



ENCUADRE / PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA¹

1. Datos de identificación de la asignatura

Nombre de la asignatura					Mercadotecnia				Clave de la asignatura	
									C0102082	
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):		Minerva Camacho Javier		
División Académica:		DACEA		
Programa Educativo:		Mercadotecnia		
Período	Ciclo: 02-2024	Grupo	2CLM lunes y miércoles Horario de 11 a 13 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>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 tu máximo esfuerzo en todas las actividades de las que serás parte.</p> <p>En este documento encontrarás toda aquella información que requieres para el inicio y desarrollo de tus clases.</p> <p>Visita el sitio web de tu docente en https://minervaj2000.wixsite.com/ciclos</p>	
Propósito de la asignatura	
<p>La licenciatura en Mercadotecnia prepara al profesionista para direccionar todo su potencial estratégico en el desarrollo y gestión de proyectos innovadores que posicionen a las empresas tanto en un mercado local como extranjero.</p> <p>En este caso, la asignatura de tiene como propósito identificar las funciones de la mercadotecnia, su medio ambiente y los componentes de la mezcla de mercadotecnia.</p>	
Conocimientos Previos	
<p>Conocimientos generales sobre la administración, economía y contabilidad, de acuerdo con su avance curricular en el área de formación general: Conocimientos de Mercadotecnia.</p>	
Competencias	
Genéricas	Específicas
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aprender a aprender ✓ Manejo de las TIC ✓ Trabajo en equipo 	<p>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.</p>
Unidades	
<p>Unidad 1 Generalidades de la mercadotecnia. Unidad 2 Medio ambiente de la mercadotecnia. Unidad 3 Mezcla de mercadotecnia.</p>	



4. Metodología de Trabajo

La didáctica aplicada es bajo un enfoque por competencias en **entorno mixto o híbrido**, por lo que se desarrollan actividades síncronas y asíncronas, transversales y disciplinares, tanto individuales como en equipo.

Presencial	Virtual
<p>El espacio presencial fungirá para trabajar en equipo, dar asesorías de índole didáctica, retroalimentaciones y algunas clases magistrales si lo amerita el tipo de metodología seleccionada por el docente en el ciclo. Las asistencias serán tomadas en el espacio áulico los días señalados en el horario de clases.</p> <p>Las clases serán llevadas a cabo dentro de los horarios programados en la asignatura y en el espacio asignado para el grupo por la coordinación de docencia.</p> <p>Si llegara a existir alguna causa fuera del control institucional respecto a dejar de asistir de manera presencial, estas pasarían a ser totalmente virtuales por la plataforma de Microsoft Teams.</p>	<p>La consulta de información, entrega de evidencias, revisiones, entre otros, serán llevadas a cabo en su totalidad en el entorno virtual de forma asincrónica (fecha y hora programada de inicio y entrega) en la plataforma de Microsoft Teams y el sitio del docente.</p> <p>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://mcj308.wixsite.com/ciclos. A este se podrá tener acceso desde la plataforma Microsoft Teams o, simplemente, dando click sobre el enlace proporcionado líneas arriba. ✓ Para entrega de tareas y actividades a ser cotejadas y evaluadas, se hará en la plataforma Microsoft Teams en los horarios y días señalados.



5. Actividades de la asignatura

Actividades individuales:

1. Autoevaluación diagnóstica Aprender a Aprender (s/p) convertida a PDF para su entrega.
2. Cuadro de análisis en PP en Office convertido a PDF para su entrega.
3. Infografía en Canva con enlace compartido y descargado en imagen.
4. Mapa Mental en PP de Office convertido a PDF para entrega.
5. Presentación PP interactivo en Canva con enlace compartido
6. Infografía en Canva con enlace compartido y descargado en imagen

Actividad en equipo

7. Documento en extenso en Word convertido a PDF para entrega
8. Presentación video en Canva con enlace compartido
9. Coevaluación

Actividades transversales individuales

10. Formato llenado en Word y convertido a PDF para entrega.
11. Formato llenado en Word y convertido a PDF para entrega.

