



ENCUADRE / PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA¹

1. Datos de identificación de la asignatura

Nombre de la asignatura					Investigación de Mercados				Clave de la asignatura CO1O2083	
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	4	3	1	4						
Seriación implícita					Seriación explícita					
X					X					
Asignaturas antecedentes					Asignaturas subsecuentes					
Mercadotecnia					Administración estratégica de la mercadotecnia					

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: 02-2023	Grupo	3GLA martes y jueves Horario de 9 a 11 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

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.

En este documento encontrarás toda aquella información que requieres para el inicio y desarrollo de tus clases.

Visita el sitio web de tu docente en <https://minervaj2000.wixsite.com/ciclos>

Propósito de la asignatura

La licenciatura en Administración prepara al profesionista para diseñar planes y resolver problemáticas desde una visión mercadológica.

En este caso, la asignatura tiene como propósito utilizar las herramientas de la investigación de mercados para construir un sistema de inteligencia de marketing que justifique la toma de decisiones de la mezcla de mercadotecnia dentro de un plan de negocios o proyecto de inversión.

Conocimientos Previos

Conocimientos generales sobre la administración, economía y contabilidad, de acuerdo con su avance curricular en el área de formación general: Conocimientos de Mercadotecnia.

Competencias

Genéricas

- ✓ Aprender a aprender
- ✓ Manejo de las TIC
- ✓ Trabajo en equipo

Específicas

Diseñar planes estratégicos para resolver problemáticas económico sociales y hacer más productivas y rentables a las organizaciones, con enfoque interdisciplinario, respeto al medio ambiente y la sustentabilidad

Unidades

Unidad 1 Investigación de mercados.

Unidad 2 Sistemas de información corporativa.

Unidad 3 Inteligencia de mercadotecnia.

Unidad 4 Elaboración de informes y resultados de mercadotecnia



4. Metodología de Trabajo

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

Presencial	En línea
<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.</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) utilizando 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 arriba desde este espacio. ✓ Para entrega de tareas y actividades a ser cotejadas y evaluadas, se hará en la plataforma Microsoft Teams en los horarios y días señalados. ✓ El trabajo en equipo y las asistencias diarias serán en el entorno presencial o en la plataforma Microsoft Teams (si así apareciera en la carga académica).



5. Actividades de la asignatura

Actividades individuales:

1. Autoevaluación Aprender a Aprender nivel 1 (s/p).
2. Mapa Mental.
3. Infografía.
4. Mapa Conceptual
5. Cuadro de análisis
6. Mapa Mental

Actividad en equipo

7. Informe de investigación.
8. Coevaluación.

Actividades transversales individuales

9. Apuntes de Investigación de Mercados.
10. Portafolio de Evidencias Virtual.

Consideraciones

- ✓ 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, no serán recibidas.
- ✓ Todas las actividades serán entregadas en la plataforma de Microsoft Teams en Tareas asignadas de manera individual y subidas al PEV de cada quien.
- ✓ Para la realización de las actividades es importante revisar, constantemente, el espacio virtual del docente (<https://mci308.wixsite.com/ciclos>) ya que en este encontrarás archivos con información para la elaboración y comprensión de las actividades a desarrollar.
- ✓ Todas las actividades por 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 que implica este tipo de acciones.
- ✓ Otro punto por considerar es la toma de captura de pantalla o foto durante las actividades académicas, ya que estas se subirán como evidencia dentro de las fechas y horas señaladas en la plataforma de Microsoft Teams.
- ✓ 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.
- ✓ Todas las actividades serán evaluadas con listas de cotejo y/o rúbricas por el propio estudiante y por el docente. Estos avances evaluativos irán registrándose en el PEV del estudiante y se irán aplicando al término de cada actividad.



