



ENCUADRE / PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA¹

1. Datos de identificación de la asignatura

Nombre de la asignatura					Promoción de Ventas				Clave de la asignatura C0102122	
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				4	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Seriación implícita					Seriación explícita					
X					X					
Asignaturas antecedentes					Asignaturas subsecuentes					
Medios Promocionales					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: 02-2022	Grupo y horario	4CLM Lunes y Miércoles de 9:00 a 11:00 hrs.	
Formación Académica		<p>Doctorado en Educación Instituto de Estudios Universitarios – Puebla, Puebla, México</p> <p>Maestría Psicoterapia Gestalt CESIGUE – Villahermosa, Tab., México</p> <p>Máster 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>Cada día que pasa el entorno empresarial está más competido debido a que surgen diferentes negocios que están interesados en el mismo mercado meta y tienen diferentes propuestas de valor para los clientes. Es por ello por lo que, para poder alcanzar una ventaja competitiva, se debe contar con promociones de venta en el negocio ya que pueden tener diferentes objetivos.</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 desarrollar un proceso de promoción de ventas en base a una empresa local a partir de la investigación documental y de análisis de casos.</p>	
Conocimientos Previos	
<p>Diseño digital.</p>	
Competencias	
Genéricas	Específicas
<p>Diseño y gestión de proyectos. Trabajo en equipo. Pensamiento crítico.</p>	<p>Administrar procesos de venta para facilitar el intercambio de bienes y servicios conforme a la norma y legislación correspondiente.</p>
Unidades	
<p>Unidad 1 PRAINCODERECEI. Unidad 2 Promoción de ventas. Unidad 3 Fundamentos de la promoción de ventas. Unidad 4 Promociones del distribuidor.</p>	



4. Metodología de Trabajo

Presencial	En línea
<p>El espacio presencial fungirá sólo para algunas 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.</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 de Microsoft Teams.</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 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 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 individuales:

1. Cuadro de análisis por tema.
2. Análisis de Caso (<https://recursosparapymes.com/caso-de-estudio-como-kellogs-lanzo-un-nuevo-producto-con-exito/>).
3. Mapa Mental

Actividad en equipo:

4. Briefing de promoción de ventas en base a una empresa local. (<https://laculturadelmarketing.com/como-elaborar-un-briefing-de-marketing/>; <https://vilmanunez.com/plantilla-briefing-marketing/>).

Actividades transversales individuales:

5. Archivo de Apuntes: deben aparecer los aspectos más importantes tomados de las retroalimentaciones, las investigaciones de las lecturas llevadas a cabo, etc.
6. Portafolio de Evidencias Virtual.
7. Autoevaluación reflexiva: 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://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 para 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.
- ✓ Todos los productos por entregar serán evaluados con rúbricas y listas de cotejo. Estas se irán aplicando de acuerdo al avance programado en la calendarización.



6. Evaluación de la asignatura por competencias

Evidencias de aprendizaje	Ponderación	Formato evaluativo	Fecha de entrega
Individuales	Puntaje		
Etapa 1: Aprender a Aprender (nivel 2)	s/p	Rúbrica	14 de septiembre
Etapa 1: Cuadro de análisis.	0.5	Lista de cotejo	19 de septiembre
Etapa 1: Mapa Mental.	0.5	Lista de cotejo	10 de octubre
En equipo	Puntaje		
Etapa 2: Reporte de análisis de caso.	1.5	Lista de cotejo	24 de octubre
Etapa 2: Briefing de PV.	2.5	Lista de cotejo	18 de noviembre
Transversal	Puntaje		
Etapa 3: Apuntes de PV.	2.0	Rúbrica	22 de noviembre
Etapa 3: Portafolio de Evidencias	3.0	Rúbrica	23 de noviembre
Porcentaje total	Σ 10.0		

Consideraciones:

1. 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 (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 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.
3. 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.
4. El porcentaje máximo a 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

<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



Celular



- Llamadas o WhatsApp sólo podrán hacerse en casos extraordinarios y bajo la consideración y acuerdo con el docente.