Consideraciones

1. Todas las actividades implican una secuencia de acciones que conllevan fechas con horario de los productos a entregar, lo que significa que estas deberán realizarse en tiempo y forma. Fuera de los tiempos señalados serán recibidas con atraso que insidirá en una baja del puntaje final
2. Todas las actividades serán entregadas en la plataforma de Microsoft Teams en Tareas, asignadas de manera individual y subidas al PEV de cada quien.
3. Para la realización de las actividades es importante revisar, constantemente, el espacio virtual del docente (<https://mcj308.wixsite.com/ciclos>) ya que en este se encuentran archivos con información para la elaboración y comprensión de las actividades a desarrollar.
4. Todas las actividades por entregar deberán llevar portada con los logotipos institucionales. Ver los ejemplos proporcionados en el sitio del docente.
5. 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* en la rúbrica que indica este criterio.
6. Otro punto por considerar es la toma de captura de pantalla o foto durante las actividades académicas, ya que estas se subirán como evidencia por etapa al PEV.
7. Para la realización de las evidencias de aprendizaje se tendrán una serie de sesiones de asesorías presenciales o virtuales. En estas se explicará y se dará retroalimentación temática.



8. Todas las actividades serán autoevaluadas con listas de cotejo y/o rúbricas por el propio estudiante y por el docente (heteroevaluación). Estos avances evaluativos irán registrándose en el PEV del estudiante (en encuadre se explica cómo será el registro) y se irán aplicando al término de cada actividad.

6. Evaluación de la asignatura por competencias

Evidencias de aprendizaje	Ponderación	Formato evaluativo	Fecha de entrega	Hora límite
Individual secuencial	puntaje			22 hrs.
Etapa 1: Aprender a Aprender (diagnóstico)	s/p	Rúbrica	12 de agosto	
Etapa 1: Generalidades del MKT: concepto, objetivos, funciones, aplicaciones y tipos)	0.5	Lista de cotejo	18 de agosto	
Etapa 1: Línea del tiempo de la evolución del MK.	0.5	Lista de cotejo	23 de agosto	
Etapa 1: Micro y macro ambiente del MKT	0.5	Lista de cotejo	30 de agosto	
Etapa 1: Mezcla de MKT y sus variables	0.5	Lista de cotejo	6 de septiembre	
Etapa 1: Estrategias de MKT: producto, precio, promoción y canales de distribución.	1.0	Lista de cotejo	13 de septiembre	
En equipo secuencial	puntaje			
Etapa 2: Investigación documental del tema	1.0	Lista de cotejo	20 de octubre	
Etapa 2: Micro Campaña de Corte Social	1.0	Lista de cotejo	13 de noviembre	
Etapa 2: Coevaluación	s/p	Rúbrica	13 de noviembre	
Individual transversal	puntaje			
Etapa 3: Archivo de Apuntes	2.0	Rúbrica	17 de noviembre	
Etapa 3: Portafolio de Evidencias Virtual (PEV)	3.0	Rúbrica	18 de noviembre	
Porcentaje Total	∑ 10.0			

Consideraciones:

- Las evidencias de aprendizaje serán evaluadas considerando el puntaje 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 tareas (productos parciales) solicitadas.
- Las actividades serán valoradas durante la etapa formativa, finalizando el ciclo en las fechas de ordinario con una retroalimentación grupal.

3. No hay examen ordinario en el trabajo por competencias. Es en la fecha de ordinario que se entregará el puntaje total alcanzado. Un puntaje por debajo del 6 se considera reprobado. Sin embargo, se tiene derecho a extraordinario siempre y cuando se tenga completo el PEV.
4. El puntaje máximo por alcanzar en extraordinario es de 7. Se responderá un cuestionario de conocimiento general 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 presenciales;
 - b) No tener completo el PEV.
 - c) Fue reportado por el equipo por baja o nula participación en el desarrollo de actividades.

