



# ESPOCH

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

**DIRECCIÓN DESARROLLO ACADÉMICO**

Copia M. Espin.

Archivo

Oficio 515-DDA-ESPOCH.2019  
Octubre, 23 de 2019

Ingeniero  
Carlos Delgado  
**DIRECTOR CARRERA MERCADOTECNIA**  
Presente

Señor director:

De mi consideración:

Reciba un cordial saludo, a la vez me permito comunicarle que una vez revisado los informes de los cursos: **METODOLOGÍA Y PEDAGOGÍA DE LA ENSEÑANZA - APRENDIZAJE CASOS PRÁCTICOS Y NEUROMARKETING**, que fueron planificados para los profesores de la Carrera de Mercadotecnia, los mismos cumplen con los requerimientos establecidos por la Dirección de Desarrollo Académico

Por su atención, anticipo mi agradecimiento

Atentamente,  
"Saber para Ser"

Lcda. Pepita Alarcón P. Msc.  
**DIRECTORA DESARROLLO ACADÉMICO**



Adj. Informe académico de los dos eventos

Ana Lucía G.





# ESPOCH

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

DIRECCIÓN DE DESARROLLO ACADÉMICO

## INFORME ACADÉMICO

**A:** Licenciada Pepita Alarcón P. Msc  
**Directora de Desarrollo Académico ESPOCH**

**DE:** Lic Ximena Pino R. Mgs

**ASUNTO:** Aval del taller de capacitación “**METODOLOGÍA Y PEDAGOGÍA DE LA ENSEÑANZA – APRENDIZAJE CASOS PRÁCTICOS**” ejecutado por la carrera de Mercadotecnia.

**FECHA:** 22 de octubre del 2019

---

**INTRODUCCIÓN:** La capacitación y actualización de conocimientos en educación, en metodología y Pedagogía de la enseñanza y aprendizaje contribuyen de forma relevante en el mejoramiento, fortalecimiento de las funciones sustantivas de Docencia pilar fundamental en la Educación superior.

---

**OBSERVACIONES:** El curso de capacitación “**METODOLOGÍA Y PEDAGOGÍA DE LA ENSEÑANZA – APRENDIZAJE CASOS PRÁCTICOS**” ejecutado por la carrera de Mercadotecnia dirigido a 35 docentes con una duración de 40 horas evento académico ejecutado desde el 12 de julio hasta el 26 de julio del 2019 cumple con los requisitos, información, fundamentación necesaria para avalar un evento académico considerando que la Educación es la adquisición de conocimientos, valores, habilidades, competencias que contribuyen en el desarrollo integral del estudiante y aportan a la consecución de la carrera profesional.

**CONCLUSIONES:** Luego de revisar el informe final del curso se determina que cumple con los requisitos establecidos en la Dirección de desarrollo académico.

Elaborado por:

Lic Ximena Pino R. Mgs  
**Analista Académica DDA**



# ESPOCH

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

DIRECCIÓN DE DESARROLLO ACADÉMICO

## INFORME ACADÉMICO

**A:** Licenciada Pepita Alarcón P. Msc  
**Directora de Desarrollo Académico ESPOCH**

**DE:** Lic Ximena Pino R. Mgs

**ASUNTO:** Aval del taller de capacitación “**NEUROMARKETING**” ejecutado por la carrera de Mercadotecnia.

**FECHA:** 22 de octubre del 2019

---

**INTRODUCCIÓN:** La capacitación y actualización de conocimientos en Neuromarketing disciplina que aborda los algunos procesos mentales contribuyen de forma relevante con el estudio del comportamiento de compra o consumo y toma de decisiones de los clientes actividades que contribuyen con el fortalecimiento de las funciones sustantivas de Docencia pilar fundamental en la Educación superior.

---

**OBSERVACIONES:** El curso de capacitación “**NEUROMARKETING**” ejecutado por la carrera de Mercadotecnia dirigido a 35 docentes con una duración de 40 horas evento académico ejecutado desde el 1 de julio hasta el 27 de julio del 2019 cumple con los requisitos, información, fundamentación necesaria para avalar un evento académico considerando que Neuromarketing aporta en la adquisición de conocimientos, valores, habilidades, competencias que contribuyen en el desarrollo integral del estudiante y aportan a la consecución de la carrera profesional.

**CONCLUSIONES:** Luego de revisar el informe final del curso se determina que cumple con los requisitos establecidos en la Dirección de desarrollo académico.

Elaborado por:

  
Lic Ximena Pino R. Mgs  
Analista Académica DDA



# ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

## CARRERA DE MERCADOTECNIA



### PLAN DE CAPACITACIÓN DOCENTE

MARZO – JULIO 2019

N°	DESCRIPCIÓN	DIRIGIDO A	HORAS	MODALIDAD	AVAL	FECHA INICIO	FECHA FIN
1	NEUROMARKETING	DOCENTES	40 ACADEMICAS	VIRTUAL, PRESENCIAL	DDA	2019-07-15	2019-07-26
2	NEUROMARKETING	ESTUDIANTES	40 ACADEMICAS	VIRTUAL, PRESENCIAL	COMISIÓN ACADÉMICA FADE	2019-07-15	2019-07-26
3	METODOLOGÍA Y PEDAGOGÍA DE LA ENSEÑANZA- APRENDIZAJE, CASOS PRÁCTICOS	DOCENTES	40 ACADEMICAS	VIRTUAL, PRESENCIAL	DDA	2019-07-12	2019-07-27

ING. PAULINA BOLAÑOS L.

ENCARGADA COMISIÓN CAPACITACIÓN

ING. CARLOS DELGADO R.

DIRECTOR CARRERA DE MERCADOTECNIA

Riobamba, 15 de octubre de 2019

Ingeniero  
Carlos Delgado Rodríguez  
**DIRECTOR DE LA ESCUELA DE MARKETING**  
Presente. -

De mi consideración.

Reciba un cordial y atento saludo al mismo tiempo me permito hacer la entrega del informe final del curso de Capacitación para graduados en la Escuela de Marketing denominado Neuromarketing realizado del 1 al 27 de junio de 2019. Modalidad Virtual. Elaborado juntamente con la Ing. Paulina Bolaños.

El mismo que solicito la elaboración de los certificados y el aval de las autoridades respectivas, para el efecto adjunto la nómina de los estudiantes aprobados.

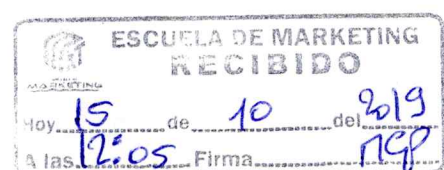
Por la favorable atención que se dé al presente anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,



Ing. Luz Maribel Vallejo Ph.D  
**DOCENTE - FADE**

Cc. Archivo





# ESPOCH

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

ESCUELA DE MARKETING

## INFORME DE EJECUCIÓN DE CURSO DE CAPACITACIÓN PARA GRADUADOS DE LA ESCUELA DE MARKETING

1. **TEMA:** NEUROMARKETING
2. **FECHA DE INICIO:** 1/JUNIO/2019 **FECHA DE FINALIZACIÓN:** 27 DE JUNIO 2019
3. **DURACIÓN EN HORAS:** 40 HORAS **COSTO POR HORA \$ 00** **COSTO TOTAL \$ . 00**
4. **TIPO:** NACIONAL    x            INTERNACIONAL .....
5. **FINANCIAMIENTO:** PARTICULAR ..... INSTITUCIONAL .....
6. **NOMBRE Y APELLIDO DE LOS INSTRUCTORES:**

Ing. Luz Maribel Vallejo Chávez Ph.D  
Ing. Paulina Fernanda Bolaños Logroño

### 7. ANTECEDENTES:

La Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, la Facultad de Administración de Empresas y la Carrera de Marketing, en función de dar cumplimiento a la capacitación y perfeccionamiento de los graduados de la escuela de marketing, donde la educación debe responder a las necesidades, intereses y problemas del educando y de la comunidad, al desarrollo científico y tecnológico y las proyecciones del desarrollo social, económico y cultural del país, se requiere de proyectos educativos que involucren generar nuevos conocimientos para cumplir adecuadamente el desempeño eficiente del rol del profesional en su perfeccionamiento para fomentar la calidad, eficiencia, productividad y excelencia académica, que hoy existe al interior de las Universidades y Escuelas Politécnicas del país.

