



ENCUADRE / PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA¹

1. Datos de identificación de la asignatura

Nombre de la asignatura					Mercadotecnia para PYMES				Clave de la asignatura C0102116	
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	3	5	5				5		
Seriación implícita					Seriación explícita					
X					X					
Asignaturas antecedentes					Asignaturas subsecuentes					
No aplica					No aplica					

¹ Formato adaptado para proceso educativo desde 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):		Minerva Camacho Javier		
División Académica:		D. A. C. E. A.		
Programa Educativo:		Mercadotecnia		
Período	Ciclo: 2021-01	Grupo y horario	ESP12 Lunes, Miércoles de 6 a 8 am y Viernes de 6-7 am	
Formación Académica		<p>Doctorado en Educación Instituto de Estudios Universitarios – Puebla, Puebla, México</p> <p>Maestría Psicoterapia Gestalt CESIGUE – Villahermosa, Tab., México</p> <p>Master en Programación Neurolingüística (PNL) Centro de Diseño y Desarrollo Humano Neurolingüístico – Villahermosa, Tab., México</p> <p>Licenciatura en Relaciones Comerciales Universidad Juárez Autónoma de Tabasco – Villahermosa, Tab., México</p>		
Experiencia Docente		<p>Investigadora de tiempo completo en la División de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco desde el 2002.</p> <p>Nota: Puedes ingresar a https://mcj308.wixsite.com/ciclos/carta-a-los-estudiantes para saber más de mi experiencia docente a la fecha.</p>		



3. Datos generales de la asignatura.

Bienvenida al estudiante	
<p>Es grato darte la bienvenida y saber que inicias un nuevo ciclo en tu educación profesional. Prepárate para ser parte de un grupo de personas que buscan metas similares a las tuyas. Sé que darás lo mejor de ti haciendo el máximo esfuerzo en todas las actividades de las que serás parte.</p> <p>La mercadotecnia para PYMES se aplica para orientar hacia dónde se debe ir y cómo. Un problema claro es el desconocimiento y/o desconfianza de los microempresarios en los profesionales de mercadotecnia. Por lo que el egresado de mercadotecnia debe ser un profesional que busque orientar, diseñar y gestionar planes estratégicos de mercadotecnia que ayuden a crecer con tranquilidad, rentabilidad y éxito a las microempresas que comercializan sus bienes o servicios.</p> <p>Para saber más, visita el sitio web de tu docente en https://mcj308.wixsite.com/ciclos.</p>	
Propósito de la asignatura	
<p>El propósito de esta asignatura es analizar y evaluar las características y problemática de comercialización de las pequeñas y medianas empresas para la elaboración de estrategias mercadológicas de acuerdo con los requerimientos de estas.</p>	
Conocimientos Previos	
<p>Administración estratégica, Mercadotecnia Directa, y Mercadotecnia de Empresas Sociales.</p>	
Competencias	
Genéricas	Específicas
<p>Diseño y gestión de proyectos. Trabajo en equipo. Pensamiento crítico y creativo Uso de las TICs</p>	<p>Desarrollar estrategias modernas en la gestión de la mercadotecnia, para proyectar a las organizaciones hacia la eficiencia y la eficacia de sus operaciones con base en una visión integral de los entornos y los requerimientos de los mercados atendidos.</p>
Unidades	
<p>Unidad 1 Pequeñas y medianas empresas. Unidad 2 Análisis situacional de las PYMES. Unidad 3 Estrategias de mercadotecnia para PYMES.</p>	



4. Metodología de Trabajo

Presencial	En línea
<p>Bajo un entorno B-Learning el espacio presencial fungirá sólo para algunas asesorías de índole tutorial y/o de enriquecimiento actitudinal.</p> <p>Estas serán programadas y llevadas a cabo dentro de los horarios programados en la asignatura y en el espacio asignado para el grupo.</p> <p>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.</p> <p>En este ciclo <i>no aplica</i>.</p>	<p>Las asesorías llevadas a cabo serán programadas de manera sincrónica como videoconferencias en la plataforma Microsoft Teams y dentro de los horarios programados para la asignatura.</p> <p>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:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Para consulta y/o descarga de archivos como formatos, evaluaciones, etc., estos serán investigados y consultados en el sitio del docente denominado <i>Blog de Actuación Educativa</i> en https://mci308.wixsite.com/ciclos. A este se podrá tener acceso desde la plataforma Microsoft Teams o, simplemente, dando click sobre el enlace proporcionado. Recuerda tener aperturado el internet para ingresar a la página. ✓ Para subida de tareas y actividades a ser cotejadas y evaluadas, se hará en la plataforma Microsoft Teams en los horarios y días señalados en la 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, en el día y hora señalada por el docente.

