



**ENCUADRE / PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA<sup>1</sup>**

**1. Datos de identificación de la asignatura**

<b>Nombre de la asignatura</b>					<b>Mercadotecnia Ecológica</b>				<b>Clave de la asignatura</b> C0102140	
<b>Área de formación</b>	<b>Docencia frente a grupo según SATCA</b>				<b>Trabajo de Campo Supervisado según SATCA</b>				<b>Carácter de la asignatura</b>	
	<b>HCS</b>	<b>HPS</b>	<b>TH</b>	<b>C</b>	<b>HTCS</b>	<b>TH</b>	<b>C</b>	<b>TC</b>	<b>Obligatoria ( )</b>	<b>Optativa (X)</b>
<b>General</b>	1	3	4	4				4		
<b>Seriación implícita</b>					<b>Seriación explícita</b>					
<b>X</b>					<b>X</b>					
<b>Asignaturas antecedentes</b>					<b>Asignaturas subsecuentes</b>					
<b>No aplica</b>					<b>No aplica</b>					

<sup>1</sup> 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.

<b>Nombre del profesor (a):</b>		Minerva Camacho Javier		
<b>División Académica:</b>		D. A. C. E. A.		
<b>Programa Educativo:</b>		Mercadotecnia		
<b>Período</b>	Ciclo: 2020-02	<b>Grupo y horario</b>	Opt.22 Lunes y Miércoles de 13:00 a 15:00 hrs.	
<b>Formación Académica</b>		<p><b>Doctorado en Educación</b> Instituto de Estudios Universitarios – Puebla, Puebla, México</p> <p><b>Maestría Psicoterapia Gestalt</b> CESIGUE – Villahermosa, Tab., México</p> <p><b>Master en Programación Neurolingüística (PNL)</b> Centro de Diseño y Desarrollo Humano Neurolingüístico – Villahermosa, Tab., México</p> <p><b>Licenciatura en Relaciones Comerciales</b> Universidad Juárez Autónoma de Tabasco – Villahermosa, Tab., México</p>		
<b>Experiencia Docente</b>		<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 <a href="https://mcj308.wixsite.com/ciclos/carta-a-los-estudiantes">https://mcj308.wixsite.com/ciclos/carta-a-los-estudiantes</a> para saber más de mi experiencia docente a la fecha.</p>		



### 3. Datos generales de la asignatura.

<b>Bienvenida al estudiante</b>	
<p>Es grato darte la bienvenida y saber que inicias un nuevo ciclo en tu educación profesional. Prepárate para ser parte de un grupo de personas que buscan metas similares a las tuyas. Sé que darás lo mejor de ti haciendo el máximo esfuerzo en todas las actividades de las que serás parte.</p> <p>La mercadotecnia ecológica surge en función de los problemas ambientales que han afectado gravemente el ecosistema terrestre. Por lo que el egresado de mercadotecnia debe ser un profesional que busque, siempre, que los productos que se ofrezcan sean seguros para el medio ambiente mejorando, de esta manera, la calidad de vida de todo ser vivo.</p> <p>Para saber más, visita el sitio web de tu docente en <a href="https://mcj308.wixsite.com/ciclos">https://mcj308.wixsite.com/ciclos</a>.</p>	
<b>Propósito de la asignatura</b>	
<p>El propósito de esta asignatura es desarrollar en los estudiantes un lenguaje amplio y multidisciplinario sobre los diversos enfoques del marketing ecológico basado en el desarrollo sustentable y las problemáticas ambientales.</p>	
<b>Conocimientos Previos</b>	
<p>Investigación; uso de las TIC's, Diseños de campaña, Trabajo en equipo, capacidad de análisis y síntesis de la información.</p>	
<b>Competencias</b>	
<b>Genéricas</b>	<b>Específicas</b>
<p>Diseño y gestión de proyectos. Trabajo en equipo. Gestión de la información.</p>	<p>Desarrollar estrategias modernas en la gestión de la mercadotecnia, para proyectar a las organizaciones hacia la eficiencia y la eficacia de sus operaciones con base en una visión integral de los entornos y los requerimientos de los mercados atendidos.</p>
<b>Unidades</b>	
<p><b>Unidad 1</b> La empresa y el medio ambiente. <b>Unidad 2</b> Estrategias de mercadotecnia ecológica. <b>Unidad 3</b> La mezcla de la mercadotecnia ecológica. <b>Unidad 4</b> El plan de mercadotecnia ecológico.</p>	