NOMBRE DE LA UNIDAD	
PRAINCODERECI	
CONTENIDOS CONCEPTUALES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. La presentación: definición; situaciones a considerar en su desarrollo; la actitud mental en la presentación; la presentación y la empatía; la entrevista; criterios a considerar en el desarrollo de una presentación. 2. La atención: concepto; leyes a considerar en la atención; la atención en el desarrollo de las entrevistas; criterios que se deben considerar en el proceso de la atención. 3. El interés: concepto; aspectos psicológicos en el desarrollo del interés; el interés y la entrevista. 4. La convicción: concepto; la convicción y la demostración. 5. El deseo: concepto; reglas en el desarrollo del deseo; la motivación. 6. La resolución: concepto; consistencia del prospecto; excusas y objeciones; normas básicas de conducta; técnicas en el desarrollo de las objeciones. 7. El cierre: importancia del cierre en una venta; situaciones que se presentan durante el cierre de la operación comercial; reglas a utilizar como apoyo en el cierre de la venta; técnicas a utilizar en el desarrollo de la etapa del cierre. 	
CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	CONTENIDOS ACTITUDINALES
<ul style="list-style-type: none"> • Comprende la importancia del modelo de ventas previo al uso de medios promocionales. 	<ul style="list-style-type: none"> • 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	
La promoción de ventas	
CONTENIDOS CONCEPTUALES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Definición, objetivos y características de la promoción de ventas. 2. Tipos de audiencia meta para la promoción de ventas. 3. Herramientas de la promoción de ventas para consumidores, para comerciantes y distribuidores. 4. Tipos de promoción. 	
CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	CONTENIDOS ACTITUDINALES
<ul style="list-style-type: none"> • Identifica cuales son las características de cada uno de los tipos de mercados y su comportamiento. • Desarrolla estrategias competitivas. • Redacta y expone diversos tipos de descriptores para representar la realidad con palabras. • Conoce y analiza las variables de la mezcla de mercadotecnia proponiendo aplicaciones para los diversos mercados. 	<ul style="list-style-type: none"> • 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	
Fundamentos de la promoción de ventas	
CONTENIDOS CONCEPTUALES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Marco regulatorio de las promociones. 2. Principales dimensiones de la promoción. 3. Principios de las promociones basadas en precios. 	
CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	CONTENIDOS ACTITUDINALES
<ul style="list-style-type: none"> • Jerarquiza y ordena la distribución y disponibilidad de productos sobre los medios de promoción de venta a nivel detallista. • Sabe implementar estrategias adecuadas y diversificadas a una empresa real. 	<ul style="list-style-type: none"> • 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	
Promociones del distribuidor	
CONTENIDOS CONCEPTUALES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Descripción de las promociones del distribuidor. 2. Análisis de los efectos de las promociones del distribuidor. 3. La rentabilidad de una promoción de precios 	
CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	CONTENIDOS ACTITUDINALES
<ul style="list-style-type: none"> • Desarrolla un plan de promoción de venta. • Evalúa la conveniencia de los medios de promoción de venta de forma innovadora para la rentabilidad de la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • 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: 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 o 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 estas. • 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 individuales

PRAINCODERECI	
Fecha de entrega	19 de septiembre de 2022. Hora límite de entrega 10:00 pm.
Temas o contenidos	<ol style="list-style-type: none"> 1. La presentación: definición; situaciones a considerar en su desarrollo; la actitud mental en la presentación; la presentación y la empatía; la entrevista; criterios a considerar en el desarrollo de una presentación. 2. La atención: concepto; leyes a considerar en la atención; la atención en el desarrollo de las entrevistas; criterios que se deben considerar en el proceso de la atención. 3. El interés: concepto; aspectos psicológicos en el desarrollo del interés; el interés y la entrevista. 4. La convicción: concepto; la convicción y la demostración. 5. El deseo: concepto; reglas en el desarrollo del deseo; la motivación. 6. La resolución: concepto; consistencia del prospecto; excusas y objeciones; normas básicas de conducta; técnicas en el desarrollo de las objeciones. 7. El cierre: importancia del cierre en una venta; situaciones que se presentan durante el cierre de la operación comercial; reglas a utilizar como apoyo en el cierre de la venta; técnicas a utilizar en el desarrollo de la etapa del cierre.
Introducción al tema	<p>La importancia de conocer y saber aplicar un proceso de ventas de manera muy clara, es porque logra que las empresas aumenten las ganancias y obtengan mayores beneficios. Estas acciones no siempre se presentan de la misma manera ya que también dependen del giro de la empresa o industria.</p> <p>El público objetivo, <i>target</i>, consumidor o cliente potencial, es fundamental detectarlo, estudiarlo y analizarlo antes de decidir cómo abordarlo. Hay que recordar que ellos son quienes están ahí afuera buscando satisfacer sus necesidades, y las empresas son las encargadas de brindarle los mejores productos o servicios para eso. Por ello, muchos equipos de mercadeo se dan a la tarea de construir <i>buyer personas</i>; perfiles usualmente ficticios en base a ciertas características del público objetivo ideal y que los ayudan a entender la personalidad de los consumidores a los que venderán.</p> <div data-bbox="1213 755 1969 1205" data-label="Image">  </div>
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Se visualizan los siguientes videos: https://www.youtube.com/watch?v=RRZOZJhlptg; https://www.youtube.com/watch?v=oNpU55Q3mGE y https://www.youtube.com/watch?v=RL2idUty-lq. y se llevan a cabo los reportes de cada uno. ✓ Se complementa con otras lecturas que puedes encontrar en el blog del docente. Se redacta lo investigado en el archivo de Apuntes. Estos deberán organizarse en ideas principales y secundarias. Se estructura la información, de tal manera, que se identifique la información más relevante sobre el tema central de la unidad para elaborar la evidencia.



