****

**Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión**

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

Escuela Académico Profesional de Trabajo Social

Sílabo

1. **DATOS GENERALES:**

1.1 Asignatura : **ENFOQUES DE POBREZA Y TRABAJO SOCIAL**

1.2 Escuela : Trabajo Social

1.3 Departamento : Ciencias Sociales

1.4 Ciclo de Estudios : VII Ciclo

1.5 Créditos : 03

1.6 Plan de Estudios : 05

1.7 Condición : Obligatorio

1.8 Horas Semanales : T-04 , 02HT,02HP

1.9 Pre-requisito : No Tiene

1.10 Semestre Académico : 2017-I

1.11 Docente : Lic. Gladys Magdalena Aguinaga Mendoza

1.12 Colegiatura : CTSP 8219-RIII

1.13 Correo Electrónico : gladysmagdalena@hotmail.com

1. **SUMILLA: ( de acuerdo al plan de estudios actual)**

Pobreza: Concepto, tipos y clases – importante de su estudio, globalización pobreza y neoliberalismo en el contexto mundial y latinoamericano. Pobreza y focalización Concepto y mecanismo. Mapas de pobreza a nivel mundial, nacional y regional. Pobreza y métodos de medición de la pobreza. Pobreza y programas sociales de lucha contra la pobreza en el país y en el mundo, sector público y privado.

Evaluación y calificación social de las familias de un sector y aplicación de estrategias, bajo la supervisión de un docente ubicado en una comunidad.

1. **METODOLOGIA DE ENSEÑANZA**

**OBJETIVOS:**

Evalúa, la situación de pobreza de las familias de un sector de intervención profesional, a partir de la aplicación de métodos oficiales de medición de pobreza, EJECUTANDO estrategias de lucha contra este fenómeno en hogares con pobreza y pobreza extrema, usuarios de los programas sociales, para apreciar la importancia de la intervención profesional con grupos pobres.

1. **ESTRATEGIAS METODOLOGICAS**

Las clases teóricas.- conferencias se desarrollaran bajo responsabilidad de la docente y la participación activa de los estudiantes, cuya duración será de 14 semanas, distribuidas en 14 temas y 2 semanas de evaluación. En la parte práctica, se aplicara una metodología activa donde los estudiantes identificaran tipos de pobreza de las familias de un sector poblacional en base a la metodología de medición de pobreza aprendida e implementaran estrategias en base a las políticas sociales existentes para grupos pobres.

1. **MEDIOS Y MATERIALES:**

Medios; Equipo multimedia, Computadora, Televisor y DVD

Materiales; Textos y Separatas, Videos, Fichas y documentos.

 METODOLOGIA DE EVALUACION:

Reglamento académico general R.CUN° 0105.2015.CUUNJFSC DEL 01/03/2015 Art.121.Asitencia de clases obligatorio más del 30% inasistencia justificada desaprobara la asignatura.

Art.130 calificación de carácter cuantitativo decimal, escala 0 a 20 nota promocional a favor del alumno.

Art. 127 inciso a- dos evaluaciones parciales 3 ra. Semana y semana 16 y trabajos aplicativos a mitad y final del periodo.