6. Evaluación de la asignatura por competencias

Etapas	Evidencias de aprendizaje	Ponderación	Formato evaluativo	Fecha de entrega	Hora de entrega
	Individuales	Puntaje			22 hrs.
1	Aprender a Aprender Nivel 1	s/p	Rúbrica	29 de agosto	
1	Mapa Mental (1.1-1.4)	0.5	Lista de cotejo	5 de septiembre	
1	Infografía (1.5)	0.5	Lista de cotejo	15 de septiembre	
2	Mapa Conceptual (2.1-2.6)	1.0	Lista de cotejo	25 de septiembre	
2	Cuadro de análisis (3.1)	1.0	Lista de cotejo	5 de octubre	
2	Mapa Mental (3.2)	1.0	Lista de cotejo	15 de octubre	
	En equipo	Puntaje			
3	Informe de investigación (4.1-4.3)	2.5	Lista de cotejo	13 de noviembre	
3	Coevaluación	s/p	Lista de cotejo	14 de noviembre	
	Individual Transversal				
3	Apuntes de IM	1.5	Rúbrica	16 de noviembre	
3	PEV	2.0	Rúbrica	17 de noviembre	
	Porcentaje total	$\Sigma 10.0$			

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 evidencias de aprendizaje.
- Las actividades serán valoradas durante la etapa formativa, finalizando el ciclo en las fechas de ordinario con una retroalimentación grupal.
- 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.
- 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.
- No se tendrá derecho al extraordinario si:
 - Durante todo el curso se presentó menos de 3 veces a las asesorías y retroalimentaciones;
 - No tener completo el PEV.
 - 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> Durante el desarrollo síncrono 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 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 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>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



NOMBRE DE LA UNIDAD 1	
Investigación de Mercados	
CONTENIDOS CONCEPTUALES	
<p>1.1 Concepto de Investigación de Mercados</p> <p>1.2 Proceso de Investigación</p> <p>1.3 Carácter Interdisciplinario de la Investigación de Mercados</p> <p>1.4 Contribución de la Investigación de Mercados</p> <p>1.4.1 En la toma de decisiones básicas</p> <p>1.4.2 En la tarea directiva</p> <p>1.4.3 En la rentabilidad de la empresa</p> <p>1.4.4 Aplicaciones de la investigación de mercados</p> <p>1.5 Proceso de la Investigación de Mercados</p> <p>1.5.1 Desarrollo de una Investigación de Mercados</p>	
CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	CONTENIDOS ACTITUDINALES
<ul style="list-style-type: none"> • Comprende el concepto de investigación de mercados (IM) y el proceso que debe seguir para desarrollar este. • Diferencia la contribución de la investigación de mercados en la toma de decisiones empresariales (básicas, tarea directiva, rentabilidad de la empresa) y la manera en que se pueden aplicar en las mismas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Investiga y lleva a cabo apuntes individuales. • Utiliza la tecnología para diseñar, comunicar e interactuar. • Participa de manera activa y respetuosa en plenarios con evidencias de lecturas previas sobre los temas y manejo conceptual básico. • Reflexiona manteniendo la escucha activa en la interacción con los demás.



NOMBRE DE LA UNIDAD 2

Medio ambiente de la mercadotecnia

CONTENIDOS CONCEPTUALES

- 2.1 El Sistema de Información de Mercadotécnica
- 2.2 Elementos de un sistema de Información.
- 2.3 Evaluación de información que se necesita.
- 2.4 Información: la base de la mercadotecnia eficaz.
- 2.5 Sistema de recopilación de datos.

- 2.6 Ventajas y aplicaciones
- 2.6.1 Ventajas de los Sistemas de Información de Mercadotecnia (SIM).

CONTENIDOS PROCEDIMENTALES

- Demuestra dominio de los conceptos de información y SIM.
- Comprende los principales sistemas de recopilación de datos, sus ventajas y aplicaciones en mercadotecnia.
- Define los indicadores necesarios para establecer un SIM.

CONTENIDOS ACTITUDINALES

- Investiga y lleva a cabo apuntes individuales.
- Utiliza la tecnología para diseñar, comunicar e interactuar.
- Participa de manera activa y respetuosa en plenarios con evidencias de lecturas previas sobre los temas y manejo conceptual básico.
- Reflexiona manteniendo la escucha activa en la interacción con los demás.