#### 4. Metodología de Trabajo

Presencial	En línea
<p>Bajo un entorno B-Learning el espacio presencial fungirá sólo para algunas asesorías de índole tutorial y/o de enriquecimiento actitudinal.</p> <p>Estas serán programadas y llevadas a cabo dentro de los horarios programados en la asignatura y en el espacio asignado para el grupo.</p> <p>Si llegara a existir foco rojo por la pandemia que aqueja en todo el mundo, estas serán suspendidas y todas pasarían a la plataforma virtual.</p> <p><b>En este ciclo <i>no aplica</i>.</b></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"> <li>✓ 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 <a href="https://mcj308.wixsite.com/ciclos">https://mcj308.wixsite.com/ciclos</a>. A este se podrá tener acceso desde la plataforma Microsoft Teams o, simplemente, dando click sobre el enlace proporcionado. Recuerda tener aperturado el internet para ingresar a la página.</li> <li>✓ 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.</li> <li>✓ 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.</li> </ul>



## 5. Actividades de la asignatura

### Actividad en equipo (Aprendizaje por proyecto).

1. Plan de mercadotecnia ecológica.

### Actividades transversales individuales:

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

### Consideraciones

- ✓ Todas las actividades implican una secuencia de acciones que conllevan fechas con horario de los productos a entregar (ver calendarización), lo que significa que estas deberán realizarse en tiempo y forma. Fuera de los tiempos señalados, no serán recibidas.
- ✓ Todas las actividades serán entregadas en la plataforma de Microsoft Teams en Tareas asignadas y subidas al PEV individual.
- ✓ Para la realización de tus trabajos es importante revisar, constantemente, el espacio virtual del docente (<https://mcj308.wixsite.com/ciclos>) ya que en este encontrarás archivos con información para la elaboración y comprensión de las actividades a desarrollar.
- ✓ Todas las actividades a entregar deberán llevar portada con los logotipos institucionales. Ver los ejemplos proporcionados en el sitio del docente.
- ✓ Algunas evidencias que se entregarán son parte de ejercicios secuenciales y no cuentan con calificación numérica, pues se encuentran dentro de las acciones que involucran el proceso de aprendizaje; sin embargo, el conjunto de estas acciones *sí será tomado en cuenta* mediante una rúbrica autoevaluativa que se aplicará al final. Otro punto a considerar dentro de este señalamiento, es la toma de captura de pantalla o foto (si la tarea se realiza fuera de un entorno virtual), las cuales, se subirán como evidencia dentro de las fechas y horas señaladas a la plataforma de Microsoft Teams.
- ✓ Para la realización de las evidencias de aprendizaje se tendrán una serie de sesiones de asesorías presenciales (sólo si el semáforo estatal está en verde) y asesorías virtuales en la plataforma de Microsoft Teams. En estas, también se explicará y se dará retroalimentación temática.
- ✓ Todos los productos a 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
	%	puntaje	
<b>En equipo</b>			
1. Plan de mercadotecnia ecológico.	50	5.0	Lista de cotejo-Rúbrica
<b>Transversal</b>			
2. Apuntes de Mercadotecnia Ecológica.	20	2.0	Rúbrica
3. Portafolio de Evidencias	30	3.0	Rúbrica
Porcentaje total	$\Sigma$ 100%	$\Sigma$ 10	

