

ENCUADRE / PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA¹
CICLO ESCOLAR FEBRERO-JUNIO 2022
LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA
GRUPO M

1. Datos de identificación de la asignatura

Nombre de la asignatura					MERCADOTECNIA				Clave de la asignatura	
Área de formación	Docencia frente a grupo según SATCA				Trabajo de Campo Supervisado según SATCA				Carácter de la asignatura	
	HCS	HPS	TH	C	HTCS	TH	C	TC	Obligatoria (X)	Optativa ()
General	2	2	4	4						
Seriación implícita					Seriación explícita					
X					X					
Asignaturas antecedentes					Asignaturas subsecuentes					
NINGUNA					INVESTIGACIÓN DE MERCADOS					

¹ Formato adaptado solo para proceso educativo durante el ciclo 2020-02 por la Dra. Minerva Camacho Javier; tomado del curso "Planeación didáctica para el aprendizaje B-Learning en aula virtual UJAT (Microsoft Teams)" del 25 al 28 de agosto de 2020 de la División Académica de Educación y Artes (DAEA-UJAT).



2. Datos del Profesor.

Nombre del profesor (a):		DEYANIRA CAMACHO JAVIER	
División Académica:		DACEA	
Programa Educativo:		MERCADOTECNIA	
Período	Ciclo 01-2022	Grupo Horario	2M Martes y Jueves de 11 a 13 horas
Formación Académica	Doctora en Educación, Master en Psicoterapia Gestalt, Master en Programación Neurolingüística, Master en Tecnología de la Educación, Especialista en: Inteligencias Múltiples, Mindfulness, Desarrollo Humano, Tutorías, Neurosicoeducación, Neuroliderazgo, Neurodidáctica, Bidescodificación, Docente de Educación Primaria.		
Experiencia Docente	Docente de Educación Básica jubilada. Gestora en Administración Educativa 16 años. Docente de Educación Superior: Licenciatura, Maestría y Doctorado: 28 años. Psicoterapeuta con Clínica: 16 años. Tallerista, Instructora, Conferencista, Empresaria: 22 años.		





3. Datos generales de la asignatura

Bienvenida al estudiante	
Es grato darte la bienvenida en este nuevo ciclo de tu educación profesional. Disponte a disfrutar de aprender junto con un grupo de personas que buscan metas similares a las tuyas. Sé que realizarás tu máximo esfuerzo en todas las actividades que conformarán esta maravillosa aventura de aprendizaje. En este documento encontrarás toda aquella información que requieres para el inicio y desarrollo de tus clases. Visita el sitio web de tu docente en https://deyaniracj.wixsite.com/ciclos	
Propósito de la asignatura	
La asignatura de Mercadotecnia tiene como propósito identificar las funciones de la mercadotecnia, su medio ambiente y los componentes de la mezcla de mercadotecnia.	
Conocimientos Previos	
Conocimientos generales sobre la administración, economía y contabilidad, de acuerdo con su avance curricular en el área de formación general: Conocimientos de Mercadotecnia.	
Competencias	
Genéricas	Específicas
Instrumentales: ▪ Gestión de Proyectos ▪ Manejo de las TIC Interpersonales: ▪ Capacidad de trabajar en equipos interdisciplinarios. Sistémicas: ✓ Compromiso por la visión mercadológica	Diseñar planes integrales de marketing para posicionar a las organizaciones en el mercado considerando las fuerzas competitivas del entorno y el uso intensivo de las TIC.



Unidades

UNIDAD I	UNIDAD II	UNIDAD III
GENERALIDADES DE LA MERCADOTECNIA	MEDIO AMBIENTE DE LA MERCADOTECNIA	MEZCLA DE LA MERCADOTECNIA
1.1. Concepto de la mercadotecnia. 1.2. Antecedentes de la mercadotecnia. 1.3. Objetivos de la mercadotecnia. 1.4. Funciones de la Mercadotecnia. 1.5 Aplicaciones y tipos de Mercadotecnia.	2.1 El Microambiente de la compañía. 2.1.1. La compañía. 2.1.2. Proveedores. 2.1.3. Intermediarios de mercadotecnia. 2.1.4. Clientes. 2.1.5. Competidores. 2.1.6. Públicos. 2.2 El Macroambiente de la compañía. 2.2.1. Ambiente demográfico. 2.2.2. Ambiente económico. 2.2.3. Ambiente natural. 2.2.4. Ambiente tecnológico. 2.2.5. Ambiente político. 2.6. Ambiente cultural.	1. Mezcla de mercadotecnia y sus variables. 2. Estrategia de producto: Planeación y desarrollo de producto: Estrategias de mezcla de producto; Marca, empaque y etiqueta. 3. Estrategia de precio. 4. Estrategias de Canales de distribución. 5. Estrategias de promoción.