1. **CONTENIDO DE LA ASIGNATURA:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Unidad temática** | **Objetivos específicos** | **Contenidos analíticos** | **N° SEMANAS** |
| **I****REVISION TEORICA DE LAS TENDENCIAS Y ENFOQUES ACTUALES** | Relacionar las tendencias sociales del siglo XXI y su asociación con la pobreza en el mundo, América Latina y Perú | * 1. Introducción al curso Pobreza y en el contexto globalización video. Klisberg y los mitos de la pobreza
 | 1ra. semana2da semana3ra semana |
| 1.2 Enfoques de Pobreza concepto características y su relación con la profesión. Video de Klisberg, desigualdad Social |
| Pobreza y el primer objetivo del desarrollo sostenible, informe de la PNUD. Visita a instituciones que a asisten a población pobres |
| **II****POBREZA FOCALIZACION PROGRAMAS SOCIALES DE LUCHA CONTRA LA POBREZA** | Fundamentar la implementación de programas sociales y estrategias de lucha contra la pobreza en grupos vulnerables | 2.1 Políticas sociales2.2 Políticas de empleo y Programa nacionales con población pobres y T.S. 2.3 Políticas educativa y programas nacionales con poblaciones pobres y T.S2.4 Política de salud y programas nacionales de infraestructura y vivienda y trabajo social  | 5ta semana6ta. Semana7ta. Semana8va. semana |
| EVALUACION PARCIAL  |
| **III****ANÁLISIS DE LAS METODOLOGÍAS DE MEDICIÓN DE POBREZA** | Identificar los problema, necesidades y demandas los sujetos sociales a partir de la aplicación de metodologías de medición de pobreza. | 3.1 Metodologías de medición de la pobreza a nivel latinoamericano y nacional.ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO CON GRUPOS POBRES  | 9na semana10ma semana11ava semana |
| 3.2 Método de Línea de Pobreza. Cuadro comparativo de ventajas y desventajas Casos prácticos. |
| 3.3 Método de Necesidades Básicas insatisfechas y método integrado. Cuadro comparativo de ventajas y desventajas. Casos prácticos. |
| 3.4. Método de Pobreza Multidimensional. Casos Prácticos.REVISIÓN DIAGNOSTICO SOCIO-FAMILIAR DE HOGARES CON POBREZA. |
| 3.5. APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS EN HOGARES CON POBREZA SELECCIONADO.  |
| **IV****INTERVENCIÓN PROFESIONAL Y ESTRATEGIAS APLICADAS A UN SECTOR POBLACIONAL** | Evaluar la situación socio familiar de los hogares de las poblaciones pobres y con extrema pobreza, sustentando las estrategias implementadas por el trabajador social en un sector poblacional.  | 4.1 Trabajo social y Focalización: concepto, ventajas y desventajas, mecanismos y proceso de calificación SISFOH. | 12ava semana13ava semana14ava semana15ava semana17ava semana |
| 4.2 Exposición de trabajos grupales en hogares con pobreza, y la implementación de una estrategia de lucha contra la pobreza de acuerdo a las políticas sociales tratadas.  |
| **EVALUACIÓN FINAL**  |
| **SEGUNDA EVALUACION Y PUBLICACION DE RESULTADOS** |

3.3 Medios y materiales:

 Equipos: LPATOP; V; USB; DATA:

 Materiales: Videos, papelotes, plumones, separatas

**IV. EVALUACIÓN**

El sistema de evaluación comprende: dos exámenes parciales (primero en la octava semana de iniciadas las clases y el segundo en la semana dieciséis), además se considera los trabajos académicos aplicativos a la mitad y al finalizar el periodo lectivo. El sistema de evaluación es integral, permanente, cualitativo y cuantitativo, (vigesimal) de 00 a 20, nota aprobatoria mínima 11 once. De conformidad con el cap. X art. 127 del actual Reglamento Académico, el promedio simple de:

1. Evaluación escrita (con un decimal sin redondeo
2. Evaluación oral (con un decimal sin redondeo)
3. Trabajo académico

$$PF= \frac{P1+P2}{2}$$

El promedio final se hará calculando:

Los promedios P1 y P2, serán anotados con un decimal sin redondeo.

1. **BIBLIOGRAFÍA.**
2. Chomsky, N. (2004) Nueva Hegemonia Mundial: Alternativas de Cmabio y Movimientos Sociales. Bueños Aires. Clacso.
3. Lillo Herranz/Rossello, E. (2001) manual para el trabajo social Comunitario. Editorial Narcea, SA. Ediciones Madrid. España.
4. Mingo, G. (2006). Pobreza Urbana: Discursos y sujetos. Lima Espacio:
5. National Institute. For Social Work (2000) Trabajo Social su papel y cometidos. Ed. Narcea S.A. España.
6. Vasquez, E. (2012) Inversion Social: INDICADORES; BASES DE DATOS E INICIATIVAS: UNIVERSIDAD DEL PACIFICO PP:
7. Verdera, F. (S/F) enfoques sobre la pobreza consultado en: <http://bibliotecavirtual:clacso:org:ar/ar/libros/coedicion/verdera/02enfoque.pdf>
8. Vakis, R. Rigolini, J. &Lucchetti, L. (2015) Los olvidados: Pobreza crónica en Amewrica latina y caribe. Recuperado en:

<http://www.worldbank.org/conten/dam/worldbank/document/LAC/pobreza_cronica_overview.pdf>.