### Consideraciones:

- Las evidencias de aprendizaje serán evaluadas con Lista de cotejo y Rúbricas. Estas consideran el porcentaje señalado en la tabla. La evaluación formativa comprende el total de cada una de las evidencias desarrolladas durante el ciclo. La evaluación sumativa comprende el total de la suma ( $\Sigma$ ) de todas las evidencias de aprendizaje. En la tabla, se muestra la ponderación numérica de cada evidencia en porcentaje y lo equivalente en puntos.
- Las actividades serán valoradas durante la etapa formativa buscando coincidir con los parciales señalados en el calendario institucional. La actividad solicitada en equipo se desarrolla en el segundo período de los parciales y las actividades individuales son terminadas y entregadas en el período del tercer parcial. Finalizando el ciclo con una retroalimentación grupal con la rúbrica aprender a aprender.
- No hay examen ordinario en el aprendizaje por competencias. Es en la fecha de ordinario que se entregará el porcentaje o puntaje total alcanzado. Un porcentaje por debajo del 60%, se considera reprobado. Sin embargo, se tiene derecho a extraordinario.
- El porcentaje máximo 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.
- No se tendrá derecho al extraordinario si:
  - durante todo el curso se presentó menos de 3 veces a las asesorías y retroalimentaciones;
  - no presentó evidencia de tareas ni actividades individuales en tiempo y forma;
  - fue reportado por el equipo por baja o nula participación en el desarrollo de actividades y;
  - por tener incompleto o vacío su PEV, sin la estructura y sin las consideraciones indicadas por el docente.

## Formas de comunicación

<p><b>Videoconferencias</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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.</li> <li>• 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.</li> </ul>
<p><b>Email</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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.</li> </ul>
<p><b>Redes Sociales</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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.</li> <li>• 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.</li> </ul>
<p><b>Extensión telefónica</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No aplica</li> </ul>
<p><b>Celular</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llamadas o WhatSapp sólo podrán hacerse en casos extraordinarios y bajo la consideración y acuerdo con el docente.</li> </ul>



**NOMBRE DE LA UNIDAD**

**La empresa y el medio ambiente**

**CONTENIDOS CONCEPTUALES**

1. Desarrollo sostenible: concepto, antecedentes, variables, escenarios, calidad de vida.
2. La valoración de los recursos naturales: valores y ética ambiental.
3. Los aspectos medioambientales de la empresa.
4. La ecología y el medio ambiente; el medio ambiente como valor de mercado.
5. La gestión ambiental en la empresa.
6. Macromarketing y el medio ambiente.
7. Sistemas de gestión ambiental.
8. Certificación de sistemas de gestión ambiental.
9. Aspectos ambientales.
10. Variables ambientales y nivel de compromiso ambiental.
11. Empresas socialmente responsables: concepto, ética, valores, certificación.

**CONTENIDOS PROCEDIMENTALES**

- Identifica el entorno ecológico en la empresa, para generar su propia gestión ambiental vinculando como valor de mercado, en pro de la responsabilidad social.

**CONTENIDOS ACTITUDINALES**

- 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**

**Estrategias de marketing ecológico**

**CONTENIDOS CONCEPTUALES**

1. Concepto y elementos básicos del marketing, naturaleza y alcance del marketing ambiental.
2. La diferenciación ecológica como factor de competitividad: hacia un marketing ambiental/ecológico.
3. El marketing como función empresarial.
4. Procesos de decisión de compra de productos ecológicos.
5. El consumidor ecológico: ¿Qué se entiende por comportamiento ecológico del consumidor?
6. Tipos de consumidores según sus aptitudes ecológicas.
7. Variables que influyen en el comportamiento ecológico: demográficas, socioeconómicas, psicográficas y de conocimiento.
8. Estrategias de mercadotecnia ecológica.

**CONTENIDOS PROCEDIMENTALES**

- Dispone del concepto de mercadotecnia ecológica determinando los alcances que le permitan aplicar estrategias mercadológicas para la creación o adaptación de productos.
- Analiza y determina la existencia y comportamiento del consumidor verde.
- Diferencia el marketing convencional del ecológico.