4. Metodología de Trabajo

Presencial	En línea
Bajo el entorno presencial alternado el espacio fungirá sólo para asesorías de índole tutorial y/o de enriquecimiento actitudinal. Estas serán programadas y llevadas a cabo dentro de los horarios programados en la asignatura y en el espacio asignado para el grupo. Si llegara a existir foco rojo por la pandemia que aqueja en todo el mundo, estas serán suspendidas y todas pasarían a la plataforma virtual.	Las actividades de tareas se presentan en la planeación de la materia, subida a la plataforma, asimismo deberán ser desarrolladas con antelación y subidas en la ASIGNACIÓN DE TAREAS de Microsoft TEAMS. Es muy importante realizar las actividades previamente, para que la asistencia a la clase presencial, sea fructífera con la asesoría correspondiente que ayude a despejar dudas y aclaraciones. Con esto se fomenta el trabajo autónomo y auto-responsable. Equilibrando con ello la retroalimentación temática.
	En cuanto a entrega de evidencias, consulta, revisiones, entre otros, serán llevadas a cabo en su totalidad en el entorno virtual de forma asincrónica. Por ejemplo:
	✓ Para consulta y/o descarga de archivos como formatos, evaluaciones, etc., estos serán investigados y consultados en el sitio

MARTES	JUEVES
2º.M	
Desde ARIAS DE LA CRUZ KARELI ESTRELLA Hasta MARTÍNEZ LEÓN ZAIRA ABRIL	Desde MARTÍNEZ PRIEGO VANESSA DEL CARMEN Hasta VIDAL SÁNCHEZ ADDY LIZBETH
17	18



UJAT
UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO

“ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE”



PLANEACIÓN DIDÁCTICA

del docente denominado Blog de Actuación Educativa en

<https://deyaniracj.wixsite.com/ciclos>

A este link se podrá tener acceso desde la plataforma Microsoft Teams o, simplemente, dando click sobre el enlace proporcionado. Recuerda tener abierto el internet para ingresar a la página.

✓ Nuevamente se aclara: Para subida de tareas y actividades a ser cotejadas y evaluadas, se hará en la plataforma Microsoft TEAMS en los horarios y días señalados de manera detallada en la Calendarización de actividades y secuencia didáctica.

✓ El trabajo en equipo será llevado a cabo en la plataforma Microsoft TEAMS. Si se llegara a utilizar otra se tomará evidencia de esto, para subir posteriormente éstas en el día y hora señalada por el docente.



5. Actividades de la asignatura

Actividades secuenciales en equipo:

1. MAPA MENTAL
2. INFOGRAFÍA
3. VÍDEO (PROYECTO)

Actividades transversales individuales:

1. Libreta de Apuntes: deben aparecer los aspectos más importantes tomados de las retroalimentaciones, las investigaciones de las lecturas llevadas a cabo, guiones para las evidencias que lo requieran. Se desarrolla por semana, incluye las preguntas de reflexión: Qué Pasó, Qué Sentí, Qué Aprendí.
2. Portafolio de Evidencias Virtual (PEV)
3. Autoevaluaciones: Aprender a Aprender.

Consideraciones

- ✓ Todas las actividades implican una secuencia de acciones que conllevan fechas con horario de los productos a entregar (ver calendarización), lo que significa que estas deberán realizarse en tiempo y forma. Fuera de los tiempos señalados, no serán recibidas.
- ✓ Todas las actividades serán entregadas en la plataforma de Microsoft Teams en Tareas asignadas y subidas al PEV individual.
- ✓ Para la realización de tus trabajos es importante revisar, constantemente, el espacio virtual del docente (<https://deyaniraci.wixsite.com/ciclos>) ya que en este encontrarás archivos con información para la elaboración y comprensión de las actividades a desarrollar.
- ✓ Todas las actividades a entregar deberán llevar portada con los logotipos institucionales. Ver los ejemplos proporcionados en el sitio del docente.
- ✓ Algunas evidencias que se entregarán son parte de ejercicios secuenciales y no cuentan con calificación numérica, pues se encuentran dentro de las acciones que involucran el proceso de aprendizaje; sin embargo, el conjunto de estas acciones sí será tomado en cuenta mediante una rúbrica auto-evaluativa que se aplicará al final, la cual sí posee un porcentaje de calificación. Otro punto a considerar dentro de este señalamiento, es la toma de captura de pantalla o foto (si la tarea se realiza fuera de un



entorno virtual), las cuales, se subirán como evidencia dentro de las fechas y horas señaladas a la plataforma de Microsoft TEAMS.

