

Encuadre

Asesora Dra. Minerva Camacho Javier

1. Pregunta de autoreflexión : **¿cómo te defines en esta etapa en la que te encuentras?**
2. Presentación: Portafolio de Actuación Docente.
3. Plataforma Microsoft Teams: Uso de los canales, tareas, avisos, videoconferencias, etc.
4. Explicación de la planeación didáctica: **qué se va hacer, como se va a hacer, qué resultados se obtendrán y el continuo de la evaluación.**
 - a) Contenido.
 - b) Productos en el desarrollo de las competencias transversales y disciplinares: **del PEV del estudiantes, Apuntes del tema de investigación, etc.**
 - c) Uso de formatos: evaluaciones, reporte de lectura y video (investigaciones).
 - e) Momentos evaluativos entre el estudiantes y el asesor.
6. Ejemplos de PEV.
7. Formación de equipos: **¿cómo se integra y se trabaja?**
8. Trabajo reflexivo con **evaluación diagnóstica: Aprender a Aprender.**



UJAT

UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO

“ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE”

Horario Ciclo Agosto - Febrero 2022/2023

Inicio: 29 de agosto
Fin: 16 de diciembre

Materias	Salón/ Grupo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Clave/Plan
Seminario de Tesis (XX alumnos) Área de formación transversal	Especial- Mixto	6-7 am	6-7 am	6-7 am			BF1251 ESP9 2010
Investigación de Mercados (XX alumnos) Área de formación sustantiva profesional	A9/3ILA	7-9 am		7-9 am			C0102083 3ILA 2016
Investigación de Mercados (XX alumnos) Área de formación sustantiva profesional	B1/3JLA		7-9 am		7-9 am		C0102083 3JLA 2016
Promoción de ventas (XX alumnos) Área de formación sustantiva profesional	E5/4CLM	9-11 am		9-11 am			C0102122 4CLM 2016
Tópicos selectos de Mercadotecnia (XX alumnos) Eje de formación disciplinar optativa	DEEA					9-12 hrs.	BDC047 A 2016
Mercadotecnia (XX alumnos) Área de formación general	E3/2CLM	11-13 hrs.		11-13 hrs.			C0102106 2CLM 2016

< Todos los equipos



*202102 C0102106 2CLM MERCA... ..

Bloc de notas de clase

Tareas

Calificaciones

Insights

Canales

General

Asesorías



General Publicaciones Archivos Blog del docente +



Le damos la bienvenida



Cargar materiales de clase

Configurar el bloc de notas de clase



PROF. MINERVA CAMACHO JAVIER 31/08/2021 12:48

Se ha agregado una nueva pestaña en la parte superior de este canal. Este es el vínculo.



Blog del docente

Responder

viernes, 3 de septiembre de 2021



PROF. MINERVA CAMACHO JAVIER 03/09/2021 21:34



Bienvid@s

Nueva conversación

Tópicos Selectos de Mercadotecnia

Evidencias de aprendizaje	Ponderación	Formato evaluativo	Fecha de entrega
Etapa 1: Aprender a Aprender (3)	s/p	Rúbrica	10 de septiembre
Etapa 1: Mapa Mental	0.5	Lista de cotejo	17 de septiembre
Etapa 1: Mapa conceptual	0.5	Lista de cotejo	24 de septiembre
Etapa 2: Análisis de caso	1.0	Lista de cotejo	8 de octubre
Etapa 2: Esquema libre	1.5	Lista de cotejo	15 de octubre
Etapa 3: Infografía	1.5	Lista de cotejo	22 de octubre
Etapa 3: Caso de estudio	3.0	Rúbrica	26 de noviembre
Etapa 3: PEV	2.0	Rúbrica	7 de diciembre
Porcentaje total	$\Sigma 10.0$		

Anexos

Redacción con APA.

Método de estudio de caso.

Consideraciones generales del APA 7ª ed.

Utilizar un interlineado de 1.5; la sangría, en la primera línea de cada párrafo de 1.27. Los títulos y subtítulos son en negrita y el tipo de letra a utilizar será Arial tamaño 12. Las referencias bibliográficas se ordenan en orden alfabético, utilizan sangría francesa y el interlineado es a doble espacio.

APA. Indicaciones y Ejemplos

Ejemplo cita parafraseada narrativa

Stanton (2020) menciona que la mercadotecnia es aquella que utiliza técnicas y métodos para satisfacer las demandas de un mercado mediante el análisis y desarrollo del mix del marketing o mezcla de mercadotecnia.

Ejemplo cita textual narrativa

Stanton (2020) define a la mercadotecnia como “un sistema total de actividades de negocios diseñados para planear, fijar precios, promocionar y distribuir productos que satisfacen necesidades a mercados objetivo para lograr las metas organizacionales” (p. 26).

Ejemplo cita parafraseada no narrativa

La mercadotecnia es aquella que utiliza técnicas y métodos para evaluar el mercado mediante el análisis y desarrollo del mix del marketing o mezcla de mercadotecnia (Stanton, 2020).

Ejemplo cita textual no narrativa

“Es un sistema total de actividades de negocios diseñados para planear, fijar precios, promocionar y distribuir productos que satisfacen necesidades a mercados objetivo para lograr las metas organizacionales” (Stanton, 2020, p. 26).



Pasos para desarrollar un Estudio de Caso