Formas de comunicación

<p>Videoconferencias</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuando las asignaturas son ofertadas online por la Coordinación de Docencia. Estas serán aperturadas en la plataforma Microsoft Teams. • Las llamadas <i>sí</i> pueden llevarse a cabo a través de la plataforma de Microsoft Teams en los horarios y fechas acordadas con el docente para asesorías particulares. • <i>Condiciones de actuación.</i> Si fuera el caso, durante el desarrollo sincrónico de clases en la plataforma 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 durante la videoconferencia.
<p>Email</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Este sólo será usado entre el equipo de trabajo, si así lo acuerdan.
<p>Redes Sociales</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • El WhatSapp será utilizado para comunicación entre los equipos de trabajo (jefe de grupo y/o representante de quipo) y también por apertura con el docente para avisos emergentes. • El Facebook, Instagram o Twiter, pueden fungir como promotoras de trabajos por proyecto; es decir, como un espacio de socialización del aprendizaje de los estudiantes. Estos entrarán a dar «me gusta» 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



	<p>aprendizaje y la enseñanza aplicada durante un ciclo con estudiantes de nuevo ingreso y los logros alcanzados. Este espacio es sólo manejado por el docente o equipo de docentes en el trabajo interdisciplinario.</p>
<p>Celular</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Llamadas por celular al docente sólo podrán hacerse en casos extraordinarios y bajo la consideración y acuerdo con este. • Aplica entre los estudiantes en el trabajo por equipo o para acuerdos entre los mismos. • En presencial áulico y por solicitud del docente se usará para investigar información.

NOMBRE DE LA UNIDAD	
Generalidades de la mercadotecnia	
CONTENIDOS CONCEPTUALES	
<p>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.</p>	
CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	CONTENIDOS ACTITUDINALES
<ul style="list-style-type: none"> • 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. 	<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 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

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.
- Identificar las variables del microambiente y macro ambiente de la empresa.
- Analiza la relación entre el Microambiente y el Macro ambiente.

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

Mezcla de Mercadotecnia

CONTENIDOS CONCEPTUALES

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.

CONTENIDOS PROCEDIMENTALES

- 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.

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

ACTIVIDADES	CONSIDERACIONES PARA EL ESTUDIANTE
<p>Encuadre, Asesorías y desarrollo temático: Las actividades refieren a las asesorías, explicaciones temáticas y reflexiones grupales. Se llevarán a cabo en un entorno mixto 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 los horarios asignados a la asignatura. • 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 tener su cuaderno de apuntes para la toma de notas. • El estudiante deberá acudir con lectura previa de los temas a revisar durante las clases, 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>Diagnóstica (verbal o por escrito).</p>



Actividades individuales

Antecedentes y evolución de la Mercadotecnia

Introducción al tema o Clase



La evolución del marketing, según Philip Kotler padre del marketing moderno, **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 indagues y conozcas las etapas por las que pasó la mercadotecnia hasta nuestros días.

Secuencia didáctica

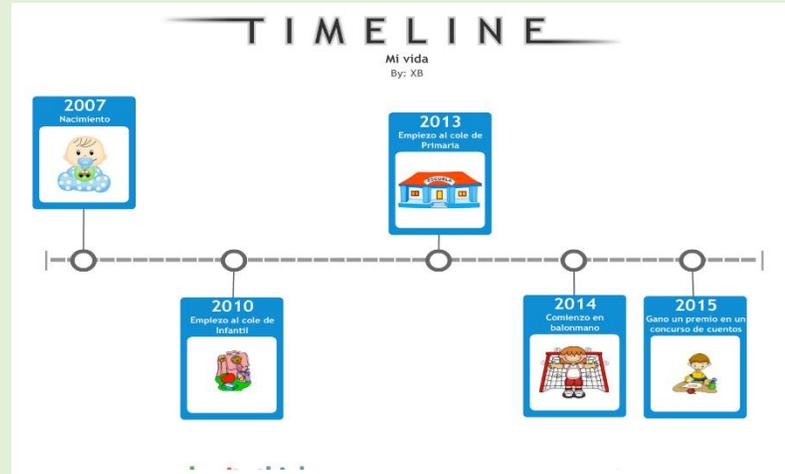
- ✓ El estudiante visualiza el video <https://www.youtube.com/watch?v=lkxd0Lz6x2w> antes de iniciar la elaboración de la actividad.
- ✓ Se extraen las ideas principales y se discute en clase sobre estos puntos con el docente para establecer lo que se comprendió y proceder al desarrollo.
- ✓ Se revisan los puntos del temario para realizar la investigación documental sobre los antecedentes y evolución de la MKT hasta nuestros días.
- ✓ Para la elaboración de la línea del tiempo del MKT se utilizará una plataforma gratuita como: Venngage, Canva, entre otras.
- ✓ Se revisará el documento APA 7ª ed. que se encuentra en “Documentos Comunes” del sitio del docente. Esta actividad debe asegurar la ética del trabajo evitando el plagio.
- ✓ Se utilizan los formatos explicados en el encuadre, para la investigación documental (vídeos o archivos) y de campo, si lo requiere la actividad; así como el diario semanal.