✓ Para la realización de las evidencias de aprendizaje se tendrán una serie de sesiones de asesorías virtuales en la Plataforma de Microsoft TEAMS. En esta, se explicará y se dará la retroalimentación temática.

✓ Todos los productos a entregar serán evaluados con rúbricas o listas de cotejo, y serán revisadas por el propio estudiante y docente. Estas evaluaciones se irán registrando en el PEV del estudiante se irán aplicando de acuerdo al avance programado en la calendarización al término de cada actividad.

6. Evaluación de la asignatura por competencias

Evidencias de aprendizaje	Ponderación		Formato evaluativo
Equipo	%	puntaje	
1. MAPA MENTAL	10	1.0	Lista de Cotejo
2. INFOGRAFÍA	15	1.5	Lista de Cotejo
3. VÍDEO	20	2.0	Lista de Cotejo
Individuales	%	puntaje	
4. Apuntes de la Asignatura	25	2.5	Rúbrica
5. Portafolio de Evidencias Virtual (PEV)	30	3.0	Rúbrica
Porcentaje total	Σ 100%	Σ 10	



Consideraciones:

1. Las evidencias de aprendizaje serán evaluadas considerando el porcentaje señalado en la tabla anterior. La evaluación formativa comprende el total de cada una de las evidencias desarrolladas durante el ciclo. La evaluación sumativa comprende el total de la suma (Σ) de todas las evidencias de aprendizaje. En la tabla, se muestra la ponderación numérica de cada evidencia en porcentaje y lo equivalente en puntos.
2. Las actividades serán valoradas durante la etapa formativa coincidiendo con los parciales señalados en el calendario institucional. Las actividades solicitadas en equipo se desarrollan en el segundo período de los parciales y las actividades individuales son terminadas y entregadas en el período del tercer parcial. Finalizando el ciclo con una retroalimentación grupal.
3. No hay examen ordinario en el trabajo por competencias. Es en la fecha de ordinario que se entregará el porcentaje o puntaje total alcanzado. Un porcentaje por debajo del 60%, se considera reprobado. Sin embargo, se tiene derecho a extraordinario.
4. El porcentaje máximo por alcanzar en extraordinario es del 70%. Este consistirá en tener corregido y completo su PEV, acorde a lo solicitado por el docente, y responder un cuestionario de conocimiento en línea en la plataforma de Microsoft Teams. Este será aperturado en la fecha y hora asignada para el mismo.
5. No se tendrá derecho al extraordinario si:
 - a) durante todo el curso se presentó menos de 3 veces a las asesorías y retroalimentaciones;
 - b) no presentó evidencia de tareas ni actividades individuales en tiempo y forma;
 - c) fue reportado por el equipo por baja o nula participación en el desarrollo de actividades y;
 - d) por tener incompleto o vacío su PEV, sin la estructura y sin las consideraciones indicadas por el docente.

Formas de comunicación

Videoconferencias 	• Se llevan a cabo en las fechas y horarios asignados a la asignatura por la Coordinación de Docencia. Estas serán aperturadas en la plataforma Microsoft Teams. • Condiciones de actuación: Durante la explicación de un tema, se solicita que se mantengan los micros en silencio y las cámaras apagadas. Sólo hasta que el docente indique el momento de participación, este dará apertura para que se habrán los micros y la cámara. También se recuerda la importancia de tomar nota durante las mismas y hacer preguntas en el espacio destinado dentro de la videoconferencia.
Email 	• Este sólo será usado entre el equipo de trabajo, si así lo acuerdan. Para <u>comunicación con el docente sólo será a través de la plataforma de Microsoft Teams en el canal General.</u>
Redes Sociales 	• El whatsapp será utilizado sólo para comunicación docente-estudiante (jefe de grupo y/o representante de quipo) cuando no se pueda conectar vía plataforma y en los horarios y días indicados por el docente
Extensión telefónica 	• No aplica.
Celular 	• Llamadas por celular sólo podrán hacerse en casos extraordinarios y bajo la consideración y acuerdo con el docente. • Las llamadas sí pueden llevarse a cabo a través de la plataforma de Microsoft Teams en los horarios y fechas acordadas con el docente.