**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.



<b>NOMBRE DE LA UNIDAD</b>	
<b>La mezcla de la mercadotecnia ecológica</b>	
<b>CONTENIDOS CONCEPTUALES</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Producto: concepto; diseño y etiquetado; residuos de envases y embalajes; políticas de productos; análisis del ciclo de vida; el marketing del reciclado; Norma ISO 14000; estrategias de productos ecológicos.</li> <li>2. Precio: dimensiones de valor para la empresa; el impacto del precio en el proceso de decisión de compra; costes en los productos ecológicos; estrategias e implementación de precios ecológicos.</li> <li>3. Promoción: la comunicación en el marketing; comunicación diseñada ecológicamente; fines y objetivos de la promoción; los instrumentos del mix promocional; la práctica de la comunicación sostenible; estrategias de promoción.</li> <li>4. Distribución: distribución del marketing ecológico; el canal de distribución ecológico; políticas de distribución; el punto de venta ecológico; reciclado de materiales y productos y sus canales de distribución; las relaciones dentro del canal de distribución ecológico; estrategias de distribución ecológica.</li> </ol>	
<b>CONTENIDOS PROCEDIMENTALES</b>	<b>CONTENIDOS ACTITUDINALES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hacer uso de las estrategias de producto, precio, promoción y distribución en las políticas y productos de la empresa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investiga y lleva a cabo tareas individuales.</li> <li>• Desarrolla esquemas para la comprensión de los temas.</li> <li>• Es proactivo en su aprendizaje.</li> <li>• Utiliza la tecnología para diseñar, comunicar e interactuar.</li> <li>• Participa de manera activa y respetuosa en plenarios con evidencias de lecturas previas de los temas y manejo conceptual básico.</li> <li>• Mantiene escucha activa en la interacción con los demás.</li> <li>• Se integra y es proactivo en el trabajo en equipo para elaborar las actividades solicitadas.</li> </ul>



<b>NOMBRE DE LA UNIDAD</b>	
<b>El plan de mercadotecnia ecológica</b>	
<b>CONTENIDOS CONCEPTUALES</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El desarrollo del plan estratégico de mercadotecnia ecológica.</li> <li>2. La planeación estratégica.</li> <li>3. La misión y visión.</li> <li>4. Objetivos, estrategias, metas y tácticas.</li> <li>5. Las herramientas para el análisis estratégico.</li> <li>6. El contenido del plan estratégico.</li> <li>7. Estrategias integradas a las herramientas.</li> <li>8. Programa de marketing ecológico.</li> </ol>	
<b>CONTENIDOS PROCEDIMENTALES</b>	<b>CONTENIDOS ACTITUDINALES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar y aplicar el plan de mercadotecnia en la empresa, generando productos ecológicos, integrando a un ámbito de sustentabilidad a la empresa que atienda la demanda de los consumidores ecológicos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es proactivo en su aprendizaje y con el de los demás.</li> <li>• Utiliza la tecnología para diseñar, comunicar e interactuar.</li> <li>• Participa de manera activa y respetuosa en plenarios con evidencias de lecturas previas de los temas y manejo conceptual básico.</li> <li>• Mantiene escucha activa en la interacción con los demás.</li> <li>• Se integra al trabajo en equipo para elaborar las actividades solicitadas.</li> </ul>



**SECUENCIAS DIDÁCTICAS**

ACTIVIDAD	CONSIDERACIONES PARA EL ESTUDIANTE
<p><b>Encuadre, Asesorías y desarrollo temático.</b></p> <p>Las actividades de escucha activa como: asesoría, explicación temática y reflexión grupal, se llevarán a cabo en el espacio áulico y en los días y horarios asignados para la materia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El estudiante deberá asistir puntualmente a estas actividades áulicas o virtuales.</li> <li>• En relación con el punto anterior, el estudiante tendrá un máximo de 10 min. para poder ingresar al espacio áulico. Si llegara a darse en plataforma virtual, se procura estar desde el inicio de la videoconferencia evitando ingresos tardíos y respetando las reglas de ingreso a la misma como: mantener micro cerrado sin cámara abierta mientras se explica. Al término de la intervención docente, el estudiante podrá participar alzando la mano o escribiendo sus preguntas en el chat de participación. El docente moderará estas participaciones para llevar un orden y control de las mismas.</li> <li>• 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.</li> <li>• El estudiante deberá acudir con lectura previa de los temas a ver, para poder participar y preguntar sobre dudas ante el mismo.</li> <li>• 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 los mismos para alguna actividad donde se necesite.</li> </ul>
<p><b>Evaluación</b></p>	<p>No aplica.</p>