- ✓ Se debe revisar la lista de cotejo que evaluará la actividad para que cumpla los criterios considerados. Al finalizar la tarea, la evidencia se autoevalúa con esta lista de cotejo.
- ✓ Es importante recordar que durante las clases presenciales se participe, si así lo solicita el docente, o que se lleven todas las dudas sobre la realización de la tarea o sobre la comprensión del tema.
- ✓ La estructura de entrega de esta tarea será: Portada, índice, introducción (objetivo de la actividad, contenido desarrollado, alcance y limitaciones), esquema, conclusión (aprendizaje obtenido) y referencias.
- ✓ Esta tarea, después de terminada, se convierte a PDF. Es decir, ambos documentos (evidencia y autoevaluación) se convierten a PDF y se suben tanto a *Tareas* de Microsoft Teams como al *PEV* en la etapa y fecha correspondiente.

Línea del tiempo

Las **líneas de tiempo**, **cronologías** o **cronografías** nos a **graficar eventos** desde una fecha a simple y fácil de entender para cualquier utilizadas en la educación principalmente explicar **épocas** de la **historia**, **momentos históricos**, y de cronología importante.



Esta foto de Autor desconocido está bajo licencia [CC BY-SA-NC](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

ayudan otra de forma persona. Son para cualquier tipo

Evidencia de aprendizaje

Evaluación

Lista de cotejo



Medio ambiente de la Mercadotecnia

Introducción al tema o Clase

Según Stanton (2007), la mercadotecnia es un sistema actividades comerciales cuya finalidad es planear, fijar el promover y distribuir productos que satisfagan las necesidades entre los mercados meta y, al mismo tiempo, los objetivos corporativos.
El propósito general de la mercadotecnia en las entidades económicas consiste en determinar las necesidades y los de los mercados, para que, de frente a la competencia, satisfacerlo de una manera eficaz y eficiente.



total de precio,
alcanzar
deseos pueda

Secuencia didáctica

- ✓ El estudiante visiona el video <https://www.youtube.com/watch?v=KONVP8zy4IY&t=115s> antes de iniciar la actividad.
- ✓ Se extraen las ideas principales y se discute en clase sobre estos puntos con el docente para establecer lo que se comprendió y proceder al desarrollo.
- ✓ Se revisan los puntos del temario para realizar la investigación documental sobre el medio ambiente de la MKT.
- ✓ Para la elaboración del mapa mental se utilizará el Power Point de Office.
- ✓ Se revisará el documento APA 7ª ed. que se encuentra en “Documentos Comunes” del sitio del docente. Esta actividad debe asegurar la ética del trabajo evitando el plagio.
- ✓ Se utilizan los formatos explicados en el encuadre, para la investigación documental (vídeos o archivos) y de campo, si lo requiere la actividad; así como el diario semanal.
- ✓ Se debe revisar la lista de cotejo que evaluará la actividad para que cumpla los criterios considerados. Al finalizar la tarea, la evidencia se autoevalúa con esta lista de cotejo.
- ✓ Es importante recordar que durante las clases presenciales se participe, si así lo solicita el docente, o que se lleven todas las dudas sobre la realización de la tarea o sobre la comprensión del tema.