NOMBRE DE LA UNIDAD I

Generalidades de la mercadotecnia

CONTENIDOS CONCEPTUALES

- 1.1. Concepto de la mercadotecnia.
- 1.2. Antecedentes de la mercadotecnia.
- 1.3. Objetivos de la mercadotecnia.
- 1.4. Funciones de la Mercadotecnia.
- 1.5 Aplicaciones y tipos de Mercadotecnia.

CONTENIDOS PROCEDIMENTALES

- Compara y reflexiona sobre las diferentes manifestaciones de la mercadotecnia a través de la historia.
- Investiga las diferentes definiciones de mercadotecnia de diversos autores.
- Compara y analiza la diversidad de definiciones conceptos, teorías y principios fundamentales de mercadotecnia.
- Discute con el equipo para la elaboración de las evidencias de aprendizaje.

CONTENIDOS ACTITUDINALES

- Investiga y lleva a cabo apuntes individuales.
- Se integra y es proactivo en el trabajo en equipo para elaborar las actividades solicitadas.
- Utiliza la tecnología para diseñar, comunicar e interactuar.
- Participa de manera activa y respetuosa en plenarias con evidencias de lecturas previas de los temas y manejo conceptual básico.
- Reflexiona manteniendo la escucha activa en la interacción con los demás.



NOMBRE DE LA UNIDAD II

Medio ambiente de la mercadotecnia

CONTENIDOS CONCEPTUALES

2.1 El Microambiente de la compañía.

2.1.1. La compañía.

2.1.2. Proveedores.

2.1.3. Intermediarios de mercadotecnia.

2.1.4. Clientes.

2.1.5. Competidores.

2.1.6. Públicos.

2.2 El Macroambiente de la compañía.

2.2.1. Ambiente demográfico.

2.2.2. Ambiente económico.

2.2.3. Ambiente natural.

2.2.4. Ambiente tecnológico.

2.2.5. Ambiente político.

2.2.6. Ambiente cultural.

CONTENIDOS PROCEDIMENTALES

- Conoce y analiza los ambientes internos y externos en los que se desarrolla la mercadotecnia y como afectan a las organizaciones.
- Investiga e identifica cuáles son las características de cada uno de los tipos de mercados y su comportamiento.
- Identifica las variables del microambiente y macro ambiente de la empresa.
- Analiza la relación entre el Microambiente y el Macro ambiente.

CONTENIDOS ACTITUDINALES

- Desarrolla esquemas para la comprensión de los temas.
- Es proactivo en su aprendizaje.
- Utiliza la tecnología para diseñar, comunicar e interactuar.
- Participa de manera activa y respetuosa en plenarios con evidencias de lecturas previas de los temas y manejo conceptual básico.
- Mantiene escucha activa en la interacción con los demás.
- Se integra y es proactivo en el trabajo en equipo para elaborar las actividades solicitadas



NOMBRE DE LA UNIDAD III	
Mezcla de Mercadotecnia	
CONTENIDOS CONCEPTUALES	
3.1. Mezcla de mercadotecnia y sus variables. 3.2. Estrategia de producto: Planeación y desarrollo de producto; Estrategias de mezcla de producto; Marca, empaque y etiqueta. 3.3. Estrategia de precio. 3.4. Estrategias de Canales de distribución. 3.5. Estrategias de promoción	
CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	CONTENIDOS ACTITUDINALES
• Conoce y analiza las variables de la mezcla de mercadotecnia y propone aplicaciones para los diversos mercados. • Conoce el significado, clasificación e importancia del producto, así como el proceso de desarrollo de un nuevo producto. • Conoce las estrategias de la mezcla de productos. • Conoce y analiza las características de la marca. • Comprende la naturaleza e importancia del empaque y la etiqueta. • Conoce el significado de precio, importancia y objetivos de la determinación de precio. • Conoce la mezcla e importancia de los intermediarios y los canales de distribución. • Conoce el desarrollo de una mezcla publicitaria y promocional.	• Investiga y lleva a cabo tareas individuales. • Desarrolla esquemas para la comprensión de los temas. • Es proactivo en su aprendizaje. • Utiliza la tecnología para diseñar, comunicar e interactuar. • Participa de manera activa y respetuosa en plenarias con evidencias de lecturas previas de los temas y manejo conceptual básico. • Mantiene escucha activa en la interacción con los demás. • Se integra y es proactivo en el trabajo en equipo para elaborar las actividades solicitadas