1. El PNUD en el Peru, consultado en: htt://www.pe.undp.or/content/peru/es/home/post-2015/sdg-overview.html.
2. Sistema de Focalizacion de Hogares. Consultadoen: <http://www.sisfoh.gob.pe/>
3. <http://www.bancomundial.or/es/topic/poverty/overview#1>
4. <http://www.undp.org/content/und/es/home/mdgoverview/>

 Huacho, 2017

 Lic. Gladys M. Aguinaga Mendoza

  **Docente**

**PROGRAMACIÓN: UNIDADES DE FORMACIÓN MARKETING**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nº** | **NOMBRE DE LA UNIDAD** | **CRONOGRAMA** | **FECHA** | **COMPETENCIAS Y CAPACIDADES ESPECÍFICAS** | **CONTENIDO TEMÁTICO** | **CÓDIGO DE COMPETENCIA** | **CÓDIGO** **DE BIBLIOGRAFÍA** |
| **Semanas** | **Sesiones** | **C** | **P** | **A** |
| **1** | **ASPECTOS GENERALES DEL MARKETING Y MERCADOS OBJETIVOS** | **1** | **01** | 01-04-14 | CONCEPTUAR Y ENTENDER LA IMPORTANCIA DEL MARKETING, ASÍ COMO CONOCER LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN LA CONDUCTA DE LOS CONSUMIDORES | Desarrollo histórico. Concepto. Evolución. El mercado. | X |  |  | 6-19 |
| **02** |  |
| **2** | **03** |  | Marketing mix. Entorno del sistema de marketing. Organización del sistema. |  | X |  | 6-19 |
| **04** |  |
| **3** | **05** |  | Mercados objetivo. Segmentación de mercados. Mercado de consumidores. |  | X |  | 4-6-13 |
| **06** |  |
| **4** | **07** | PRACTICA CALIFICADA | Comportamiento de compra. Decisión de compra, factores que influyen en el comportamiento. |  | X |  | 6 |
| **08** |  |
| **2** | **PRODUCTO Y PRECIO** | **5** | **09** |  | DEBEMOS SABER SELECCIONAR ESTRATEGIAS DE ACUERDO AL CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO.Conocer la importancia del precio como instrumento competitivo. | El producto. Clasificación de productos. Ciclo de vida del producto. | X |  |  | 14-19 |
| **10** |  |
| **6** | **11** | EXPOSICION | Mezcla y línea de productos. Innovación y desarrollo. | X |  |  | 10-19 |
| **12** |  |
| **7** | **13** |  | Presentación del producto. Marca, envase, etiqueta. | X |  |  | 2-10 |
| **14** |  |
| **8** | **15** | **EV. PARCIAL** | El precio. Condicionantes. Métodos, estrategias. Métodos para fijar precios. |  | X |  | 10-8 |
| **16** |  |
| **3** | **DISTRIBUCIÓN** | **9** | **17** |  | CONOCER LAS ESTRATEGIAS PARA DISTRIBUIR PRODUCTOS Y RECONOCER LA IMPORTANCIA DE LOS INTERMEDIARIOS EN LA EMPRESA Y SOCIEDAD. | Concepto. Canales de distribución, clasificación. | X |  |  | 19-17 |
| **18** |  |
| **10** | **19** |  | Estrategias de distribución. |  | X |  | 1-2-19 |
| **20** |  |
| **11** | **21** |  | El intermediario. Funciones. |  | X |  | 5-2-9 |
| **22** |  |
| **12** | **23** | PRACTICA CALIFICADA | El mayorista. El minorista. Clasificación. | X |  |  | 9-6-1 |
| **24** |  |
| **4** | **PROMOCIÓN** | **13** | **25** | **VIAJE DE ESTUDIOS** | DEFINIR LA IMPORTANCIA DELA MEZCLA PROMOCIONAL Y SUS 5 MÉTODOS PROMOCIONALES | La promoción. Objetivos. Condicionantes. Métodos promocionales. | X |  |  | 14-16 |
| **26** |  |
| **14** | **27** |  | La venta personal. Funciones. Características. |  | X |  | 18-19 |
| **28** |  |
| **15** | **29** |  | La publicidad. Características. Clasificación. |  | X |  | 18-19 |
| **30** |  |
| **16** | **31** |  | La promoción de ventas. Propaganda. Relaciones públicas. Merchandising. |  |  |  | 18-19 |
| **32** |  |
| **17** | **33** | **EV. FINAL** | EVALUACIÓN FINAL |  |  |  |  |