **TABLA DE PONDERACIÓN** |
| **ACTIVIDAD** | **PRODUCTO** | **PESO** |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **OTRAS ACTIVIDADES** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
| **TOTAL** | **100%** |

1. **PERFIL DEL PROFESOR**

|  |  |
| --- | --- |
| **Formación Profesional (título y trayectoria académica)** |  |
| **Experiencia Profesional (investigación, Extensión, Proyección Social, Asesoría, Consultoría, Gestión Administrativa)**  |  |
| **Experiencia Docente** |  |
| **Habilidades en el uso y apropiación de las Tic** |  |
| **Otros: (idioma)** |  |

1. **MEDIOS EDUCATIVOS**

|  |
| --- |
| **Materiales de apoyo** |
| **Básicos** |
| Enliste en este espacio (según la 7.a edición del estilo de citación APA) materiales de apoyo que suplementen el desarrollo de los contenidos del Syllabus. Recuerde que estos deben diferir de las referencias citadas en el contenido de las unidades.Los materiales citados en este espacio pueden obedecer a las siguientes tipologías, en función del régimen de propiedad intelectual al que se afilien:* Recursos documentales disponibles en repositorios o bases de datos a los cuales esté suscrita la UCM.
* Producciones de su propia autoría (3 como máximo).
* Recursos educativos abiertos.
* Libros, artículos, revistas u otras fuentes que se encuentren disponibles para su consulta o descarga con licencia Creative Commons.
 |
|  |
| **Complementarios** |
| ·          |
| ·          |
| ·          |

1. **CONTROL DE CAMBIOS**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Elaboró** | **Revisó** | **Aprobó** | **Fecha de vigencia** |
| Unidad Institucional de Educación a distancia y virtual.Centro de Enseñanza, Aprendizaje y Evaluación. | Asesoría PedagógicaDiseñadora InstruccionalCentro de Enseñanza, Aprendizaje y Evaluación. | Centro de Enseñanza, Aprendizaje y Evaluación. | Diciembre de 2022 |