Los cambios internos y externos son el resultado del compromiso y el desempeño docente, estos dos puntos centrales son los requerimientos para satisfacer las necesidades de capacitación y perfeccionamiento que se plantea el curso Neuromarketing aplicando las TICs con la modalidad de estudios virtual, consientes de facilitar el tiempo para la preparación de nuestros graduados de la Carrera de Marketing.



# ESPOCH

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

Además, que los cursos de capacitación y perfeccionamiento permiten obtener la Acreditación Institucional de las carreras, programas de grado y posgrados; como expresa la disposición transitoria vigésima de la Constitución y la disposición primera de la Ley de Educación Superior y su reglamento.

Las tendencias y cambios radicales en el comportamiento del consumidor, son motivo de análisis, debido a que estos cambios son variantes, surgen nuevas formas de medición a través de equipos biométricos, para medir el comportamiento del cerebro en la toma de decisiones, frente un anuncio publicitario o una imagen, en consecuencia el Neuromarketing investiga y estudia los procesos cerebrales que explican la conducta y la toma de decisiones en el campo de acción del marketing tradicional: inteligencia de mercado, diseño de productos y servicios, comunicaciones, precios, branding, posicionamiento, targeting, canales y ventas.

## 8. OBJETIVOS

### GENERAL

Capacitar a los graduados de la escuela de marketing el sobre neuromarketing, a través de medios virtuales que faciliten en la disponibilidad de tiempo de los graduados que buscan una actualización permanente.

### ESPECÍFICOS:

- Impulsar a la actualización permanente de los graduados, en Neuromarketing a través de la educación virtual on line.
- Capacitar al grupo de los graduados sobre las nuevas tendencias del neuromarketing para la toma de decisiones.

## 9. ACTIVIDADES

Se describe las actividades desarrolladas durante la jornada de trabajo y las acciones concretas que se llevaron a cabo para concretar los objetivos del curso de capacitación.



# ESPOCH

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

SEMANAS	FECHAS	CONTENIDO
		<b>UNIDAD I</b>
SEMANA 1	5/7/2019 Clases virtuales y autónomas	<b>BASES CIENTÍFICAS DE LA NEUROCIENCIA, MARKETING, NEUROECONOMÍA Y NEUROMARKETING</b> 1. NEUROCIENCIAS, CONCEPTO, ORIGEN Y GENERALIDADES. 2. MARKETING COMO ESTRATEGIAS, CONCEPTO Y BASES 3. NEUROMARKETING 4. BASE CIENTÍFICA, ORIGEN 5. ÉTICA Y NEUROMARKETING 6. NEUROCIENCIA. BASE TEÓRICA DE LA NEUROCIENCIA. ORIGEN Y EXPERIMENTOS. 7. NEUROECONOMÍA Y TOMA DE DECISIONES 8. INTRODUCCION A LA NEUROECONOMÍA 9. DECISIONES ECONÓMICAS INCONCIENTES 10. BIOLOGÍA CEREBRAL 11. NEUROBIOLOGÍA DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMO 12. CONEXIONES NEURONALES 13. SINAPSIS 14. OXITOCINA Y CONFIANZA 15. DOPAMINA Y ADICCIONES 16. NÚCLEO ACCUMBENS 17. INSULA CEREBRAL 18. AMIGDALA CEREBRAL
SEMANA 2	8/7/2019 AL 12/7/2019 Clases virtuales y autónomas	<b>UNIDAD II</b> <b>TÉCNICAS Y ESTUDIOS DE NEUROMARKETING CON EQUIPOS BIOMÉTRICOS</b> 1. EL MÉTODO CIENTÍFICO EXPERIMENTAL Y LAS CLAVES PARA REALIZAR UN ESTUDIO DE NEUROMARKETING. 2. TÉCNICAS NEUROLÓGICAS Y PSICOFISIOLÓGICAS DECRIPCIÓN DE LOS EQUIPOS: 3. EYE TRACKING(ET), 4. ELECTROENCEFALOGRAMA (EEG), 5. RESONANCIA MÁGNETICA FUNCIONAL (FMRI), 6. POTENCIALES EVOCADOS(PES), 7. TOMOGRAFÍA DE EMISIÓN DE POSITRONES(TEP) 8. RESPUESTA GALVÁNCA 9. ELECTROMIOGRAMA 10. ELECTROCARDIOGRAMA 11. ESTIMULACIÓN MAGNETICA TRANSCRANEAL 12. STEADY-STATE TOMOGRAPHY 13. TEST DE ASOCIACIÓN IMPLÍCITA
SEMANA 3	15/7/2019 AL 19/7/2019 Clases virtuales y autónomas	<b>UNIDAD III</b> <b>EL MIX DEL NEUROMARKETING</b> 1. EL MIX DEL NEUROMARKETING: PRODUCTO, PRECIO, DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIÓN. 2. NEUROMARKETING APLICADO A LA CONCEPTUALIZACIÓN Y DISEÑO DEL PRODUCTO 3. CONCEPTO DE PRODUCTO/SERVICIO. 4. ALINEACIÓN OFERTA/DEMANDA. 5. PACKAGING 6. NEUROMARKETING APLICADO A LAS POLÍTICAS DE PRECIO. CONCEPTUALIZACIÓN PRECIO/VALOR. 7. NEUROMARKETING APLICADO A LA GESTIÓN DE MARCA. BRANDED CONTENT, BRAND EXPERIENCE Y BRAND MANAGEMENT. 8. NEUROCOMUNICACIÓN: PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD: COMUNICACIÓN NEURORELACIONAL, ESTRATEGIAS PROMOCIONALES, ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS.
SEMANA 4	22/7/2019 AL 26/7/2019	<b>UNIDAD IV</b> <b>NEUROCIENCIA DE LAS DECISIONES Y NEUROPLASTICIDAD</b> 1. NEUROCIENCIA DE LAS DECISIONES 2. TEORÍAS DE LAS DECISIONES (varios autores) 3. NEUROPLASTICIDAD 4. TENDENCIAS EN NEUROCIENCIAS: NEUROEDUCACIÓN, NEUROARQUITECTURA, NEUROPOLÍTICA, NEUROALIMENTACIÓN Y NEUROINSIGHTS
	26 y 27 de julio	<b>Clases presenciales *horas</b>





# ESPOCH

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

## 10. PRODUCTOS OBTENIDOS

Los productos concretos y tangibles que se logró mediante la capacitación fueron:

<b>Conocimientos y saberes</b>	<i>Se desarrollo las capacidades cognitivas (teórico-metodológicas y técnico-instrumentales) e investigativas en el estudio de cerebro y su funcionamiento, las características y usos de equipos biométricos y análisis estadístico que permitan su interpretación de los resultados</i>
<b>Pertinencia</b>	<i>Comprendió los problemas de la ciencia y la realidad que siempre se ha tratado de investigar y comprender, ¿cómo funciona nuestro cerebro en las decisiones? Que constituye el eje fundamental en el estudio e investigación. Los estudiantes del curso virtual obtendrán capacidades de comprender el funcionamiento del cerebro ante la publicidad, marcas y decisiones.</i>
<b>Aprendizaje</b>	<i>Aplicó el modelo de aprendizaje es teoría y práctica, con el desarrollo de habilidades en la investigación que recibirán los graduados del curso virtual en neuromarketing con el fin de alcanzar sus capacidades y competencias.</i>
<b>Interculturalidad</b>	<i>Aplicaron la ética, el cumplimiento y responsabilidad en el desarrollo de sus actividades académicas e investigativas planteadas en el curso de Neuromarketing, el cumplimiento de valores y principios en el marco del diálogo de saberes, la interculturalidad y el respeto a los derechos del buen vivir.</i>

## 11. CONCLUSIONES

*Las actividades se desarrollaron en el cumplimiento a la planificación del curso de Neuromarketing, en cuatro semanas y cuatro unidades donde se valoró las capacidades cognitivas (teórico-metodológicas y técnico-instrumentales) e investigativas en el estudio de cerebro y su funcionamiento, las características y usos de equipos biométricos y análisis estadístico que permitan su interpretación de los resultados.*

*Se determinó el cumplimiento y responsabilidad en el desarrollo de sus actividades académicas e investigativas planteadas en el curso virtual de Neuromarketing en la Plataforma E-learning, que se encuentra en el portal de la ESPOCH. las actividades fueron: lecturas, foros, chat, evaluaciones semanales en el transcurso del curso de un mes. Obteniendo la participación del 97% en las actividades de los docentes en el desarrollo de la planificación. Ratificando el compromiso y responsabilidad en su perfeccionamiento de los graduados.*



# ESPOCH

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

## 12. BIBLIOGRAFÍA

Material Bibliográfico utilizado en el curso de capacitación

Principios básicos de marketing - P. Kotler

<https://www.youtube.com/watch?v=pPbV5qxDAQY>

<http://www.youtube.com/watch?v=PlIz7tIN9bl>

<https://www.youtube.com/watch?v=H-pFR5m7k7A>

El método científico hecho fácil <https://www.youtube.com/watch?v=EpztrXazrYU>

Estudio de neuromarketing: <https://www.youtube.com/watch?v=WwVDqfBabUE>

Estudio del sector banca: [https://www.youtube.com/watch?v=9\\_jQN-5sR3g](https://www.youtube.com/watch?v=9_jQN-5sR3g)

A la conquista del cerebro

[http://www.tendencias21.net/Europa-y-Estados-Unidos-selanzan-a-la-conquista-del-cerebro\\_a15679.html](http://www.tendencias21.net/Europa-y-Estados-Unidos-selanzan-a-la-conquista-del-cerebro_a15679.html)

Visualización MRI

[https://www.youtube.com/watch?v=j\\_fdptHmpio](https://www.youtube.com/watch?v=j_fdptHmpio)

Estudios del cerebro

[http://www.dailymotion.com/video/x16gfmg\\_neuromarketingestudios-del-cerebro\\_school](http://www.dailymotion.com/video/x16gfmg_neuromarketingestudios-del-cerebro_school)

Distintos tipos de dispositivos

<http://www.eyetracking.com/Hardware/Eye-Tracker-List>

<http://www.tobii.com/en/gaze-interaction/global/eyetracking/>

Análisis de video con 2D2 <http://www.youtube.com/watch?v=V5yLeOJfzS8>

Aplicación en el punto de venta (1) <https://www.youtube.com/watch?v=qOIWeyvHF94>

Aplicación en el punto de venta (2) <https://www.youtube.com/watch?v=1Elt8x-g9Hw>

Aplicación en el punto de venta (3) <https://www.youtube.com/watch?v=GMJFoeH4pS8>

Caso L'Oreal

<https://www.youtube.com/watch?v=fecGQ1e8ffe>

Electroencefalograma <https://www.youtube.com/watch?v=GYmJgVKZFRM>

Introducción al EEG Univ. Melbourne

<http://www.youtube.com/watch?v=kGuayTwqieM>

Algunas empresas han creado sus propias mediciones del cerebro, como Sands Research, que utiliza las siguientes...

<http://www.sandsresearch.com/>

Análisis de spot en la Super Bowl <http://thinkcreativeidea.wordpress.com/tag/sands-research/>

WW "The force"

<http://www.youtube.com/watch?v=V3s2zUvuM1g>

Coca Cola

[https://www.youtube.com/watch?v=0e2H\\_EqWlrg](https://www.youtube.com/watch?v=0e2H_EqWlrg)

Cerveza Ambar

<https://www.youtube.com/watch?v=LfMQvUa5Tai>

Combinación EYE Tracking y EEG

<http://www.youtube.com/watch?v=RaLCLVSBIfc>

Ejemplo de RMf

<https://www.youtube.com/watch?v=1H1mpLpr1xk>



# ESPOCH

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

**Apple vs Samsung con RMf**

<http://www.youtube.com/watch?v=Awd7wsdAQyA>

**Pistas falsas**

[http://www.wired.com/wiredscience/2009/09/fmri\\_salmon/](http://www.wired.com/wiredscience/2009/09/fmri_salmon/)

**Potenciales evocados auditivos** <http://www.youtube.com/watch?v=c32Jsij9UcA>

**PES somatosensoriales** <http://www.youtube.com/watch?v=TAcJFqBhTrk>

**Ejemplo en medicina**

[http://www.youtube.com/watch?v=7iW9AygV\\_Uhs](http://www.youtube.com/watch?v=7iW9AygV_Uhs)

**Ejemplo en oncología**

[https://www.youtube.com/watch?v=yOMBVZf\\_cOYk](https://www.youtube.com/watch?v=yOMBVZf_cOYk)

**Medición de la experiencia del cliente**

[https://www.youtube.com/watch?v=zleWc6D\\_XK4](https://www.youtube.com/watch?v=zleWc6D_XK4)

**Conductancia de la piel en tiempo real**

<https://www.youtube.com/watch?v=2GGtMnRmrac>

**Ejemplo en discurso político** <https://www.youtube.com/watch?v=99pL8bcbjk0>

**Análisis emocional**

<https://www.youtube.com/watch?v=Wnt2MAn8Q34&list=PLMwhCLHlrmp2QJvCePeYc9Wham-B>

**Ejemplo facial coding** <https://www.youtube.com/watch?v=0wsNdvM4wS0>

**Cómo se realiza un ECG** <http://www.youtube.com/watch?v=upMU8eUyG1M>

**Lectura de un ECG**

<https://www.youtube.com/watch?v=twHQihyZ2qU>

**Estimulación magnética transcraneana**

[http://www.dailymotion.com/video/xvpbbc\\_e\\_stimulacion-magnetica-transcraneal-tmselectromagnetismo-cerebral\\_schoo](http://www.dailymotion.com/video/xvpbbc_e_stimulacion-magnetica-transcraneal-tmselectromagnetismo-cerebral_schoo)

<https://implicit.harvard.edu/implicit/spain/takeatest.html>

**Herramienta para estudio integral**

<https://www.youtube.com/watch?v=LTJnCyG7hYA>

<https://www.dailymotion.com/video/xpovem>

## 13. ANEXOS

Se incluye propuesta, registro de participantes, registro de asistencia y fotografías.