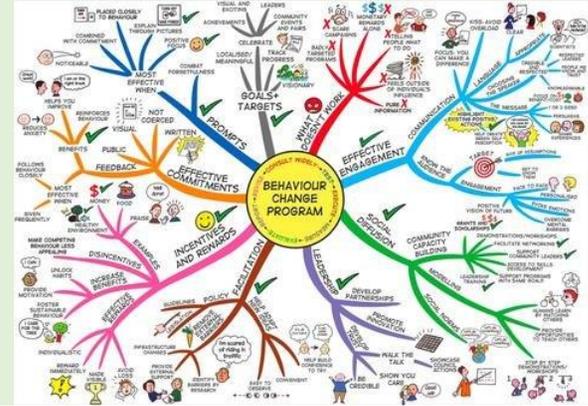


- ✓ La estructura de entrega de esta tarea será: Portada, índice, introducción (objetivo de la actividad, contenido desarrollado, alcance y limitaciones), esquema, conclusión (aprendizaje obtenido) y referencias.
- ✓ Esta tarea, después de terminada, se convierte a PDF. Es decir, ambos documentos (evidencia y autoevaluación) se convierten a PDF y se suben tanto a *Tareas* de Microsoft Teams como al *PEV* en la etapa y fecha correspondiente.

Evidencia de aprendizaje

Mapa Mental

Un mapa mental es un diagrama que representa conceptos relacionados a partir de un tema principal o clave. Son un método muy eficaz para extraer y memorizar información. Es representado por medio dibujos imágenes, o puede no incluir estas y llevar para mejor representación del tema escogido. El gran de la idea del mapa mental fue [Tony Buzan](#) en 1974, libro [Use Your Head](#), donde promueve la nemotecnica de mapas mentales como herramientas del aprendizaje.



palabra de colores difusor con su y el uso

Evaluación

Lista de cotejo



Mezcla de la Mercadotecnia

Introducción al tema o Clase

Mezcla de Marketing

Se ofrece a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo que satisfaga un deseo o necesidad.



Proceso de poner un producto o servicio a disposición de un consumidor final o de un usuario industrial

Cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios.

Combinación de las herramientas específicas de publicidad, promoción de ventas RRPP, ventas personales y marketing directo.

La **mezcla** de mercadotecnia, también llamadas las 4p's del **marketing** o **Marketing Mix**, representan los cuatro pilares básicos de cualquier estrategia de **marketing**: Producto, Precio, Plaza y Promoción. Cuando las 4 están en equilibrio, tienden a influir y a conquistar al público.