SECUENCIAS DIDÁCTICAS

ACTIVIDAD	CONSIDERACIONES PARA EL ESTUDIANTE
ACTIVIDAD: Encuadre, Asesorías y desarrollo temático. Las actividades de escucha y atención activa, tales como: ▪ Asesoría, ▪ explicación temática, y ▪ reflexión grupal. Se llevarán a cabo en el espacio áulico, en los días y horarios asignados para la materia.	• El estudiante deberá asistir puntualmente a las actividades áulicas en los horarios asignados a la asignatura. • En relación con el punto anterior, el estudiante tendrá un máximo de 15 min. para poder ingresar al espacio áulico. Si llegara a darse en plataforma virtual, se procura estar desde el inicio de la videoconferencia evitando ingresos tardíos y respetando las reglas de ingreso a la misma como: mantener micro cerrado sin cámara abierta mientras se explica. Al término de la intervención docente, el estudiante podrá participar alzando la mano o escribiendo sus preguntas en el chat de participación. El docente moderará estas participaciones para llevar un orden y control de las mismas. • El estudiante deberá tener su cuaderno de apuntes o Lap Top para la toma de notas. • El estudiante deberá acudir con lectura previa de los temas a ver, para poder participar y preguntar sobre dudas ante el mismo. • Los celulares podrían usarse en algunas de estas actividades, por lo que se sugiere: colocarlo en silencio, llevarlo cargado, se mantendrán guardados, a menos que el docente indique el uso de estos para alguna actividad donde se necesita.
Evaluación	No aplica



ACTIVIDADES SECUENCIALES EN EQUIPO

Nombre de la Actividad y/o Tarea: MAPA MENTAL UNIDAD I	
Fecha de entrega	VIERNES 25 DE MARZO
Tema / Contenido Conceptual	GENERALIDADES DE LA MERCADOTECNIA: ANTECEDENTES Y EVOLUCIÓN 1.1. Concepto de la mercadotecnia. 1.2. Antecedentes de la mercadotecnia. 1.3. Objetivos de la mercadotecnia. 1.4. Funciones de la Mercadotecnia. 1.5 Aplicaciones y tipos de Mercadotecnia.
Introducción al tema o Clase	Se considera a la mercadotecnia como un proceso de ajuste entre la oferta y la demanda, a través de actividades mercantiles o comerciales, que realizan un proceso de intercambio de la propiedad, como un fenómeno comercial, como un proceso económico, como una función integrada en la formulación de políticas empresariales. La idea central de la mercadotecnia es que se trata de un proceso de intercambio, debido a que no ocurren a menos que haya dos o más partes involucradas, cada una debe de tener algo que intercambiar y ser capaces de establecer comunicación y hacer llegar el bien hasta el cliente. La evolución del marketing (según Philip Kotler, padre del marketing moderno) ha sido clara: ha pasado de centrarse en la producción a enfocarse en el cliente. Pero no en grupos o targets, la tendencia marca que gracias a las nuevas tecnologías nos dirigimos a un marketing de la persona. Las empresas se enfrentan al reto de ofrecer experiencias 100% personalizadas. Como ves, el objetivo del marketing del siglo XXI es el mismo que el de cuando se empezaba a comerciar: vender más. Otra cuestión distinta es la estrategia que usaban. Te invito a que investigues más y conozcas las etapas por las que pasó la mercadotecnia hasta nuestros días. QUÉ ES LA MERCADOTECNIA https://youtu.be/KONVP8zy4IY



ANTECEDENTES DE LA MERCADOTECNIA EN MÉXICO Y EL MUNDO

<https://youtu.be/K2bLpmUvAu8>

HISTORIA DEL MERCADEO

<https://youtu.be/q7Zyv9qkf3M>

ORIGEN Y EVOLUCIÓN DEL MARKETING

<https://youtu.be/iNjhxRgztX4>

EL MARKETIG DEL FUTURO- MARKETING 4.0

<https://youtu.be/bvolFPgZ66E>



Secuencia didáctica

✓ El equipo se organiza estableciendo los roles que cada integrante tendrá para la elaboración de la evidencia. Se utiliza el formato de minuta para dejar asentado la distribución y asignación de actividades. Esto se subirá como evidencia, de manera individual, a las plataformas de Microsoft Teams y al PEV de cada integrante.

