

El siguiente formato tiene como objetivo que el profesor disponga los datos y a manera de **Infografía** la estrategia evaluativa **ESTUDIO DE CASO** en el marco de una FORMACIÓN POR COMPETENCIAS y **particularizado en el programa académico al cual pertenece el profesor, es decir con un caso/problema real a resolver mediante esta estrategia**. Dicha **infografía** deberá contemplar el paso a paso particularizado, teniendo en cuenta, o ampliando, los pasos que se muestran como ejemplo en el mapa conceptual de como se hace un estudio de caso, y que se está al final de este documento.

### 1-Presentación de la Ficha Técnica por el profesor seleccionado

 <b>FICHA TÉCNICA</b> <b>TECNICA INFOGRAFIA ESTUDIO DE CASO</b> 	
<b>Programa Académico donde se aplica el estudio de caso</b>	Diseño Crossmedia
<b>Campus que origina la infografía</b>	Pereira/ Cartago
<b>Comité Líder Rizoma (si aplica)</b>	Johan Sebastián Cardona Ramírez
<b>Autor(s):</b> Nombres completos: Correo electrónico ID del profesor Sede Programa académico	Johan Sebastián Cardona Ramírez <a href="mailto:Johan.cardonar@ucc.edu.co">Johan.cardonar@ucc.edu.co</a> 022673 Pereira Pensamiento Sistémico
<b>Definición de Estudio de Caso</b>	Autores como Yin (1989) enfatizan la contextualización del objeto de investigación, al entender que un estudio de caso es una investigación empírica dirigida a investigar un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto real por la imposibilidad de separar a las variables de estudio de su contexto.
<b>Objetivo específico de la implementación del estudio de caso</b>	Fortalecer la comprensión de los conocimientos teóricos, or medio de un ejercicio práctico contextualizado, que vincule los conceptos claves del arquetipo de Carl Jung y el desarrollo de Marca.
<b>¿Porque cree es importante esta estrategia para evaluar la competencia completa?</b>	Permite reconocer como profesores la capacidad de los estudiantes para aplicar los conocimientos teóricos en situaciones reales.
<b>Describa como aplica al final la evaluación de la competencia completa bajo esta estrategia (como evalúa el SER, el SABER y el HACER)</b>	Se inicia desde el concepto del Ser, pidiendo a los estudiantes que se identifiquen dentro de uno de los arquetipos de las sombras planteado por Carl Jung,



	<p>una vez indaga y redactan sus respuestas a esa provocación, deberán conectar su nueva perspectiva a una situación real. Ahora desde el concepto del Saber exploraran marcas vigentes de la ciudad, como lo plantea Yin, ellos deben comprender la teoría desde la integración de su realidad, por esto ellos realizan un ejercicio de comparar y contrastar los elementos del diseño y el arquetipo de las sombras, entre una de las marcas vigentes de la región. Por último desde el Hacer, unificaran las dos dimensiones anteriores, demostrando comprensión del uso de los arquetipos y el impacto de la marca, deberán reimaginar la marca aplicando un nuevo arquetipo dirigido a una nueva audiencia.</p>
<p><b>Con cuantos estudiantes lo aplica (generalmente el estudio de caso se hace de manera grupal)</b></p>	<p>Se pueden realizar en grupo de 2 0 3 personas.</p>
<p><b>Bibliografía sobre esta estrategia</b></p>	<p><a href="https://www.ugr.es/~pwlac/G28_14Carmen_Alvarez-JoseLuis_SanFabian.html#:~:text=Autores%20como%20Yin%20(1989)%20enfatan,de%20estudio%20de%20su%20contexto.">https://www.ugr.es/~pwlac/G28_14Carmen_Alvarez-JoseLuis_SanFabian.html#:~:text=Autores%20como%20Yin%20(1989)%20enfatan,de%20estudio%20de%20su%20contexto.</a></p> <p><a href="https://www.makinglovemarks.es/blog/arquetipos-de-personalidad-de-marca/">https://www.makinglovemarks.es/blog/arquetipos-de-personalidad-de-marca/</a></p> <p><a href="https://es.linkedin.com/pulse/los-arquetipos-jung-en-el-marketing-pol%C3%ADtico-villegas-jaramillo">https://es.linkedin.com/pulse/los-arquetipos-jung-en-el-marketing-pol%C3%ADtico-villegas-jaramillo</a></p> <p><a href="https://revistaempresarial.com/empresas/marcas-basadas-en-la-experiencia/">https://revistaempresarial.com/empresas/marcas-basadas-en-la-experiencia/</a></p> <p><a href="https://www.scielo.sa.cr/pdf/kan/v40n2/2215-2636-kan-40-02-00171.pdf">https://www.scielo.sa.cr/pdf/kan/v40n2/2215-2636-kan-40-02-00171.pdf</a></p>

Mapa Conceptual general sobre como se desarrolla el estudio de caso, despliega todas las posibilidades para su desarrollo.



Enlace del recurso: <https://view.genial.ly/64e643204750f10019b8e2a8/interactive-content-lista-velocista>