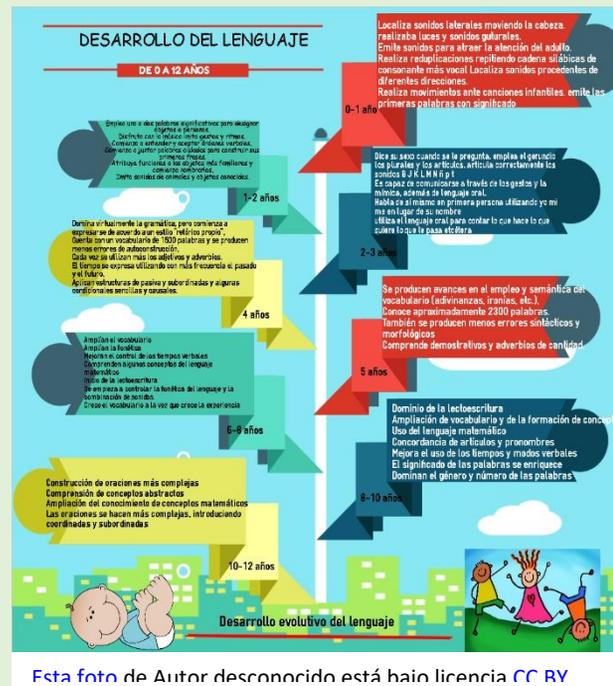
Secuencia didáctica

- ✓ El estudiante visualiza el video <https://www.youtube.com/watch?v=8eiXil4JktY> antes de iniciar la elaboración de la actividad.
- ✓ Se extraen las ideas principales y se discute en clase sobre estos puntos con el docente para establecer lo que se comprendió y proceder al desarrollo.
- ✓ Se revisan los puntos del temario para realizar la investigación documental sobre el medio ambiente de la MKT.
- ✓ Para la elaboración de la infografía se utilizará el Canva.
- ✓ Se revisará el documento APA 7ª ed. que se encuentra en “Documentos Comunes” del sitio del docente. Esta actividad debe asegurar la ética del trabajo evitando el plagio.
- ✓ Se utilizan los formatos explicados en el encuadre, para la investigación documental (vídeos o archivos) y de campo, si lo requiere la actividad; así como el diario semanal.
- ✓ Se debe revisar la lista de cotejo que evaluará la actividad para que cumpla los criterios considerados. Al finalizar la tarea, la evidencia se autoevalúa con esta lista de cotejo.
- ✓ Es importante recordar que durante las clases presenciales se participe, si así lo solicita el docente, o que se lleven todas las dudas sobre la realización de la tarea o sobre la comprensión del tema.



- ✓ La estructura de entrega de esta tarea será: Portada, índice, introducción (objetivo de la actividad, contenido desarrollado, alcance y limitaciones), esquema, conclusión (aprendizaje obtenido) y referencias.
- ✓ Esta tarea, después de terminada, se convierte a PDF. Es decir, ambos documentos (evidencia y autoevaluación) se convierten a PDF y se suben tanto a *Tareas* de Microsoft Teams como al *PEV* en la etapa y fecha correspondiente.
- ✓ En clase presencial es importante que el estudiante participe, si así lo solicita el docente, o que lleve todas las dudas sobre la realización de la tarea o comprensión del tema.

Evidencias de aprendizaje



Infografía

Las infografías son, ante todo, una forma de comunicar información compleja, combinando texto, imágenes y diseño de una manera muy visual, que la hace potencialmente viral. Mostramos la información de una forma ordenada y esquemática. Destacamos la información más importante.

Evaluación

Lista de cotejo



Actividades en equipo

Investigación documental y Micro Campaña de Corte Social

Introducción al tema o Clase

Investigación documental y desarrollo

Visualizar en el blog del docente el archivo **Secuencia Didáctica** explicado en clase durante el encuadre, para recordar la tarea a realizar. <https://www.minervacj2000.com/mercadotecnia>



Esta foto de Autor desconocido está bajo licencia CC BY

Secuencia didáctica

- ✓ El equipo visiona, como ejemplo de campaña, el siguiente enlace https://www.youtube.com/watch?v=lo_oH0IKbbw
- ✓ Se analiza y discute la pregunta seleccionada con el docente para orientar sobre las necesidades de conocimiento y establecer lo que sí se sabe y lo que no se sabe y proceder al desarrollo.
- ✓ El equipo busca comprender, revisando los siguientes enlaces, para aclarar algunos de los puntos a desarrollar, aunque no se aborde un proyecto en sí:



<https://www.becas-santander.com/es/blog/proyecto-de-investigacion.html> ;
<https://www.obsbusiness.school/blog/elementos-claves-en-la-estructura-de-un-proyecto>

- ✓ El estudiante utilizará los formatos de reporte de lectura y video para la investigación documental (encontrados en el sitio del docente).
- ✓ Consideraciones de desarrollo: el equipo determina la secuencia de investigación que relacionen los puntos a desarrollar auxiliándose con la lista de cotejo, en ambos casos (Investigación documental y Micro-Campaña). De la misma forma, se debe corroborar con el docente cómo será la dinámica del trabajo en equipo ya que por semana deberá haber rotación de roles.
- ✓ Se revisará el documento APA 7ª ed. que se encuentra en “Documentos Comunes” del sitio del docente. Esta actividad debe asegurar la ética del trabajo evitando el plagio.
- ✓ Se autoevaluarán la tarea final con la lista de cotejo y se aplica, de la misma manera, la coevaluación para el trabajo en equipo (preguntar al docente el procedimiento de las coevaluaciones).
- ✓ Esta tarea requiere que cada integrante del equipo vaya registrando y evidenciando la información documental en su archivo de apuntes.
- ✓ Al finalizar el trabajo en los tiempos correspondientes, tanto la investigación documental como el micro-proyecto se subirán a Microsoft Teams y al PEV de cada uno.