✓ Se busca que estos roles cambien cada semana, para que todos los integrantes aprendan sobre cada actividad a realizar



	✓ Los integrantes utilizarán los formatos de reporte de lectura y video para la investigación documental. ✓ El mapa mental tiene como fin contribuir al proyecto final, para ello se sugiere ver el siguiente video: MPA MENTAL ¿QUÉ ES?, ¿PARA QUÉ SIRVE? Y ¿CÓMO SE HACE? https://youtu.be/L5LLjFnjXco ✓ Consideraciones de desarrollo. La aparición de los conceptos o términos en el mapa MENTAL deberán ser en base a los puntos que conforman la primera unidad. ✓ El Mapa Mental será redactado de acuerdo a los lineamientos del APA. Para ello se consulta el portal del docente https://deyaniraci.wixsite.com/ciclos/documentos-comunes ✓ El Mapa Mental se elabora en formato PP o en CANVA. Después de terminado se convierte a PDF. ✓ Se debe revisar la lista de cotejo con la que será evaluada la evidencia, para que se tomen en cuenta los criterios que debe cumplir en su elaboración. ✓ El Mapa Mental se subirá de manera individual tanto a Tareas de Microsoft Teams como a su PEV en la fecha señalada.
Evidencia de aprendizaje	El MAPA MENTAL es un diagrama que representa conceptos relacionados a partir de un tema principal o palabra clave. El tema principal se ubica al centro y se expande en todas direcciones con los conceptos relacionados.

PLANEACIÓN DIDÁCTICA



Evaluación	LISTA DE COTEJO
------------	-----------------

Nombre de la Actividad y/o Tarea: INFOGRAFÍA	
Fecha de entrega	VIERNES 6 DE MAYO
Tema / Contenido Conceptual	MEDIO AMBIENTE DE LA MERCADOTECNIA 2.1 El Microambiente de la compañía. 2.1.1. La compañía. 2.1.2. Proveedores. 2.1.3. Intermediarios de mercadotecnia. 2.1.4. Clientes. 2.1.5. Competidores. 2.1.6. Públicos. 2.2 El Macroambiente de la compañía. 2.2.1. Ambiente demográfico.



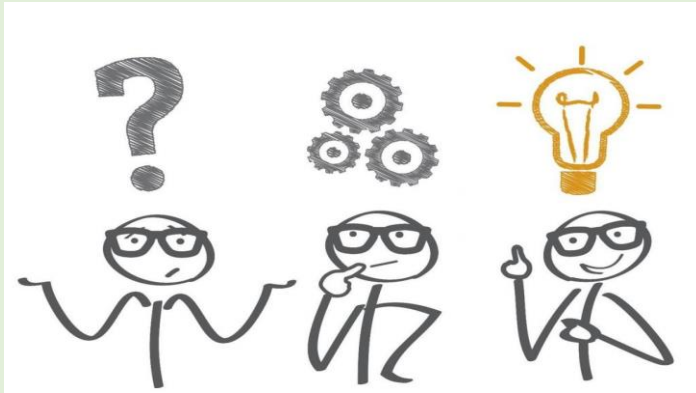
	2.2.2. Ambiente económico. 2.2.3. Ambiente natural. 2.2.4. Ambiente tecnológico. 2.2.5. Ambiente político. 2.2.6. Ambiente cultural.
Introducción al tema o Clase	El Ambiente de la Mercadotecnia consiste en las fuerzas incontrolables que rodean a la compañía. La empresa debe partir del ambiente de la mercadotecnia, para luego buscar oportunidades y detectar amenazas. El ambiente de mercadotecnia de la empresa se puede dividir en Micro-ambiente y el Macro-ambiente, también llamado Micro-Entorno y Macro-Entorno. El microentorno  El macroentorno  https://mba.americaeconomia.com/sites/mba.americaeconomia.com/files/marketing.pdf
Secuencia didáctica	✓ El equipo visualiza el video https://www.youtube.com/watch?v=lkxd0Lz6x2w antes de iniciar la elaboración de la actividad. ✓ El equipo se organiza con roles para llevar a cabo la actividad. ✓ Se investiga sobre EL MICROAMBIENTE y el MACROAMBIENTE DE LA MERCADOTECNIA.

	✓ Para la elaboración el mismo, se pueden utilizar los formatos de PP (Power Point) o plataformas gratuitas como: Venngage, Canva, entre otras. ✓ Se debe revisar la lista de cotejo que evaluará la actividad para que cumpla los criterios considerados. ✓ Se redacta cuidando la autoría de la información proporcionada en la misma (Ver APA para citación y referencias completas). ✓ Después de terminada la actividad se en el formato seleccionado, se sube a plataforma de manera individual en Tareas de Microsoft Teams para cotejo del docente y finalmente en su PEV, si se llegara a hacer en Word, se convierte a PDF.
Evidencia de aprendizaje	La infografía desarrolla la capacidad de síntesis al explicar todo el contenido en una sola visualización, consolidándose, de esta manera, el conocimiento. Incentiva a la concentración no sólo en aprender contenidos; por lo que ayuda a: pensar, imaginar y analizar en cómo vamos a organizar el contenido a fin de alcanzar los objetivos didácticos. 
Evaluación	Lista de cotejo