CURSOS DE CAPACITACIÓN PROFESIONAL DIRIGIDO A GRADUADOS DE LA  
ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING

CURSO "NEUROMARKETING"

DEL 01 AL 27 DE JUNIO 2019

NÓMINA DE PROFESIONALES APROBADOS

Nro.	NOMBRES	APELLIDOS	% DE ASISTENCIA	% CUMPLIMIENTO DE TAREAS	ESTADO
1	CECILIA DEL PILAR	AGUIRRE BARRERA	100	100	APROBADO
2	MYRIAM ALEXANDRA	ASQUI MANYA	100	100	APROBADO
3	ADRIANA	CADENA VACA	100	100	APROBADO
4	LICETH VALERIA	CAICHUG RIVERA	100	100	APROBADO
5	MYRIAN ELIZABETH	CAJO CENTENO	100	100	APROBADO
6	LILIANA MARIBEL	CAMACHO CHAMBA	100	100	APROBADO
7	CRISTIAN GABRIEL	CARRASCO MONTESDEOCA	100	100	APROBADO
8	HOLGER GEOVANNY	CASCO AGUIRRE	100	100	APROBADO
9	KARINA ELIZABETH	CEVALLOS ROSERO	100	100	APROBADO
10	ANDREA ROCIO	CHAMBA ZAMBRANO	100	100	APROBADO
11	LEYLA JACQUELINE	ENRÍQUEZ IMBAQUINGO	100	100	APROBADO
12	DAVID	ESCOBAR MAYORGA	100	100	APROBADO
13	EDISON ROBERTO	ESTEVEZ SALAS	100	100	APROBADO
14	CRISTIAN EDUARDO	FALCONI MORENO	100	100	APROBADO
15	MILTON EDGARDO	GALEAS MARTINEZ	100	100	APROBADO
16	JORGE LUIS	GONZÁLEZ YANNUZZELLI	100	100	APROBADO
17	VALERIA ANABEL	GUADALUPE MONCAYO	100	100	APROBADO
18	ISRAEL JALMAR	GUAMAN ZUÑIGA	100	100	APROBADO
19	CRISTIAN FERNANDO	GUAPULEMA SALAZAR	100	100	APROBADO
20	FAUSTO JAVIER	GUARANGO MEJÍA	100	100	APROBADO
21	NICOLE DOMENICA	GUEVARA CRESPO	100	100	APROBADO
22	CRISTINA BELEN	HACHI MANCERO	100	100	APROBADO
23	GIOVANNY LENIN	HARO SOSA	100	100	APROBADO
24	ANA CECILIA	HUILCAREMA BENAVIDES	100	100	APROBADO
25	FREDDY ANDRES	INCA GARCIA	100	100	APROBADO
26	PAMELA ALEXANDRA	LLIGUISUPA ESCOBAR	100	100	APROBADO



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



27	SINTIA GISSELA	MAYORGA GAVILANES	100	100	APROBADO
28	GABRIELA LIZBETH	MERINO LEMA	100	75	APROBADO
29	MARIELA ESTEFANIA	MINIGUANO SANCHEZ	100	100	APROBADO
30	BRIAN JOSEPH	MONTENEGRO CCERES	100	100	APROBADO
31	LEONARDO OMAR	MORALES ALAVA	100	75	APROBADO
32	SILVANA CATALINA	MORENO DILLON	100	100	APROBADO
33	CHRISTIAN MAURICIO	NARANJO FARINANGO	100	100	APROBADO
34	DANILO JOSE	OCAMPO PILCO	100	100	APROBADO
35	JOHNNY FERNANDO	ORTIZ POZO	100	75	APROBADO
36	GEOVANNY JAVIER	PALACIOS IBARRA	100	100	APROBADO
37	MARIA ELENA	PEREZ LOPEZ	100	100	APROBADO
38	EDWIN GEOVANNY	QUITIO MULLO	100	100	APROBADO
39	JOSE ISAUL	REA CUVI	100	100	APROBADO
40	DIEGO ALEJANDRO	REINOSO ESPINOSA	100	100	APROBADO
41	MARITZA SUSANA	ROCHINA ROCHINA	100	100	APROBADO
42	MICAELA MARIBEL	RUIZ LOGROÑO	100	100	APROBADO
43	JULIO ROBERTO	SANTILLAN CASTILLO	100	100	APROBADO
44	YADIRA VERONICA	SARMIENTO MOGROVEJO	100	75	APROBADO
45	GISSELLA ALEXANDRA	VARGAS PALMA	100	100	APROBADO
46	GABRIEL NAPOLEON	VELOZ ZABALA	100	100	APROBADO
47	IVAN MARCELO	YACCHIREMA TARAGUAY	100	100	APROBADO

**FECHA DE ENTREGA: 15-07-2019**

**DRA. MARIBEL VALLEJO**

**ING. PAULINA BOLAÑOS**

**DOCENTES - CAPACITADORES**



# ESPOCH

## ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

Fotografías

Plataforma virtual Elearning

The screenshot shows the Elearning platform interface. The user is logged in as LUZ MARIBEL VALLEJO CHAVEZ. The course is 'CURSO ONLINE NEUROMARKETING'. The main content area displays the course title and a large logo with the letters 'NKT'. Below the logo, there are sections for 'ENCUESTA SEGUIMIENTO A GRADUADOS' and 'ENCUESTA'. The left sidebar shows a navigation menu with various course modules. A calendar for October 2019 is visible in the top right corner.

The screenshot shows the 'INTRODUCCIÓN AL NEUROMARKETING' page. The user is logged in as LUZ MARIBEL VALLEJO CHAVEZ. The page features a welcome message: 'Bienvenidos al Tema 1' and a quote: 'El corazón tiene razones que la razón desconoce -Blaise Pascal(1623-1662)'. The main text discusses human behavior and the search for explanations. There is a section titled 'Tema 1: ¿Qué es el Neuromarketing?' with a smiley face icon. The page also includes a 'Introducción y tema 1' section and a 'Secundando al consumidor' section.

The screenshot shows the 'Tema 3: NEUROMARKETING' page. The user is logged in as LUZ MARIBEL VALLEJO CHAVEZ. The page features a section titled 'Neuromarketing' with a sub-section 'Bienvenidos al tema 3 de la semana 1 Neuromarketing, aquí encontrarás la importancia y el contenido científico de esta disciplina en el funcionamiento del cerebro y la toma de decisiones.' There is a section for 'ACTIVIDADES PARA REFORZAR SU APRENDIZAJE - TEMA 3' with a sub-section 'Conteste las siguientes preguntas con la finalidad de reforzar sus conocimientos:'. Below this, there is a section for 'Tema 4: ÉTICA Y NEUROMARKETING' with a sub-section 'El flautista de Hamelin' and a sub-section 'Bienvenidos al tema 4 de la semana 1 Ética y Neuromarketing aquí analizaremos. Como influye el poder de la manipulación? la capacidad de nuestra autonomía y pensamiento crítico.'