Evidencia de aprendizaje

Medios de comunicación

¿Por qué es importante el material audiovisual? **Los vídeos humanizan y refuerzan el aprendizaje.** Gracias a la posibilidad de poder crear vídeos en multitud de formatos, los estudiantes aprenden de una forma más amena y eficaz.



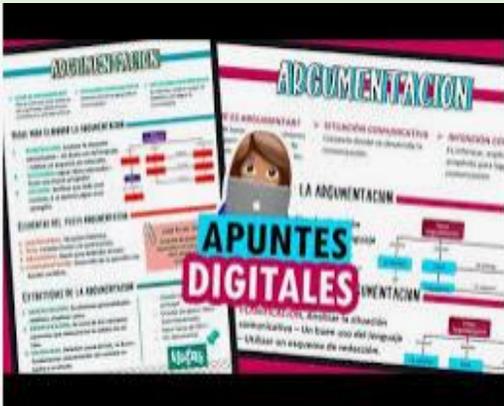
a la

[Esta foto](#) de Autor desconocido está bajo licencia

Evaluación

Listas de cotejo

Actividades transversales individuales

Apuntes de Mercadotecnia	
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	<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	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Visualiza el siguiente video antes de iniciar los apuntes https://www.youtube.com/watch?v=8sKQF7Cs0BA ✓ Esta actividad se inicia desde la explicación del encuadre por parte del docente. Se sugiere descargar el formato en Word del sitio de https://mcj308.wixsite.com/ciclos/documentos-comunes y que se encuentra en la pestaña <i>Documentos comunes</i> del blog del docente, denominado <i>Apuntes de la asignatura</i>. ✓ Este archivo sráe integrado con los formatos: Diario de clases; Reporte de lectura y Reporte de video. Cuando se tenga todo integrado y terminado con los criterios solicitados en la rúbrica, se convertirá a PDF para subirlo a Teams y al PEV. ✓ Se autoevalúa la tarea con la rúbrica y se sube en PDF tanto en Teams como al PEV en la etapa correspondiente. ✓ Revisar que cumpla con los criterios del APA para evitar el plagio,
Evidencia de aprendizaje	Archivo de Apuntes de Mercadotecnia (en Word convertido a PDF)
Evaluación	Rúbrica

Portafolio de Evidencias Virtual ²	
Tema / Contenido Conceptual	<p>Conocimiento disciplinar adquirido y proceso de aprendizaje desarrollado durante la etapa formativa.</p>
Introducción al tema o Clase	<p>La importancia del PEV, es que en este se muestran las evidencias de tu desempeño académico en el ciclo. 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 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	<ul style="list-style-type: none"> ✓ El estudiante, desde la etapa de encuadre, aprende 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: https://www.youtube.com/watch?v=YNHRUgnikQo ✓ El estudiante registrará el link de su PEV en el archivo señalado por el docente en Teams y en la fecha y hora estipulada en el encuadre de la materia.

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.



- ✓ El estudiante revisa el ejemplo proporcionado por el docente para la estructura del diseño de su PEV. Ver más en <https://mcj308.wixsite.com/ciclos/copia-de-02-2019>.
- ✓ 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.
- ✓ 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 y se desarrollarán de acuerdo con los formatos proporcionados y explicados por el docente durante el encuadre de la materia.
- ✓ El estudiante se autoevalúa con la rúbrica proporcionada y se sube a Teams y al PEV en la etapa correspondiente.
- ✓ El archivo que se sube a Microsoft Teams (Word convertido a PDF) contendrá: portada, **introducción** la misma se registrará en el apartado correspondiente dentro del PEV), imagen del PEV y el enlace debajo de esta, **reflexión** (la misma se registrará en el apartado correspondiente dentro del PEV) y **referencias** completas (las mismas se registrarán en el apartado correspondiente dentro del PEV).

Evidencia de aprendizaje

PEV del estudiante (archivo en Word convertido a PDF).

Evaluación

Rúbrica

Dra. Minerva Camacho Javier