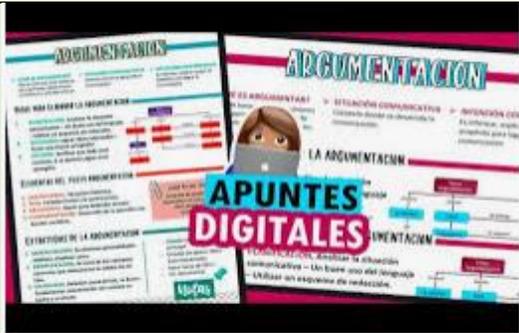
**Actividades secuenciales**

Plan de Mercadotecnia Ecológica	
<b>Fecha de entrega</b>	7 de enero de 2021
<b>Temas o contenidos</b>	<p>Apartado 1: Resumen, Introducción, Objetivos y Metodología.</p> <p>Apartado 2: Plan de mercadotecnia: Resumen ejecutivo; Introducción y planteamiento del caso; Análisis externo; Análisis interno; Diagnóstico de la situación (DAFO); Fijación de objetivos; Relaciones cruzadas; Concreción de estrategias; Plan de acción; Presupuesto; Sistema de seguimiento y control.</p> <p>Apartado 3: Conclusiones.</p> <p>Apartado 4: Referencias Bibliográficas y Webgrafía; Anexos</p>
<b>Introducción al tema o Clase</b>	<div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="margin-left: 20px;"> <p>La mercadotecnia ecológica no es algo que se identifique exclusivamente con comercializar productos ecológicos, sino que se extiende a todas las estrategias de imagen de todo tipo de empresas a través del branding, y favorecen la imagen de responsabilidad con un tema tan sensible como es el medio ambiente.</p> <p>De esta forma, encontramos empresas y actividades que, precisamente por su efecto nocivo y contaminante, se esfuerzan por desarrollar acciones paralelas encaminadas a compensar dicho efecto y en trasladarlo a una mejora de su imagen a través de su estrategia de comunicación. En estas planificaciones la protección de la naturaleza y la sostenibilidad tienen un papel muy importante y el objetivo se centra en ofrecer productos y servicios con un valor ambiental que permita a las empresas mejorar su posición en el mercado</p> </div> </div>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Se integran en equipos de trabajo y se familiarizan intercambiando intereses y datos de contacto.</li> <li>✓ Se investiga, de manera individual, los temas de las unidades desarrollándolas en su archivo de apuntes y utilizando el portal del docente para consulta de información.</li> <li>✓ Se baja el archivo de "Ejemplo plan de marketing ecológico" para que cada integrante del equipo se familiarice con el trabajo a entregar y se organicen. Este archivo se encuentra alojado en el portal del</li> </ul>