Nombre de la Actividad y/o Tarea: VÍDEO (PROYECTO) UNIDAD III	
Fecha de entrega	LUNES 6 DE JUNIO
Tema / Contenido Conceptual	MEZCLA DE LA MERCADOTECNIA: producto, precio, plaza y promoción 3.1. Mezcla de mercadotecnia y sus variables. 3.2. Estrategia de producto: Planeación y desarrollo de producto; Estrategias de mezcla de producto; Marca, empaque y etiqueta. 3.3. Estrategia de precio. 3.4. Estrategias de Canales de distribución. 3.5. Estrategias de promoción
Introducción al tema o Clase	Se denomina mezcla de mercadotecnia o mix comercial a las herramientas o variables de las que dispone el responsable de la mercadotecnia para cumplir con los objetivos de la compañía. Las estrategias de marketing deben incluirse en todo plan de marketing para lograr influir y cautivar al cliente. El mix de Marketing: Una herramienta para servir al cliente. https://www.redalyc.org/pdf/257/25701007.pdf



	VÍDEO EL MARKETING MIX https://youtu.be/8eiXiL4JktY
Secuencia didáctica	APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS El Aprendizaje Basado en Problemas (ABP) es una metodología de enseñanza que involucra a los alumnos de modo activo en el aprendizaje de conocimientos y habilidades a través del planteamiento de un problema o situación compleja. El esquema básico de trabajo consiste en la definición de un problema o situación por parte del docente, aunque también puede ser definido por el propio estudiante, a partir del cual se les pide a los estudiantes que, en grupos de trabajo, aborden las diferentes fases que implica el proceso de resolución del problema o situación. Para solucionarlo correctamente deben buscar, entender e integrar los conceptos básicos de la asignatura.  ✓ El equipo visualiza el video https://www.youtube.com/watch?v=CuMbD6TAK1c antes de iniciar la elaboración de la actividad. ✓ Se analiza y discute en equipo y en asesoría con el docente sobre las necesidades de conocimiento, para establecer lo que sí se sabe y lo que no se sabe y proceder al desarrollo.



	✓ El equipo se organiza con roles para llevar a cabo la actividad. ✓ Para el desarrollo y presentación del informe se revisa el siguiente video https://www.youtube.com/watch?v=IfjlHw4O7LQ ✓ La investigación del informe será desarrollado en la libreta de apuntes de cada integrante del equipo. De esa investigación documental, se elabora el guion para la realización del video. ✓ La evidencia en archivo, antes de subirse de manera individual a la plataforma y al PEV de cada uno, se convierte en PDF: Portada. Introducción, Imagen con link del video (previamente subida a youtube), conclusión y referencias. ✓ El equipo procede a elaborar una presentación en video con la siguiente estructura: Portada, resumen, desarrollo (procedimiento), resultados, conclusión, créditos o referencias. ✓ El video se titulará: LA MERCADOTECNIA EN TIEMPOS DE POSTPANDEMIA. ✓ La duración de este deberá ser entre 4 min y máximo. 6 min. ✓ Se debe revisar la lista de cotejo que evaluará la actividad de video para que cumpla los criterios considerados. ✓ Las evidencias se redactan cuidando la autoría de la información proporcionada en la misma (consultar el APA para citación y referencias completas). ✓ Después de terminada ambas actividades, se suben a plataforma de manera individual en Tareas de Microsoft Teams y en su PEV en el horario y fecha solicitado.
Evidencias de aprendizaje	Informe de investigación en Video: LA MERCADOTECNIA EN TIEMPOS DE POSTPANDEMIA.
Evaluación	LISTA DE COTEJO



ACTIVIDADES TRANSVERSALES INDIVIDUALES

Nombre de la Actividad y/o Tarea: Archivo de Apuntes	
Fecha de entrega	VIERNES 10 DE JUNIO
Tema / Contenido Conceptual	Todos los temas que comprenden la asignatura y explicaciones llevadas a cabo por el docente sobre los mismos durante la etapa formativa
Introducción al tema o Clase	La toma de notas es una técnica de estudio que consiste en resumir una información para trabajos escritos o exposiciones. Hacer buenas anotaciones facilita considerablemente el estudio y ayuda de manera decisiva en la comprensión de la materia. Tomar apuntes implica que se presta atención a lo que se explica en clase, permite ser selectivo en la información relevante, organizarla y escribirla adecuadamente para repasar y estudiar. 