<p>Secuencia didáctica</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La elaboración del cuadro de análisis se llevará a cabo en el formato que elijas para posteriormente pasarlo a Word. ✓ 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 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 PEV se convierten a PDF. 																				
<p>Evidencia de aprendizaje</p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr style="background-color: #333; color: white;"> <th colspan="5">Necesidades de capacitación del recurso humano</th> </tr> <tr style="background-color: #eee;"> <th></th> <th>Componente de Proceso</th> <th>Componente Administrativo</th> <th>Componente Institucional</th> <th>Componente Tecnológico</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Tareas que realiza el trabajador</td> <td>Necesidades relacionadas con funciones específicas en el puesto.</td> <td>Necesidades relacionadas con aspectos del ámbito de la estructura funcional u organizacional</td> <td>Necesidades relacionadas con el modelo de cultura organizacional que debe conocer cada trabajador.</td> <td>Necesidades relacionadas el uso de software general y especializado en función de cada tarea realizada.</td> </tr> <tr> <td></td> <td colspan="4" style="text-align: center; border: 1px dashed black;">Se deben separar los "deseos" de capacitación"</td> </tr> </tbody> </table> <p>Cuadro de análisis Los cuadros de análisis son un recurso didáctico importante para desarrollar la capacidad de discriminación, síntesis y comprensión de un tema general. Ayudando al cerebro a asimilar de manera más efectiva el conocimiento.</p>	Necesidades de capacitación del recurso humano						Componente de Proceso	Componente Administrativo	Componente Institucional	Componente Tecnológico	Tareas que realiza el trabajador	Necesidades relacionadas con funciones específicas en el puesto.	Necesidades relacionadas con aspectos del ámbito de la estructura funcional u organizacional	Necesidades relacionadas con el modelo de cultura organizacional que debe conocer cada trabajador.	Necesidades relacionadas el uso de software general y especializado en función de cada tarea realizada.		Se deben separar los "deseos" de capacitación"			
Necesidades de capacitación del recurso humano																					
	Componente de Proceso	Componente Administrativo	Componente Institucional	Componente Tecnológico																	
Tareas que realiza el trabajador	Necesidades relacionadas con funciones específicas en el puesto.	Necesidades relacionadas con aspectos del ámbito de la estructura funcional u organizacional	Necesidades relacionadas con el modelo de cultura organizacional que debe conocer cada trabajador.	Necesidades relacionadas el uso de software general y especializado en función de cada tarea realizada.																	
	Se deben separar los "deseos" de capacitación"																				
<p>Evaluación</p>	<p>Lista de cotejo</p>																				