# ESPOCH

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

The screenshot shows a web browser window with the URL `elearning.espoch.edu.ec/course/view.php?id=47196`. The page title is "INTRODUCCIÓN AL NEUROMARKETING". The content includes a welcome message for "Tema 1" with a quote by Blaise Pascal: "El corazón tiene razones que la razón desconoce". Below this, there is a paragraph explaining that humans seek explanations for customer behavior beyond what they say, aiming for a better understanding of how the human brain works. A forum post asks "Tema 1: ¿Qué es el Neuromarketing?" and encourages participation. A yellow smiley face emoji is visible. The page also lists "Introducción y Tema 1" and "Seduciendo al consumidor".

The screenshot shows the "SEMANA 3: EL MIX DE MARKETING" page. It includes a list of steps: "Paso 2: Plantear el enunciado o problema a investigar en forma de pregunta", "Paso 3: Determino las variables: Dependiente, Independiente", and "Paso 4: Plantear la hipótesis". Below this, there are sections for "ENCUESTA", "TEMA 1: EL MIX PRODUCTO", "TEMA 2: EL MIX PRECIO", and "TEMA 3: EL MIX DISTRIBUCIÓN", each with a welcome message to the respective week.

The screenshot shows the "Tema 5: Conexiones neuronales" page. It features a sidebar with navigation options like "Filtros", "Informes", "Configuración Calificaciones", "Insignias", "Copia de seguridad", "Restaurar", "Importar", "Reiniciar", and "Banco de preguntas". The main content includes "Conexiones neuronales" with "ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE" and a "CRUCIGRAMA" to solve. Below this, there is a section for "SEMANA 2" with a welcome message and a list of topics: "Tema 1 Técnicas del Neuromarketing", "Tema 1 Técnicas del Neuromarketing", and "Tema 2 Técnicas Neurológicas y Fisiológicas". The page also lists "ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE", "EMPAREJAMIENTO", and "CUESTIONARIO".



# ESPOCH

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

Browser tabs: (1) WhatsApp, Servicios ESPOCH, Curso: NEUROMARKETING

URL: elearning.espoch.edu.ec/course/view.php?id=47196

ELEARNING Español - Internacional (es)

LUZ MARIBEL VALLEJO CHAVEZ

Bienvenido a la semana 3 con el Tema 2 El Mix Precio, espero te guste...

- TEMA 3 EL MIX DISTRIBUCIÓN  
Bienvenidos a la semana 3 con el Tema 3 El Mix Distribución, espero te guste...
- TEMA 4 EL MIX COMUNICACIÓN  
Bienvenidos a la semana 3 con el Tema 4 El Mix Comunicación, espero te guste...

**ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE**

- TEMA 1: EMPAREJAR
- TEMA 2: CONTESTA VERDADERO O FALSO
- TEMA 3: EMPAREJAR
- CRUCIGRAMA-MIX DISTRIBUCIÓN

Resuelve el siguiente crucigrama y sube a aula virtual tu respuesta.

**SEMANA 4**

Browser tabs: (1) WhatsApp, Servicios ESPOCH, Curso: NEUROMARKETING

URL: elearning.espoch.edu.ec/course/view.php?id=47196

ELEARNING Español - Internacional (es)

LUZ MARIBEL VALLEJO CHAVEZ

- NEUROCIENCIA DE LAS DECISIONES  
Saludos cordiales, les invito a participar en el Foro Neurociencias de las decisiones, comenta sobre los tres postulados y relaciona a los conceptos del Marketing. Espero te guste este tema.
- NEUROPLASTICIDAD  
Bienvenidos a Foro de Neuroplasticidad comenta su importancia en la vida cotidiana. Espero tu comentario.
- GLOSARIO DE TÉRMINOS DEL NEUROMARKETING  
Bienvenidos a participar en el Glosario de términos del Neuromarketing, te invitamos a participar incluyendo tus conceptos aprendidos en el Curso de Neuromarketing.

**FELICITACIONES HAN FINALIZADO  
EXITÓSAMENTE EL CURSO DE NEUROMAKETING**

Felicitaciones haz culminado con éxito el curso de Neuromarketing... Mil gracias por tu participación, entusiasmo y compromiso.





## **PROPUESTA DE CAPACITACIÓN**

### **“NEUROMARKETING”**

#### **1. DATOS INFORMATIVOS:**

- **TÍTULO:** Neuromarketing
- **DURACIÓN:** 40 horas virtuales - on line
- **HORARIOS:** A convenir por el participante
- **FECHA:** Del 1 al 27 de junio de 2019
- **PARTICIPANTES:** Graduados de la Carrera de Marketing
- **CUPO:** 120 participantes
- **Lugar:** Plataforma virtual E-learning
- **FACILITADORES:** Dra. Maribel Vallejo  
Ing. Paulina Bolaños

#### **2. ANTECEDENTES**

La Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, la Facultad de Administración de Empresas y la carrera de Marketing, en función de dar cumplimiento a la capacitación y perfeccionamiento de graduados, donde la educación debe responder a las necesidades, intereses y problemas del educando y de la comunidad, al desarrollo científico y tecnológico y las proyecciones del desarrollo social, económico y cultural del país, se requiere de proyectos educativos que involucren generar nuevos conocimientos para cumplir adecuadamente el desempeño eficiente del rol de cada quien les compete.

La tendencia local y mundial por la calidad, eficiencia, productividad y excelencia académica, que hoy existe al interior de las Universidades y Escuelas Politécnicas del país, es resultado de cambios internos y externos que orienten el compromiso y el desempeño de sus graduados, seguros de que estos requerimientos son los que van a satisfacer las necesidades de capacitación y perfeccionamiento se plantea el curso Neuromarketing aplicando las TICs con la modalidad de estudios virtual, consientes de facilitar el tiempo para la preparación de nuestros graduados de la carrera de Marketing.

Además, los cursos de capacitación y perfeccionamiento permiten obtener la Acreditación Institucional de las carreras, programas de grado y posgrados; como expresa la disposición



transitoria vigésima de la Constitución y la disposición primera de la Ley de Educación Superior y su reglamento.

Las tendencias y cambios radicales en el comportamiento del consumidor, son motivo de análisis, debido a que estos cambios son variantes, surgen nuevas formas de medición a través de equipos biométricos, para medir el comportamiento del cerebro, en consecuencia el Neuromarketing investiga y estudia los procesos cerebrales que explican la conducta y la toma de decisiones en el campo de acción del marketing tradicional: inteligencia de mercado, diseño de productos y servicios, comunicaciones, precios, branding, posicionamiento, targeting, canales y ventas.

El curso de capacitación en neuromarketing desarrolla las siguientes capacidades:

Desarrollar las habilidades de innovación, con un pensamiento crítico en el manejo eficaz de metodologías y técnicas aplicadas y previsiones fiables, sobre la conducta del cliente por medio del estudio de la mente.

Fomentar en Neuromarketing códigos de la ética profesional que dominen los métodos teórico-prácticos -cuánticos y sean capaces medir y predecir la incidencia emocional, que se genera al adquirir o ser expuesto a productos y marcas.

Desarrollar capacidades para conocer, entender y satisfacer las necesidades del consumidor de forma continua y creciente a través de los sentidos, estímulos y las emociones.

Formar competencias en la medición de actividades cerebrales involucradas en el comportamiento del cliente desde la elección del producto, la compra y la interpretación de mensajes publicitarios.

Desarrollar habilidades en la planificación y ejecución de estrategias de marketing que permitan una mejor conexión emocional con el cliente.