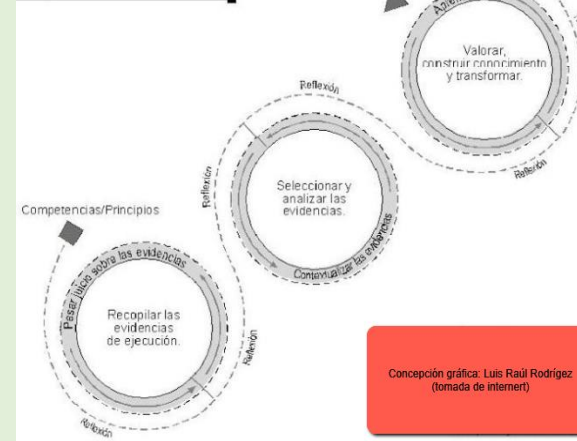
Secuencia didáctica	1. Visualiza el siguiente video antes de iniciar los apuntes https://www.youtube.com/watch?v=8sKQF7Cs0BA 2. Esta actividad se inicia desde la explicación del encuadre por parte del docente y descargando el formato que se encuentra en TEAMS. 3. Se deberá seguir el formato proporcionado del archivo descargado en Word para la elaboración del mismo. 4. Se asume que el estudiante deberá tener siempre a la mano este documento para su elaboración durante las explicaciones y asesorías otorgadas por el docente. 5. Esta actividad se finaliza en la fecha y hora indicada en el calendario de actividades y secuencias didácticas, subiéndose tanto a la plataforma como al PEV de cada uno. 6. Antes de subirse a las plataformas señaladas, se deberá convertir a PDF.
Evidencias de aprendizaje	ARCHIVO DE APUNTESMDE MERCADOTECNIA
Evaluación	RÚBRICA



Portafolio de Evidencias Virtual ²	
Fecha de entrega	MARTES 14 DE JUNIO
Tema / Contenido Conceptual	Conocimiento disciplinar adquirido y proceso de aprendizaje desarrollado durante la etapa formativa.
Introducción al tema o Clase	La importancia del PEV, es que en este se muestran las evidencias de tu labor en los cursos, fuera de los cursos y en la comunidad. Mediante el proceso reflexivo, contextualizas las evidencias para seleccionar aquellas que mejor representen tu ejecución. Se espera que el producto principal de este proceso reflexivo sea valorar tus experiencias para construir conocimiento y transformar tus prácticas educativas. Para la elaboración de tu PEV requieres recopilar, seleccionar y reflexionar acerca de tus experiencias de aprendizaje significativo con el fin de replantear y transformar tus ejecutorias.

² El término y diseño del Portafolio de Evidencias Virtual (PEV), surge de un proyecto desarrollado entre el 2018-2020 y coordinado por la Dra. Minerva Camacho Javier.

PLANEACIÓN DIDÁCTICA



<https://sites.google.com/a/upr.edu/portae/etapas-en-tu-portafolio/instrucciones/el-proceso-reflexivo>

Secuencia didáctica

1. El estudiante, desde la etapa de encuadre, aprende junto con el docente la elaboración de su PEV diseñado en la plataforma de wix (www.wix.com) . Para la realización de este y mejorar el proceso de aprendizaje se consulta la página siguiente <https://www.youtube.com/watch?v=YNHRUgnikQo>
2. El estudiante deberá proporcionar el link de su PEV después de haberse registrado en el mismo, en la fecha y hora estipulada en el calendario de actividades y secuencias didácticas.
3. El estudiante revisa el ejemplo proporcionado por el docente para la estructura del diseño de su PEV o ver más en <https://deyaniracj.wixsite.com/ciclos>



4. Después de elaborada toda la estructura del PEV, el estudiante procura subir en orden sus actividades durante las fechas indicadas, para evitar el estrés del trabajo académico.
5. Los apartados de Introducción, Reflexión sobre Mi desempeño Académico y Referencias, se llevarán a cabo como una de las últimas actividades a realizar en el PEV.
6. El estudiante autoevalúa con la rúbrica Aprender a Aprender todo su proceso de aprendizaje visualizado en su PEV y la sube como última actividad a su PEV en la fecha y hora señalada en la calendarización.

Evidencia de aprendizaje

PEV del estudiante
PORTAFOLIO DE EVIDENCIAS VIRTUAL, VER MÁS EN
<https://deyaniracj.wixsite.com/ciclos>



Evaluación

Rúbrica