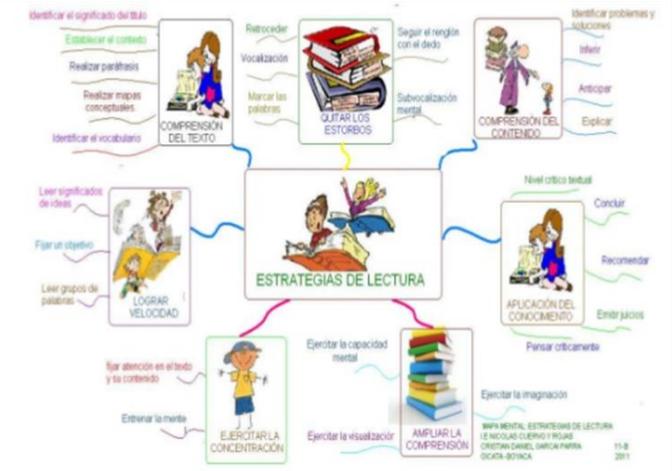
Fundamentos de la promoción de ventas	
Fecha de entrega	10 de octubre de 2022. Hora límite de entrega 10:00 pm
Temas o contenidos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Marco regulatorio de las promociones. 2. Principales dimensiones de la promoción. 3. Principios de las promociones basadas en precios.
Introducción al tema	<p>La promoción de ventas es un programa que maneja límite de tiempo al anunciarse a los consumidores. Con este, se pretende mejorar la oferta para que los destinatarios compren inmediatamente o se involucren realizando cualquier acción. Sin embargo, es importante cuidar la implementación de las acciones promocionales (marco regulatorio), tener claro las dimensiones que abordará la promoción y que tienen que ver con las características de los clientes (confiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía y tangibilidad y, por último, cuidar la fijación de precios buscando no llevar al deterioro el valor de una marca a los ojos del consumidor.</p> 
Secuencia didáctica	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Se revisan con atención los siguientes sitios y se extraen, en el archivo de apuntes las ideas principales: http://www.xprtraining.com/marketing/fundamentos_promociones_ventas.html y https://www.marketeroslatam.com/fijacion-precios-promocionales/, antes de iniciar la elaboración de la actividad. ✓ Se investiga y consulta en el blog del docente los temas para profundizar en la investigación y poder elaborar la evidencia solicitada. ✓ La elaboración del mapa mental puede llevarse a cabo en formato de PP o Word (Office plus 2016) o plataformas gratuitas (https://sociologiac.net/2008/09/02/11-aplicaciones-gratuitas-para-crear-mapas-mentales/). ✓ 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 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 PEV se convierten a PDF.



Evidencia de aprendizaje

Mapa Mental

Un mapa mental es una técnica gráfica desarrollada por Tony Buzan y sirve para desarrollar y comprender ideas y conceptos. Un mapa mental relaciona de manera lógica una idea central con otras secundarias a modo de las ramas de un árbol donde se utilizan líneas curvas, imágenes o símbolos para conectarlas de manera jerárquica, clasificándolas con colores.



Evaluación

Lista de cotejo

Actividades en equipo

Análisis de caso: La promoción de ventas	
Fecha de entrega	24 de octubre de 2022. Hora límite de entrega 10:00 pm
Temas o contenidos	<ol style="list-style-type: none"> Definición, objetivos y características de la promoción de ventas. Tipos de audiencia meta para la promoción de ventas. Herramientas de la promoción de ventas para consumidores, para comerciantes y distribuidores. Tipos de promoción. <p>Pregunta: Basado en el estudio de caso presentado: <i>¿qué tipo de promoción de ventas sería conveniente aplicar en la comercialización del chocolate para el consumidor local?</i></p>
Introducción al tema	<p>La importancia de la promoción, como herramienta de marketing, puede ser clave para definir el éxito de la introducción de un producto nuevo en el mercado. Para lograrlo, la gerencia de ventas debe primeramente difundirlo en sus canales de distribución y en su fuerza de ventas. Ellos son los encargados de llegar a un consumidor final que es cada vez más exigente, y el conocer de una forma correcta las propiedades del producto, será elemental para alcanzar el nivel de ventas esperado. Con este objetivo, el área comercial de una empresa se encargará de elaborar una Promoción de Ventas adecuada, tomando en cuenta las tres promociones que la dividen.</p> <p>Leer más en https://www.portamenus.com.mx/single-post/2017/07/04/La-Importancia-de-las-Promociones</p> 
Secuencia didáctica	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Se revisan los siguientes sitios de manera individual antes de iniciar el trabajo en equipo: <ol style="list-style-type: none"> https://www.ceupe.com/blog/en-que-consiste-la-promocion-de-ventas.html; https://www.merca20.com/que-tipo-de-promociones-existen/ https://www.infosol.com.mx/espacio/Articulos/Desde_el_Aula/significado_e_Importancia_de_la_promocion.html#.X2IOf2gzblU y se toman apuntes de los mismos citando y referenciando con APA. ✓ En equipo, se revisa el artículo que se encuentra en la página como: Análisis de caso-chocolate. ✓ Se establecen los roles en equipo con levantamiento de minuta, donde se pueda observar un cronograma de acciones secuenciales por integrante con tiempo o fecha de término para alcanzar el objetivo de aprendizaje. ✓ La información se analiza y se organiza en ideas principales y secundarias. Es decir, se estructura de tal forma, que se identifique lo más relevante sobre los puntos de análisis del caso para elaborar la evidencia. ✓ La elaboración del reporte del caso se llevará a cabo en formato Word.