NOMBRE DE LA UNIDAD 3

Inteligencia de Mercadotecnia

CONTENIDOS CONCEPTUALES

- 3.1 Diseño de la investigación y fuentes de datos.
 - 3.1.1 Tipos de Investigación.
 - 3.1.2 Diseño de la Investigación.
 - 3.1.3 Fuentes de Datos.
 - 3.1.4 Cambios Tecnológicos.
 - 3.1.5 Sistemas de soporte para la decisión de Mercados (SSDM).
 - 3.1.6 La naturaleza de un (SSDM).
- 3.2 Datos secundarios
 - 3.2.1 El papel de los datos secundarios
 - 3.2.2 Fuentes bibliográficas de datos secundarios.

CONTENIDOS PROCEDIMENTALES

- Comprende las ventajas y aplicaciones de la investigación en mercadotecnia.
- Reconoce los sistemas de soporte para la decisión de mercado y su naturaleza

CONTENIDOS ACTITUDINALES

- Investiga y lleva a cabo apuntes individuales.
- Utiliza la tecnología para diseñar, comunicar e interactuar.
- Participa de manera activa y respetuosa en plenarios con evidencias de lecturas previas sobre los temas y manejo conceptual básico.
- Reflexiona manteniendo la escucha activa en la interacción con los demás.



NOMBRE DE LA UNIDAD 4

Elaboración de informes y resultados de mercadotecnia

CONTENIDOS CONCEPTUALES

- 4.1 La comunicación de los resultados de investigación, importancia del informe final
 - 4.1.1 Informe escrito, normas de redacción
- 4.2 Estilos de redacción
 - 4.2.1 Estructura del informe escrito
- 4.3 El uso de tablas, gráficos y análisis estadísticos en el informe.
- 4.4 Presentación ejecutiva de los resultados.

CONTENIDOS PROCEDIMENTALES

- Demuestra que conoce los tipos de informes de investigación y las normas de redacción que deben seguir para la estructura de su informe.
- Prepara el informe de resultados derivado del análisis de los datos obtenidos en su investigación de mercados, haciendo uso de tablas, gráficos, etc.

CONTENIDOS ACTITUDINALES

- Investiga y lleva a cabo apuntes individuales.
- Utiliza la tecnología para diseñar, comunicar e interactuar.
- Participa de manera activa y respetuosa en plenarios con evidencias de lecturas previas sobre los temas y manejo conceptual básico.
- Reflexiona manteniendo la escucha activa en la interacción con los demás.



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

Investigación de mercados	
<p>Introducción al tema o Clase</p>	<p>La investigación de mercados es el proceso mediante el cual las empresas buscan hacer una <u>recolección de datos</u> de manera sistemática para poder tomar mejores decisiones, pero su verdadero valor reside en la manera en que se usa todos los datos obtenidos para poder lograr un mejor conocimiento del consumidor. También es definida como una técnica que sirve para recopilar datos de cualquier aspecto que se deseen conocer para después poder interpretarlos y al final hacer uso de ellos para una correcta toma de decisiones.</p> <div data-bbox="1213 370 1864 760" data-label="Image"> </div> <p><small>Esta foto de Autor desconocido está bajo licencia CC BY-NC-ND</small></p>
<p>Secuencia didáctica</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ El estudiante visualiza la página https://www.questionpro.com/es/estudio-de-mercado.html antes de iniciar la elaboración de las actividades. ✓ 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 de los puntos que se integran tanto al MM como a la Infografía. ✓ En la elaboración del MM como de la Infografía se investiga cómo se elaboran, para proceder a elaborar estos en Power Point y Canva, respectivamente. ✓ 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 cada tarea, para que cumplan los criterios considerados. Al finalizar estas, se autoevalúan con la lista de cotejo que corresponde a cada una.