5. Actividades de la asignatura

Actividad en equipo (Aprendizaje por proyecto).

1. Plan de mercadotecnia para PYME digital.

Actividades transversales individuales:

1. Archivo de Apuntes: deben aparecer los aspectos más importantes tomados de las retroalimentaciones, las investigaciones de las lecturas llevadas a cabo, etc.
2. Portafolio de Evidencias Virtual (PEV).
3. Autoevaluación reflexiva: Aprender a Aprender (nivel 3).

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://mcj308.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 autoevaluativa que se aplicará al final. 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 presenciales (sólo si el semáforo estatal está en verde) y asesorías virtuales en la plataforma de Microsoft Teams. En estas, también se explicará y se dará retroalimentación temática.
- ✓ Todas las evidencias por entregar serán evaluadas con rúbricas y listas de cotejo. Estas se irán aplicando acorde al avance programado en la calendarización.



6. Evaluación de la asignatura por competencias

	Evidencias de aprendizaje		Ponderación		Formato evaluativo
	En equipo		%	puntaje	
1.	Plan de mercadotecnia para PYME		50	5.0	Lista de cotejo
		Transversal		%	puntaje
2.	Apuntes de Mercadotecnia Ecológica.		20	2.0	Rúbrica
3.	Portafolio de Evidencias		30	3.0	Rúbrica
Porcentaje total			\sum 100%	\sum 10	

Consideraciones:

- Las evidencias de aprendizaje serán evaluadas con Lista de cotejo y Rúbricas. Estas consideran el porcentaje señalado en la tabla. 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 (\sum) de todas las evidencias de aprendizaje. En la tabla, se muestra la ponderación numérica de cada evidencia en porcentaje y lo equivalente en puntos.
- Las actividades serán valoradas durante la etapa formativa buscando coincidir con los parciales señalados en el calendario institucional. La actividad solicitada en equipo se desarrolla 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 con la rúbrica aprender a aprender.
- No hay examen ordinario en el aprendizaje 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.
- 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.
- No se tendrá derecho al extraordinario si:
 - durante todo el curso se presentó menos de 3 veces a las asesorías y retroalimentaciones;
 - no presentó evidencia de tareas ni actividades individuales en tiempo y forma;
 - fue reportado por el equipo por baja o nula participación en el desarrollo de actividades y;
 - por tener incompleto o vacío su PEV, sin la estructura y sin las consideraciones indicadas por el docente.

Formas de comunicación

<p>Videoconferencias</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • 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.
<p>Email</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Este sólo será usado entre el equipo de trabajo, si así lo acuerdan. Para comunicación con el docente sólo será a través de la plataforma de Microsoft Teams en el canal General.
<p>Redes Sociales</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • 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. • El Facebook funge como un espacio de socialización del aprendizaje de los estudiantes, donde estos entrarán a dar like al sitio para su promoción. Al ser la imagen institucional la que se muestra, es importante el respeto y prudencia de los comentarios que se pudieran hacer. No es un espacio de quejas ni de provocaciones, es un espacio que muestra las competencias en desarrollo del aprendizaje y la enseñanza aplicada durante un ciclo con estudiantes de nuevo ingreso y de ciclos más avanzados sobre los logros alcanzados. Este espacio es sólo manejado por el docente o equipo de docentes en el trabajo interdisciplinario.
<p>Extensión telefónica</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • No aplica
<p>Celular</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Llamadas o WhatSapp sólo podrán hacerse en casos extraordinarios y bajo la consideración y acuerdo con el docente.



NOMBRE DE LA UNIDAD 1	
Pequeñas y medianas empresas	
CONTENIDOS CONCEPTUALES	
1.1 Definición y conceptos 1.2 Características e importancia 1.3 Tipos de pymes	
CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	CONTENIDOS ACTITUDINALES
Se investiga e identifican las diferentes características de las pequeñas y medianas empresas acorde a sus respectivos giros.	<ul style="list-style-type: none">• Se lleva a cabo apuntes individuales.• Se integra y se es proactivo en el trabajo en equipo para elaborar las actividades solicitadas.• Se 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.• Reflexiona manteniendo la escucha activa en la interacción con los demás.