En cuanto a los conocimientos y saberes, pertinencia, aprendizajes e interculturalidad se desarrolla de la siguiente manera:

<b><i>A los conocimientos y los saberes</i></b>	<i>Desarrollar capacidades cognitivas (teórico-metodológicas y técnico-instrumentales) e investigativas en el estudio de cerebro y su funcionamiento, las características y usos de equipos biométricos y análisis estadístico que permitan su interpretación de los resultados</i>
<b><i>A la pertinencia</i></b>	<i>Comprender los problemas de la ciencia y la realidad que siempre se ha tratado de investigar y comprender, ¿cómo funciona nuestro cerebro en las decisiones? Que constituye el eje fundamental en el estudio e investigación. Los estudiantes del curso virtual obtendrán</i>



	<i>capacidades de comprender el funcionamiento del cerebro ante la publicidad, marcas y decisiones.</i>
<b>A los aprendizajes</b>	<i>Aplicar el modelo de aprendizaje es teoría y práctica, con el desarrollo de habilidades en la investigación que recibirán los estudiantes del curso virtual en neuromarketing con el fin de alcanzar sus capacidades y competencias.</i>
<b>A la interculturalidad</b>	<i>Los estudiantes del curso en neuromarketing virtual aplicarán la ética, el cumplimiento y responsabilidad en el desarrollo de sus actividades académicas e investigativas, en cumplimiento de valores y los principios en el marco del diálogo de saberes, la interculturalidad y el respeto a los derechos del buen vivir.</i>

### **3. JUSTIFICACIÓN**

La formación, capacitación, actualización y perfeccionamiento de los investigadores en servicio debe contribuir de manera sustancial al mejoramiento de la calidad de la educación, al desarrollo y mejoramiento de la economía en el país. Mediante la actualización de conocimientos relacionados con su formación profesional, así como la adquisición de nuevas técnicas y medios que signifiquen un mejor cumplimiento de sus funciones.

El desarrollo de las TIC y las nuevas formas de acceder al conocimiento, plantean la necesidad de pensar en nuevas estrategias y herramientas, que permitan fortalecer la actividad académica de los graduados a través de la educación virtual para capacitarse y perfeccionarse, a quienes estén interesados por un aprendizaje continuo en las nuevas tendencias del mercado.

### **4. MARCO LEGAL**

El presente plan de capacitación en Neuromarketing, tiene su sustento legal en:

- La LOES el artículo 156, dispone la “*Capacitación y perfeccionamiento permanente de los profesores o profesoras e investigadores o investigadoras, En el Reglamento de Carrera y Escalafón del Profesor e Investigador del Sistema de Educación Superior se garantizará para las universidades públicas su capacitación y perfeccionamiento permanentes...*”



## **5. OBJETIVOS:**

### **GENERAL**

- Capacitar a graduados que estén interesados en el curso de neuromarketing a través de medios virtuales que faciliten en la disponibilidad de tiempo y la actualización permanente.

### **ESPECÍFICOS:**

- Impulsar a la actualización permanente de graduados en Neuromarketing a través de la educación virtual on line.
- Capacitar al grupo de graduados en las nuevas tendencias del neuromarketing para la toma de decisiones.

## **6. LINEAMIENTOS**

La propuesta de capacitación considera los siguientes lineamientos:

- El evento de capacitación a desarrollarse en las fechas acordadas.
- El o la facilitadora utilizará el aula virtual.
- Los estudiantes participantes trabajarán en grupos operativos y expondrán sus tareas, objeto de evaluación, mismos que serán evaluados por los facilitadores.
- La coordinación del evento estará a cargo de Director de Escuela de Marketing.

## **7. METODOLOGIA**

El desarrollo del curso se realizará a través de metodologías virtual que permiten partir de una base teórica para sustentar la exposición. Las metodologías a través del uso de las TIC's, como un soporte a los procesos de aprendizaje y auto aprendizaje dando realce al esquema pedagogía de la educación real con actividades sincrónicas y asincrónicas.

El curso será aprobado con el 7, 10/10 de participación como mínimo en las actividades del aula virtual, como foros, chats y envío de trabajos en el cumplimiento de las fechas establecidas, otorgando el certificado de aprobado y asistido.

Menor a 7 puntos de considera reprobado, sin otorgar ningún certificado adicional como el de asistencia.



	AL 26/7/2019	<b>UNIDAD IV</b> <b>NEUROCIENCIA DE LAS DECISIONES Y</b> <b>NEUROPLASTICIDAD</b> 1. NEUROCIENCIA DE LAS DECISIONES 2. TEORÍAS DE LAS DECISIONES (varios autores) 3. NEUROPLASTICIDAD 4. TENDENCIAS EN NEUROCIENCIAS: NEUROEDUCACIÓN, NEUROARQUITECTURA, NEUROPOLÍTICA, NEUROALIMENTACIÓN Y NEUROINSIGHTS
--	-----------------	---

#### 9. LOGROS DE APRENDIZAJE

Los participantes del curso serán capaces de comprender de mejor manera el funcionamiento y la estructura del cerebro humano, para crear estrategias con conocimiento de causa y facilite a la toma de decisiones en la marcas y productos.

#### 10. PRESUPUESTO

La capacitación que fue preparada por las facilitadoras es gratuita; los certificados y los recursos tecnológicos serán gestionados por la dirección de Escuela de Marketing.

#### 11. RECURSOS MATERIALES Y TECNOLÓGICOS

Para el desarrollo de esta capacitación docente se necesitarán los siguientes recursos

- Computador
- Proyector
- Aula Virtual
- Presentaciones / videos
- Internet

**FECHA DE ENTREGA:** 8/06/ 2019

**RESPONSABLES:**

  
Dra. Maribel Vallejo

Ing. Paulina Bolaños

**DOCENTES - CAPACITADORES**

Ing. Carlos Delgado MDE

**DIRECTOR DE LA CARRERA DE MARKETING – FADE - ESPOCH**



		<p>7. NEUROECONOMÍA Y TOMA DE DECISIONES 8. INTRODUCCION A LA NEUROECONOMÍA 9. DECISIONES ECONÓMICAS INCONCIENTES 10. BIOLOGÍA CEREBRAL 11. NEUROBIOLOGÍA DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMO 12. CONEXIONES NEURONALES 13. SINAPSIS 14. OXITOCINA Y CONFIANZA 15. DOPAMINA Y ADICCIONES 16. NÚCLEO ACCUMBENS 17. INSULA CEREBRAL 18. AMIGDALA CEREBRAL</p>
SEMANA 2	8/7/2019 AL 12/7/2019	<p><b>UNIDAD II</b> <b>TÉCNICAS Y ESTUDIOS DE NEUROMARKETING CON EQUIPOS BIOMÉTRICOS</b> 1. EL MÉTODO CIENTÍFICO EXPERIMENTAL Y LAS CLAVES PARA REALIZAR UN ESTUDIO DE NEUROMARKETING. 2. TÉCNICAS NEUROLÓGICAS Y PSICOFISIOLÓGICAS DESCRIPCIÓN DE LOS EQUIPOS: 3. EYE TRACKING(ET), 4. ELECTROENCEFALOGRAMA (EEG), 5. RESONANCIA MÁGNETICA FUNCIONAL (FMRI), 6. POTENCIALES EVOCADOS(PES), 7. TOMOGRAFÍA DE EMISIÓN DE POSITRONES(TEP) 8. RESPUESTA GALVÁNICA 9. ELECTROMIOGRAMA 10. ELECTROCARDIOGRAMA 11. ESTIMULACIÓN MAGNETICA TRANSCRANEAL 12. STEADY-STATE TOMOGRAPHY 13. TEST DE ASOCIACIÓN IMPLÍCITA</p>
SEMANA 3	15/7/2019 AL 19/7/2019	<p><b>UNIDAD III</b> <b>EL MIX DEL NEUROMARKETING</b> 1. EL MIX DEL NEUROMARKETING: PRODUCTO, PRECIO, DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIÓN. 2. NEUROMARKETING APLICADO A LA CONCEPTUALIZACIÓN Y DISEÑO DEL PRODUCTO 3. CONCEPTO DE PRODUCTO/SERVICIO. 4. ALINEACIÓN OFERTA/DEMANDA. 5. PACKAGING 6. NEUROMARKETING APLICADO A LAS POLÍTICAS DE PRECIO. CONCEPTUALIZACIÓN PRECIO/VALOR. 7. NEUROMARKETING APLICADO A LA GESTIÓN DE MARCA. BRANDED CONTENT, BRAND EXPERIENCE Y BRAND MANAGEMENT. 8. NEUROCOMUNICACIÓN: PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD: COMUNICACIÓN NEURORELACIONAL, ESTRATEGIAS PROMOCIONALES, ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS.</p>
SEMANA 4	22/7/2019	