	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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 sube a plataforma en Tareas en Teams para cotejo del docente y, finalmente en su PEV. Se recuerda que todos los archivos que se suban al PEV se convierten a PDF.
<p>Evidencia de aprendizaje</p>	<p>Análisis de caso</p> <p>Los estudios de caso funcionan para diagnosticar y decidir en el terreno de los problemas donde las relaciones humanas juegan un papel importante. Por lo que se: (a) se analiza un problema; (b) se determina un método de análisis; (c) se adquiere agilidad para presentar alternativas de solución o cursos de acción y (d) se aprende a tomar decisiones.</p> <p>En esta actividad, en específico, al ser un caso que ha sido estudiado, solucionado y aplicado por especialistas, se pretende que el reporte presente: el conocimiento y comprensión de los procesos de diagnóstico e intervención llevados a cabo, los recursos utilizados, las técnicas empleadas y los resultados obtenidos a través de los programas de intervención propuestos. Complementariamente se pueden estudiar soluciones alternativas a la tomada en la situación objeto de estudio.</p>
<p>Evaluación</p>	<p>Coevaluación y Lista de cotejo.</p>



Promociones del distribuidor	
Fecha de entrega	18 de noviembre de 2022. Hora límite de entrega: 10:00 pm
Temas o contenidos	1. Descripción de las promociones del distribuidor. 2. Análisis de los efectos de las promociones del distribuidor. 3. La rentabilidad de una promoción de precios.
Introducción al tema	<p>Este tipo promociones son aquellas con las que se busca crear una integración entre el productor y el intermediario quien se encarga de realizar las ventas finales.</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p style="text-align: center;"> <i>Ver más en https://prezi.com/3qfh0wangzqxq/promociones-del-distribuidor-cupones-dobles-y-analisis-de/#:~:text=Dirigidas%20a%20los%20distribuidores%20son,del%20realizar%20las%20ventas%20finales</i> </p>
Secuencia didáctica	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Se revisa el tema: tipos de promociones para recordar en qué consiste las promociones de distribuidores antes de iniciar la elaboración de la actividad. ✓ Se establecen roles en el trabajo de equipo con metas y tiempo de finalización en cada una. ✓ Se registra <i>qué se sabe</i> y <i>qué no se sabe</i> sobre el tema a trabajar y se solventa el conocimiento sobre lo que se tiene que aprender para la elaboración de la evidencia. ✓ Se discute y se selecciona el giro (puede ser sobre el chocolate, como en el caso analizado), distribuidor y minorista o detallista al que se le presentará el Briefing (estrategia de la promoción de ventas). ✓ Para la elaboración de la evidencia se tomará como ejemplo el formato que se encuentra en el portal del docente en la página de la asignatura. ✓ 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 convierte a PDF y sube a Teams de manera individual y a su PEV, de la misma manera.

Briefing

El briefing es un documento informativo que brinda datos de utilidad para el desarrollo de una acción, sirviendo como punto de partida para un proyecto. En otras palabras, estos informes sientan las bases para generar algún tipo de emprendimiento o campaña.



Para saber más se sugiere consultar los siguientes sitios:

<https://laculturadelmarketing.com/como-elaborar-un-briefing-de-marketing>

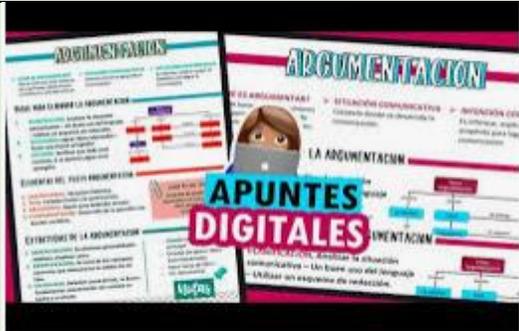
<https://vilmanunez.com/plantilla-briefing-marketing>

Evidencia de aprendizaje

Evaluación

Coevaluación y Lista de cotejo

Actividades individuales transversales

Archivo de Apuntes	
Fecha de entrega	22 de noviembre de 2022. 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	 <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>
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 de este. 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.
Evidencia de aprendizaje	Archivo de Apuntes
Evaluación	Rúbrica

Portafolio de Evidencias Virtual ²	
Fecha de entrega	23 de noviembre de 2022. 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	<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> <p>Esquema reflexivo del portafolio electrónico</p> <p>Competencias/Principios</p> <p>Recopilar las evidencias de ejecución</p> <p>Seleccionar y analizar las evidencias</p> <p>Valorar, mostrar conocimiento y transformar</p> <p>Concepción gráfica: Luis Raúl Rodríguez (tomada de internet)</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. 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.

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



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

Dra. Minerva Camacho Javier