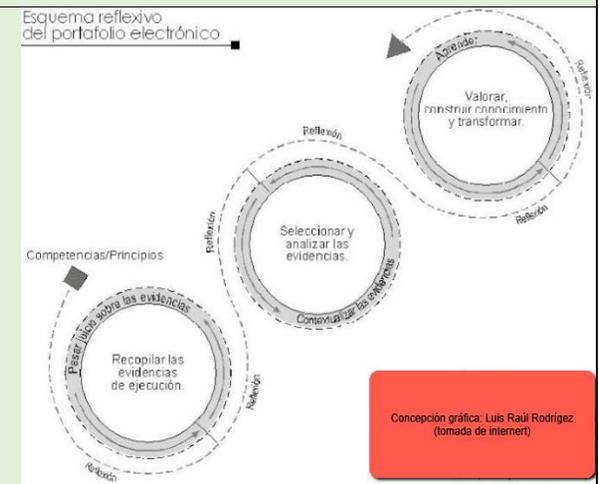


<p><b>Secuencia didáctica</b></p>	<p>docente en la página Asignaturas: Mercadotecnia Ecológica <a href="https://mcj308.wixsite.com/ciclos/mercadotecnia-ecol%C3%B3gica">https://mcj308.wixsite.com/ciclos/mercadotecnia-ecol%C3%B3gica</a>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Se organizan en equipo con roles y acciones acorde a los puntos a trabajar en el plan de mercadotecnia ecológico. Se levanta una minuta donde se lea: empresa con la que trabajarán, objetivo, acuerdos tomados, responsables de actividades con tiempos de inicio y finalización, etc., y la firma por cada integrante del equipo. Se sube evidencia a la plataforma de Microsoft Teams en los tiempos señalados por el docente (se utiliza el formato de minuta que se encuentra en el portal del docente en la página Documentos comunes: <a href="https://mcj308.wixsite.com/ciclos/documentos-comunes">https://mcj308.wixsite.com/ciclos/documentos-comunes</a>).</li> <li>✓ La elaboración del plan de mercadotecnia ecológico se llevará a cabo en formato Word con las características presentadas en el ejemplo y siguiendo el estilo de redacción APA (para saber cómo citar, referenciar y estructurar el trabajo con APA, revisa los documentos alojados en el portal del docente <a href="https://mcj308.wixsite.com/ciclos/documentos-comunes">https://mcj308.wixsite.com/ciclos/documentos-comunes</a>).</li> <li>✓ Se debe revisar con la lista de cotejo la identificación del problema y plan de acción que evaluará la actividad para que cumpla los criterios considerados. También se revisa la rúbrica que se aplicará para evaluar la evidencia terminada.</li> <li>✓ Después de terminada la actividad, se evalúa con la rúbrica y se sube a plataforma en Tareas de Microsoft Teams para cotejo del docente y finalmente en su PEV. Se recuerda que todos los archivos que se suban al PEV se convierten a PDF.</li> </ul>
<p><b>Evidencia de aprendizaje</b></p>	<p><b>Plan de mercadotecnia ecológico</b></p> <p>Un plan de trabajo es una herramienta que permite ordenar y sistematizar información relevante para realizar un trabajo o proyecto. Esta especie de guía propone una forma de interrelacionar los recursos humanos, financieros, materiales y tecnológicos disponibles.</p> <p>De esta forma, se exponen los diferentes argumentos que consolidan las ideas de las propuestas.</p> 
<p><b>Evaluación</b></p>	<p>Lista de cotejo y Rúbrica</p>

## Actividades transversales

Archivo de Apuntes	
<b>Fecha de entrega</b>	14 de enero de 2021
<b>Tema / Contenido Conceptual</b>	Todos los temas que comprenden la asignatura y explicaciones llevadas a cabo por el docente sobre los mismos durante la etapa formativa.
<b>Introducción al tema o Clase</b>	 <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>
<b>Secuencia didáctica</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Visualiza el siguiente video antes de iniciar los apuntes <a href="https://www.youtube.com/watch?v=8sKQF7Cs0BA">https://www.youtube.com/watch?v=8sKQF7Cs0BA</a></li> <li>2. Esta actividad se inicia desde la explicación del encuadre por parte del docente y descargando el formato del sitio <a href="https://mci308.wixsite.com/ciclos/documentos-comunes">https://mci308.wixsite.com/ciclos/documentos-comunes</a>.</li> <li>3. Se deberá seguir el formato proporcionado del archivo descargado en Word para la elaboración del mismo.</li> <li>4. Se asume que el estudiante deberá tener siempre a la mano este documento para su elaboración de las investigaciones y asesorías otorgadas por el docente.</li> <li>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.</li> <li>6. Antes de subirse a las plataformas señaladas, se deberá convertir a PDF.</li> </ol>
<b>Evidencia de aprendizaje</b>	Archivo de Apuntes
<b>Evaluación</b>	Rúbrica

Portafolio de Evidencias Virtual <sup>2</sup>	
<b>Fecha de entrega</b>	18 de enero de 2021
<b>Tema / Contenido Conceptual</b>	Conocimiento disciplinar adquirido y proceso de aprendizaje desarrollado durante la etapa formativa.
<b>Introducción al tema o Clase</b>	<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 <b>reflexionar</b> acerca de tus experiencias de aprendizaje significativo con el fin de <b>replantear</b> y <b>transformar</b> tus ejecutorias.</p> <p><a href="https://sites.google.com/a/upr.edu/portae/etapas-en-tu-portafolio/instrucciones/el-proceso-reflexivo">https://sites.google.com/a/upr.edu/portae/etapas-en-tu-portafolio/instrucciones/el-proceso-reflexivo</a></p>
<b>Secuencia didáctica</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El estudiante, desde la etapa de encuadre, aprende junto con el docente la elaboración de su PEV diseñado en la plataforma de wix (<a href="http://www.wix.com">www.wix.com</a>) . Para la realización de este y mejorar el proceso de aprendizaje se consulta la página siguiente <a href="https://www.youtube.com/watch?v=YNHRUgnikQo">https://www.youtube.com/watch?v=YNHRUgnikQo</a></li> <li>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.</li> </ol>



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



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.
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