CALIFICACIÓN	EQUIVALENCIA	CUALITATIVA
9.1 a 10	A	EXCELENTE
8.1 a 9	B	BUENA
7.1 a 8	C	REGULAR
Menor a 7	D	REPROBADA

Se empleará el documento de guía temática preparada para el curso. (contenido de la temática a tratarse) (aula virtual institucional (Moodle 2.4), para el acompañamiento y para el fortalecimiento en el proceso de enseñanza aprendizaje)

Se realizarán consultas bibliográficas, Google académico y revistas electrónicas de alto impacto, sobre temas específicos que sean de mayor requerimiento por parte de los participantes.

Se emplearán ejemplos prácticos para mejor ilustración de los diferentes temas.

- Detallar los entornos de aprendizaje virtuales y la tecnología informática disponible.
- En el entorno de aprendizaje se empleará el documento de guía temática preparado por el docente para el curso que será elevado a la plataforma Moodle.
- Se realizarán consultas bibliográficas, webgrafía, sobre temas específicos que sean de mayor requerimiento por parte de los maestrantes.
- Para los interesados aplicarían el uso de equipos biométricos actuales en el laboratorio de NeuroLab.
- Uso de la plataforma Moodle para trabajo, chat, que se encuentra en el portal de la ESPOCH
- Biblioteca digital con acceso a libros, revistas e investigaciones de alto impacto.

#### 8. PLANIFICACIÓN DEL CURSO:

SEMANAS	FECHAS	CONTENIDO
SEMANA 1	5/7/2019	<b>UNIDAD I</b> <b>BASES CIENTÍFICAS DE LA NEUROCIENCIA, MARKETING, NEUROECONOMÍA Y NEUROMARKETING</b> 1. NEUROCIENCIAS, CONCEPTO, ORIGEN Y GENERALIDADES. 2. MARKETING COMO ESTRATEGIAS, CONCEPTO Y BASES 3. NEUROMARKETING 4. BASE CIENTÍFICA, ORIGEN 5. ÉTICA Y NEUROMARKETING 6. NEUROCIENCIA. BASE TEÓRICA DE LA NEUROCIENCIA. ORIGEN Y EXPERIMENTOS.



# ESPOCH

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO



ESCUELA DE MARKETING – CARRERA DE MERCADOTECNIA

Riobamba, julio 12 del 2019

Oficio No.0724-DEIMKT.

Licenciada  
Pepita Alarcón  
**DIRECTORA DE LA DDA ESPOCH**  
Presente.-


De mi consideración:

Luego de expresar un cordial saludo, me permito solicitar de la manera más comedida se otorgue el aval académico al curso planificado por la carrera de Mercadotecnia denominado **"METODOLOGÍA Y PEDAGOGÍA DE LA ENSEÑANZA-APRENDIZAJE, CASOS PRÁCTICOS"**, a desarrollarse del 15 al 26 de julio 2019, en las instalaciones de la carrera.

**Adjunto:** El formato de planificación con el listado de docentes inscritos.

Particular que informo para los fines pertinentes.

Atentamente,

  
Ing. MDE. Carlos A. Delgado R.  
**DIRECTOR DE LA ESCUELA  
DE ING. EN MARKETING**

ADJUNTO: Planificación del curso







## PROPUESTA DE CAPACITACIÓN DOCENTE

### *METODOLOGÍA Y PEDAGOGÍA DE LA ENSEÑANZA- APRENDIZAJE, CASOS PRÁCTICOS*

#### 1. DATOS INFORMATIVOS:

- **TÍTULO:** Metodología y pedagogía de la enseñanza- aprendizaje, casos prácticos.
- **DURACIÓN:** 8 horas presenciales, 20 horas trabajo autónomo y 12 horas trabajo virtual
- **HORARIOS PRESENCIALES:** viernes 12 y 19 de julio de 8h00-12h00
- **FECHA:** Del 12 al 26 de julio 2019
- **PARTICIPANTES:** Docentes de la carrera de Mercadotecnia.
- **CUPO:** 20 docentes
- **LOCAL:** Modular de Ingeniería en Marketing.
- **FACILITADORES:** Ing. María Elena Espín PhD, Ing. Oscar Gavilánez A.

#### 2. ANTECEDENTES

A lo largo de la historia de la especie humana la educación en sus distintas formas jugó un papel fundamental. Lugar donde se consignaba la tradición, espacio al que se le confiaba la producción y transmisión de la novedad, la educación alojó, en los distintos territorios y tiempos, la tensión entre el conocer y la prohibición de saber, y albergó los distintos modos de resolver ambigüedades entre lo viejo y lo nuevo, entre el elitismo y la democracia, entre mandatos y herencias, entre la repetición y la innovación.

La educación debe responder a las necesidades, intereses y problemas del educando y de la comunidad, al desarrollo científico y tecnológico y a las proyecciones del desarrollo social, económico y cultural del país, ello requiere de un proyecto educativo global y de proyectos educativos particulares en cada institución y cada comunidad pero ningún proyecto educativo podrá lograr el impacto esperado si las personas involucradas en su ejecución no están preparadas adecuadamente para el desempeño eficiente del rol que les compete.



actividades docentes, con excelencia y elevada responsabilidad social, procurando su formación especializada al más alto nivel, así como su actualización permanente en los escenarios reales que se presentan en clases.

#### ESPECÍFICOS:

- Impulsar la actualización permanente de los docentes con la finalidad de aportar articuladamente con los principios y desarrollo de estudiantes creativos y reflexivos.
- Capacitar al grupo de docentes en metodología de enseñanza aprendizaje a través de casos prácticos, para analizar, sustentar, e inferir sobre la información recabada.
- Capacitar a los docentes en el manejo eficiente de herramientas tecnológicas digitales que aporten al proceso de enseñanza – aprendizaje mediante casos prácticos

#### 5. LINEAMIENTOS

La propuesta de capacitación considera los siguientes lineamientos:

- El evento de capacitación a desarrollarse en las fechas acordadas será facilitado por profesionales de la Carrera de Mercadotecnia.
- Los facilitadores del evento utilizarán tecnologías actuales.
- Los docentes participantes trabajarán en grupos operativos y expondrán sus tareas, objeto de evaluación por parte de los facilitadores.
- La coordinación del evento estará a cargo del personal de la carrera de Mercadotecnia.