Evaluación

Listas de cotejo

Sistemas de información corporativa

Introducción al tema o Clase

El sistema de información de marketing (SIM) hace referencia a un conjunto de relaciones estructuradas en las intervienen personas, máquinas y procedimientos con la misión de generar un ordenado de información relevante proveniente de diferentes fuentes.



que
flujo

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

Secuencia didáctica

- ✓ El estudiante visiona información en el siguiente enlace: <https://blogs.ugto.mx/rea/clase-digital-2-sistemas-de-informacion-e-investigacion-de-mercados/> 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 SIM.
- ✓ Para la elaboración del mapa conceptual se deberá conocer cómo se elabora este gráfico y se utilizará el Canva para su elaboración.
- ✓ 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 de clases.
- ✓ 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.

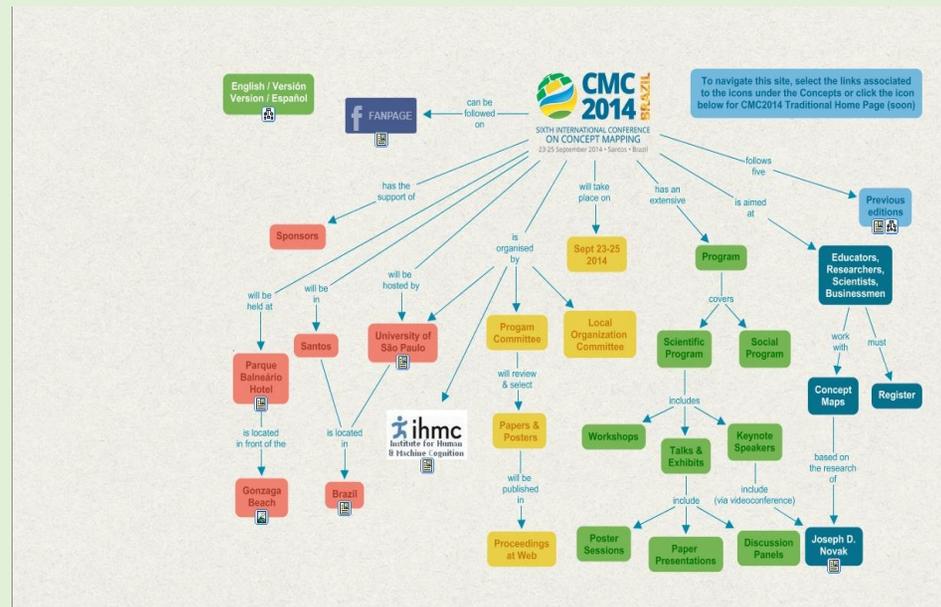


- ✓ La estructura de entrega de esta tarea será: Portada, introducción (objetivo de la actividad, contenido desarrollado, alcance y limitaciones), esquema con el enlace generado por Canva y colocado debajo de este, conclusión (aprendizaje obtenido) y referencias.
- ✓ Esta tarea, después de terminada, 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 Conceptual

El MC permite organizar la información, son herramientas que facilitan la comprensión de los textos, además, nos sirven para estudiar, pues al tratar de hacerlos se debe hacer un análisis e interpretación de lo que leemos, nos permite identificar conceptos y vincularlos.



Esta foto de Autor desconocido está bajo licencia CC BY-SA-NC

Evaluación

Lista de cotejo



Inteligencia de mercadotecnia

Introducción al tema o Clase



Esta foto de Autor desconocido está bajo licencia [CC BY-SA-NC](#)

La inteligencia de marketing (también llamada inteligencia de mercados) es un término que engloba a aquellos procedimientos que permiten obtener información detallada sobre una organización en relación con el mercado en el que opera y su competencia. La Inteligencia de Mercado combina el uso de datos con herramientas tecnológicas para mejorar el desarrollo de productos, la fidelidad de los clientes, los beneficios corporativos y el éxito general.

- ✓ El estudiante visualiza el video <https://www.youtube.com/watch?v=Pjip2C6EpMQ> 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 la inteligencia de marketing.