NOMBRE DE LA UNIDAD 2

Análisis situacional de las PYMES

CONTENIDOS CONCEPTUALES

- 2.1 Sistema político
- 2.2 Sistema económico
- 2.3 Sistema Legal
- 2.4 Sistema Educativo
- 2.5 Sistema Social
- 2.6 Sistema Familiar del mercado objetivo
- 2.7 Impacto de las tecnologías y tendencias
- 2.8 Características de las creencias y valores del mercado objetivo.
- 2.9 FODA de una PYME (Preferentemente del Estado)

CONTENIDOS PROCEDIMENTALES

- Conocer los sistemas políticos, legal, educativo, social familiar del mercado meta.
- Identificar el impacto de la tecnología y tendencias globales.
- Identificar las características de las creencias y valores del mercado de consumidores o usuarios.
- Realizar la aplicación de la matriz FODA en una empresa de la localidad (selección de la empresa).

CONTENIDOS ACTITUDINALES

- 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 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 3

Estrategias de mercadotecnia para PYMES

CONTENIDOS CONCEPTUALES

- 3.1. Análisis y selección de las estrategias en las etapas de: Introducción, Crecimiento, Madurez y Declinación.
- 3.2. Presupuesto de la inversión estratégica.
- 3.3. Control y seguimiento de las estrategias.
 - Estrategia de producto
 - Estrategia de precio
 - Estrategia de promoción y publicidad
 - Estrategia de plaza

CONTENIDOS PROCEDIMENTALES

- Distinguir y analizar las características de los diversos mercados para la toma de decisiones sobre las estrategias de comercialización.
- Diseñar el plan de mercadotecnia.
- Presentar el plan de mercadotecnia para PYMES con las propuestas de las estrategias.

CONTENIDOS ACTITUDINALES

- 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 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.



SECUENCIAS DIDÁCTICAS

ACTIVIDAD	CONSIDERACIONES PARA EL ESTUDIANTE
<p>Encuadre, Asesorías y desarrollo temático.</p> <p>Las actividades de escucha activa como: asesoría, explicación temática y reflexión grupal, se llevarán a cabo en el espacio áulico y en los días y horarios asignados para la materia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El estudiante deberá asistir puntualmente a estas actividades áulicas-virtuales. • En relación con el punto anterior, el estudiante tendrá un máximo de 10 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 llevar su cuaderno de apuntes o Lap Top para la toma de notas presencial. En caso de uso de plataforma, el estudiante tomará notas físicas o usando directamente su archivo de apuntes. • El estudiante deberá acudir con lectura previa de los temas a ver, para poder participar y preguntar sobre dudas ante el mismo. • Los celulares no se usarán en estas actividades, por lo que se pondrán en silencio y se mantendrán guardados, a menos que el docente indique el uso de estos para alguna actividad donde se necesite.
<p>Evaluación</p>	<p>No aplica.</p>



Actividades secuenciales

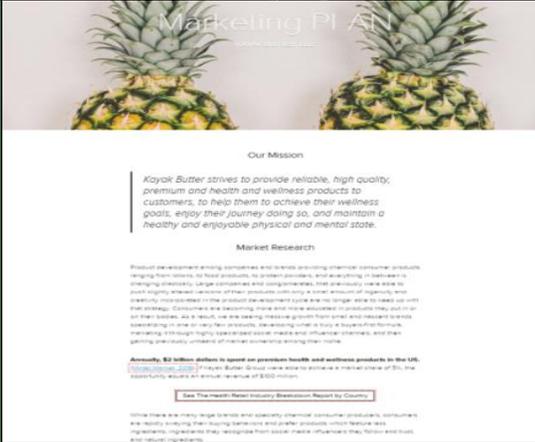
Plan de Mercadotecnia para PYMES digital	
Fecha de entrega	4 de junio de 2021. Hora límite de entrega: 10:00 pm
Temas o contenidos	Apartado 1: Resumen, Introducción, Objetivos y Metodología. Apartado 2: Plan de mercadotecnia: Resumen ejecutivo; Introducción y planteamiento del caso; Análisis externo; Análisis interno; Diagnóstico de la situación (DAFO); Fijación de objetivos; Relaciones cruzadas; Concreción de estrategias; Plan de acción; Presupuesto; Sistema de seguimiento y control. Apartado 3: Conclusiones. Apartado 4: Referencias Bibliográficas y Webgrafía; Anexos
Introducción al tema o Clase	<div style="display: flex; align-items: flex-start;"> <div style="flex: 1;">  </div> <div style="flex: 2; padding-left: 20px;"> <p>Un plan de mercadotecnia es un documento que contiene la planificación estratégica y acciones a llevar a cabo para que una marca logre conseguir sus objetivos de negocio (aumentar ventas, ampliar el mercado, etc.). Es una guía para entender los esfuerzos de marketing de una empresa, marca o emprendimiento. En otras palabras, marca el rumbo y profesionaliza y coordina la toma de decisiones de la empresa, entre otros.</p> <p>Para ampliar sobre el tema puedes revisar las siguientes páginas: https://www.uup.es/plan-de-marketing-digital/; https://www.silviamazzoli.com/el-plan-de-marketing-como-hacerlo/; https://mglobalmarketing.es/blog/guia-practica-para-elaborar-planes-de-marketing-para-pymes/.</p> </div> </div>
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Se integran en equipos de trabajo y se familiarizan intercambiando intereses y datos de contacto. ✓ Se investiga, de manera individual, los temas de las unidades desarrollándolas en su archivo de apuntes y utilizando el portal del docente para consulta de información. ✓ Se organizan en equipo con roles y acciones acorde a los puntos a trabajar en el plan de mercadotecnia ecológico. Se levanta una minuta donde se lea: empresa con la que trabajarán, objetivo, acuerdos tomados, responsables de actividades con tiempos de inicio y finalización, etc., y la firma por cada integrante del equipo. Se sube evidencia a la plataforma de Microsoft Teams en los tiempos señalados por el docente (se utiliza el formato de minuta que se encuentra en el portal del docente en la página Documentos comunes: https://mcj308.wixsite.com/ciclos/documentos-comunes).