#### 7. METODOLOGIA

El desarrollo del curso se lo realizará a través de metodologías, que permiten partir de una base teórica para sustentar la exposición. Metodologías, que permiten el uso de las TICs, como un soporte a los procesos de aprendizaje y auto aprendizaje dando realce al esquema pedagogía de la educación real.

El curso será aprobado con el 70% de asistencia y con el cumplimiento al 100% de las actividades o tareas enviadas por los participantes.



## 8. PLANIFICACIÓN DEL CURSO:

Día	Fecha	Hora	TEMA
Viernes	12/07/2019	8:00 - 12:00	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Métodos que se emplean en la educación tradicional</li><li>➤ Métodos que se deben emplear actualmente en la educación</li><li>➤ Importancia de habilidades y creatividad de los participantes.</li><li>➤ Casos prácticos de las principales problemáticas que se presentan en un aula de clases</li></ul>
Sábado a Jueves	13 al 18 de Julio del 2019	Total horas de trabajo autónomo 6 y de evidencia de trabajo virtual 6	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Ejercicios de aplicación</li><li>➤ Soluciones a diferentes escenarios propuestos reales que se viven en las aulas de clase en la actualidad.</li></ul>
Viernes	19/06/2019	8:00 - 12:00	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Análisis de los casos presentes en las aulas de clase</li><li>➤ Solución de casos mediante el uso de herramientas tecnológicas digitales</li></ul>
Sábado a Lunes	20 al 29 de julio de 2019	Total horas de trabajo autónomo 8 y de evidencia de trabajo virtual 12	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Búsqueda y administración automática de referencias de artículos científicos que complementen el contenido de las asignaturas</li></ul>

## 9. LOGROS DE APRENDIZAJE

Los participantes del curso, serán capaces de utilizar técnicas de solución de problemas en el aula de clase en condiciones extremas: tensiones, buscando actividades pedagógicas de maestros creadores, para la obtención y búsqueda de los modos de actuación apropiada que permitan tomar conciencia de las habilidades metodológicas que posee un docente.



## 10. PRESUPUESTO

Los capacitadores y diversos recursos tecnológicos son gestionados por la carrera de Mercadotecnia

## 11. RECURSOS MATERIALES Y TECNOLÓGICOS

Para el desarrollo de esta capacitación docente se necesitarán los siguientes recursos

- Computador
- Proyector
- Aula Virtual
- Presentaciones / videos
- Software para referencias bibliográficas
- Internet

FECHA DE ENTREGA: 03/06/ 2019

RESPONSABLES:

  
Ing. María Elena Espín O. (PhD)

DOCENTE - CAPACITADOR

  
Ing. Oscar Gavilánez A. (Mgs)

DOCENTE - CAPACITADOR

  
Ing. Carlos Delgado MDE

DIRECTOR DE CARRERA MERCADOTECNIA

Riobamba, 12 de Julio 2019

Ingeniera  
Mónica Parra  
**ENCARGADA DE LABORATORIOS DE CÓMPUTO FADE**


**Presente.-**

**De mi consideración**

Luego de expresar un atento y cordial saludo, me permito solicitar de la manera más comedida autorice a quien corresponda la creación de un aula virtual, misma que tiene por objetivo desarrollar el curso de capacitación docente, "**METODOLOGÍA Y PEDAGOGÍA DE LA ENSEÑANZA-APRENDIZAJE, CASOS PRÁCTICOS**", el mismo que se desarrollara del 15 al 26 de julio 2019.

Por su favorable atención que dé a la presente, anticipo mis sinceros agradecimientos.

  
Atentamente,

3:45  
12-07-2019  
T 

Ing. Paulina Bolaños  
**DOCENTE MARKETING.**



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
CARRERA DE MERCADOTECNIA



CURSO DE CAPACITACIÓN DOCENTE  
METODOLOGÍA Y PEDAGOGÍA DE LA ENSEÑANZA-APRENDIZAJE, CASOS  
PRÁCTICOS  
DEL 12 AL 26 DE JULIO 2019  
40 HORAS ACADÉMICAS

Nº	CEDULA	APELLIDOS	NOMBRES	FIRMA
1	601694607	ÁLVAREZ CALDERÓN	JORGE WASHINGTON	
2	603059304	DELGADO RODRÍGUEZ	CARLOS AUGUSTO	
3	601817067	DONOSO VALDIVIEZO	MARCELO	
4	603468729	ESPÍN OLEAS	MARÍA ELENA	
5	601900087	GUADALUPE ARIAS	SONIA ENRIQUETA	
6	601821275	MORALES MERCHÁN	NORBERTO HERNAN	
7	601889082	MOYANO VALLEJO	HERÁN PATRICIO	
8	602328064	PILCO MOSQUERA	WILIAN ENRIQUE	
9	602991473	TRUJILLO CHAVEZ	HUGO SANTIAGO	
10	916079304	VALLEJO CHÁVEZ	LUZ MARIBEL	
11	602094120	ZABALA JARRÍN	HAROLD ALEXI	
12	603037961	ANDRADE MARTÍNEZ	ANA CECILIA	
13	602114662	ÁVILA PESANTEZ	LUZ MIRIAM	
14	916255011	AGUILAR CAJAS	HÉCTOR OSWALDO	
15	602155319	ALMEIDA LÓPEZ	DIEGO MARCELO	
16	603184375	BOLAÑOS LOGROÑO	PAULINA FERNANDA	
17	601995079	BURBANO PÉREZ	ANGEL BOLÍVAR	
18	604101717	DAVILA YANEZ	GABRIELA	
19	602764748	GAVILÁNEZ ÁLVAREZ	OSCAR DANILO	

Nº	CEDULA	APELLIDOS	NOMBRES	FIRMA
20	603648620	GRANIZO ESPINOZA	XIMENA PATRICIA	
21	601995111	GUANANGA DÍAZ	FREDDY	
22	603967589	GUERRA FLORES	CRISTIAN OSWALDO	
23	201479607	GUILLIN NÚÑEZ	MILTON EDUARDO	
24	603942590	HIDALGO VITERI	LUIS CARLOS	
25	601738586	JARRIN ZAMBRANO	GINNO SIDNEY	
26	602583783	MANCERO CARRILLO	PAÚL HERNAN	
27	602493256	MONCAYO SÁNCHEZ	YOLANDA PATRICIA	
28	603334392	MONTÚFAR GUEVARA	JUAN CARLOS	
29	602033912	ORNA HIDALGO	LUIS ALCIDES	
30	603820275	PAZMIÑO GARZÓN	DENISE	
31	102801016	QUISHPE HIPO	LUIS ARMANDO	
32	1801980846	RUIZ MORALES	MERCEDES	
33	603292319	SÁNCHEZ LUNAVICTORIA	JACQUELINE CAROLINA	
34	1804014890	SANTAMARIA SERRANO	JORGE ANTONIO	
35	602102634	TAPIA BONIFAZ	ANGELITA GENOVEVA	
36	602271124	VASCO VASCO	JORGE ANTONIO	
37	602119885	VILLACRES SAMPEDRO	JHON EDUARDO	