Secuencia didáctica

- ✓ En la elaboración del cuadro de análisis y el mapa mental se investiga primero cómo se elaboran estos esquemas, para registrar de manera correcta la información y se utilizará el PP para la realización de ambos esquemas.
- ✓ Se revisará el documento APA 7^a 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 las evidencias se autoevalúan con las listas de cotejo proporcionadas en Tareas de Teams.
- ✓ 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.
- ✓ El cuadro y el MM se llevarán a cabo en PP y se pasarán, posteriormente, al documento en Word. La estructura de este documento será: Portada, introducción (objetivo de la actividad, contenido desarrollado, alcance y limitaciones), esquema (cuadro de análisis), conclusión (aprendizaje obtenido) y referencias.
- ✓ Ambas tareas, después de terminada, se convierten a PDF. Es decir, estos documentos (evidencias y autoevaluación de cada una) se convierten a PDF y se suben tanto a *Tareas* de Microsoft Teams como al *PEV* en la etapa y fecha correspondiente.



Actividad en equipo

Elaboración de informe y resultados de mercadotecnia

Introducción al tema o Clase

Informe de investigación

Los informes realizados luego de llevar a cabo una investigación nos dan las bases para actuar a favor del cliente y tener éxito en la compañía, también para definir, por ejemplo, campañas de publicidad y marketing, lanzar nuevos productos, etc.

Es decir, el *Informe Final* es el último paso en el proceso de investigación. Es un documento escrito que tiene el propósito de dar a conocer algo: presentando hechos y datos obtenidos y elaborados, su análisis e interpretación, indicando los procedimientos utilizados y llegando a ciertas conclusiones y recomendaciones.



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

Secuencia didáctica

- ✓ Se debe corroborar con el docente cómo será la dinámica del trabajo en equipo ya que por semana deberá haber rotación de roles.
- ✓ El equipo visiona el siguiente video <https://www.youtube.com/watch?v=ISKrTjo6U2Q&t=7s> y, posteriormente, el siguiente sitio Web <https://www.questionpro.com/es/investigacion-de-mercados.html>
- ✓ Se analiza y discute la pregunta seleccionada por 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 revisa los puntos del temario y la lista de cotejo que guía sobre los criterios a tomar en cuenta en el trabajo.
- ✓ 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 (punto mencionado arriba).
- ✓ 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.



- ✓ La presentación de este trabajo será en PP y deberá tener portada, el desarrollo del informe con títulos y subtítulos acorde a una lógica secuencial de los temas que debe llevar el informe, conclusión y referencias.
- ✓ 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).
- ✓ De esta tarea se requiere que cada integrante del equipo vaya registrando y evidenciando la información documental en su archivo de apuntes de la asignatura.
- ✓ Al finalizar el trabajo en los tiempos correspondientes, tanto la investigación como la presentación del informe se subirá a Microsoft Teams y al PEV de cada uno con sus respectivas evaluaciones.
- ✓ Cada integrante deberá registrar la Investigación documental y de campo en su archivo de *Apuntes de IM*, con los formatos utilizados. Ante dudas deberán preguntar al docente en los tiempos de asesoría presencial.

Evidencia de aprendizaje



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

Presentación de informe en Word

Power Point facilita la presentación de datos de manera dinámica, disponiendo de varios diseños que permiten la convivencia armónica de texto e imagen. También existe la posibilidad de anexar videos, gifs, gráficas y demás elementos dinámicos, como los efectos para cambio de diapositiva.

Evaluación

Lista de cotejo

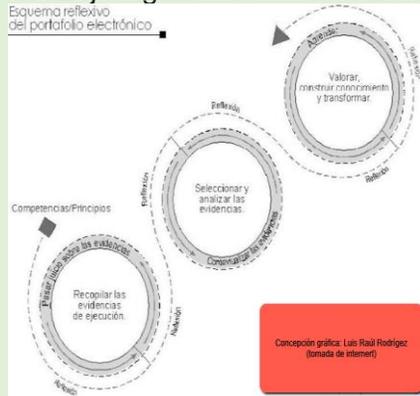


Actividades transversales individuales

Apuntes de Investigación de Mercados	
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	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 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	<p>✓ 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</p>

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 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.
- ✓ El estudiante revisa el ejemplo proporcionado por el docente para la estructura del diseño de su PEV. Ver más en <https://mci308.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