Secuencia didáctica

- ✓ La elaboración del plan de mercadotecnia se llevará a cabo en una plantilla digital gratuita con los elementos y estructura que debe presentar el plan.
- ✓ Se debe revisar con la lista de cotejo la identificación del problema y plan de acción que evaluará la actividad para que cumpla los criterios considerados.
- ✓ Después de terminada la actividad, se evalúa con la **lista de cotejo** y se sube a plataforma en Tareas de Microsoft Teams para cotejo del docente y finalmente en su PEV. Se recuerda que todos los archivos que se suban al a ambas plataformas se convierten a PDF o se incrusta el link si es una presentación en línea, incluyendo en el archivo: portada, introducción, desarrollo o imagen con link de la actividad, conclusión y referencias (preguntar en asesoría con el docente).

Evidencia de aprendizaje



Plan de mercadotecnia digital

Ver:

<https://www.negociosyemprendimiento.org/2011/07/quias-plantillas-plan-de-marketing-para.html>

<https://www.genwords.com/blog/plan-de-marketing-ejemplos>

Evaluación

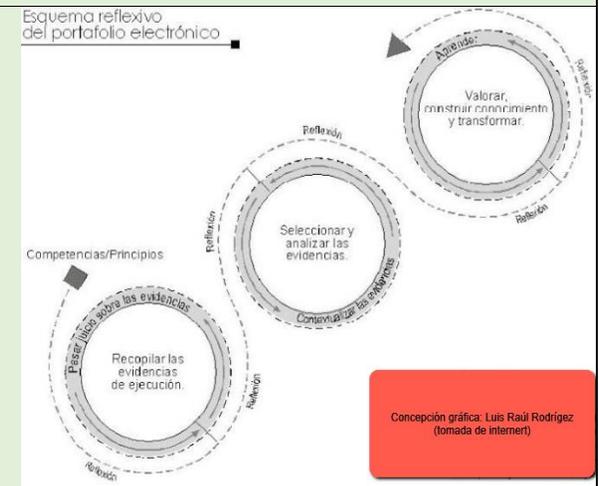
Lista de cotejo



Actividades transversales

Archivo de Apuntes	
Fecha de entrega	2 de junio de 2021. Hora límite de entrega: 10:00 pm
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	<div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="margin-left: 20px;"> <p>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.</p> </div> </div>
Secuencia didáctica	<ol style="list-style-type: none"> 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 del sitio https://mcj308.wixsite.com/ciclos/documentos-comunes . 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 de las investigaciones 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.
Evidencia de aprendizaje	Archivo de Apuntes
Evaluación	Rúbrica

Portafolio de Evidencias Virtual ²	
Fecha de entrega	8 de junio de 2021. Hora límite de entrega: 10:00 pm
Tema / Contenido Conceptual	Conocimiento disciplinar adquirido y proceso de aprendizaje desarrollado durante la etapa formativa.
Introducción al tema o Clase	<p>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.</p> <p>Para la elaboración de tu PEV requieres recopilar, seleccionar y reflexionar acerca de tus experiencias de aprendizaje significativo con el fin de replantearte y transformar tus ejecutorias.</p> <p>https://sites.google.com/a/upr.edu/portae/etapas-en-tu-portafolio/instrucciones/el-proceso-reflexivo</p>
Secuencia didáctica	<ol style="list-style-type: none"> 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://mcj308.wixsite.com/ciclos/copia-de-02-2019.



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



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

Portafolio de Evidencias Virtual
Ver más en <https://mcj308.wixsite.com/ciclos/copia-de-02-2019>



Evaluación

Rúbrica