

Encuadre

1. **Evaluación diagnóstica:** *Aprender a Aprender.*
2. Trayectoria curricular.
3. Portafolio de Actuación Docente y Plataforma Microsoft Teams: Uso de los canales, tareas, avisos, videoconferencias, etc.
4. Explicación de la planeación didáctica: ***qué se va hacer, como se va a hacer, qué resultados se obtendrán y el continuo evaluativo.***
 - a) Contenido.
 - b) Productos en el desarrollo de las competencias transversales y disciplinares: del **PEV del estudiantes, Apuntes del tema de investigación, etc.**
 - c) Uso de formatos: evaluaciones, diario, reporte de lectura y video (investigaciones).
 - e) Momentos evaluativos entre el estudiantes y el asesor.
6. Ejemplos de PEV.
7. Formación de equipos: ***¿cómo se integra y se trabaja?***



UJAT

UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO

“ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE”

Guía y asesoría profesional
Dra. Minerva Camacho Javier



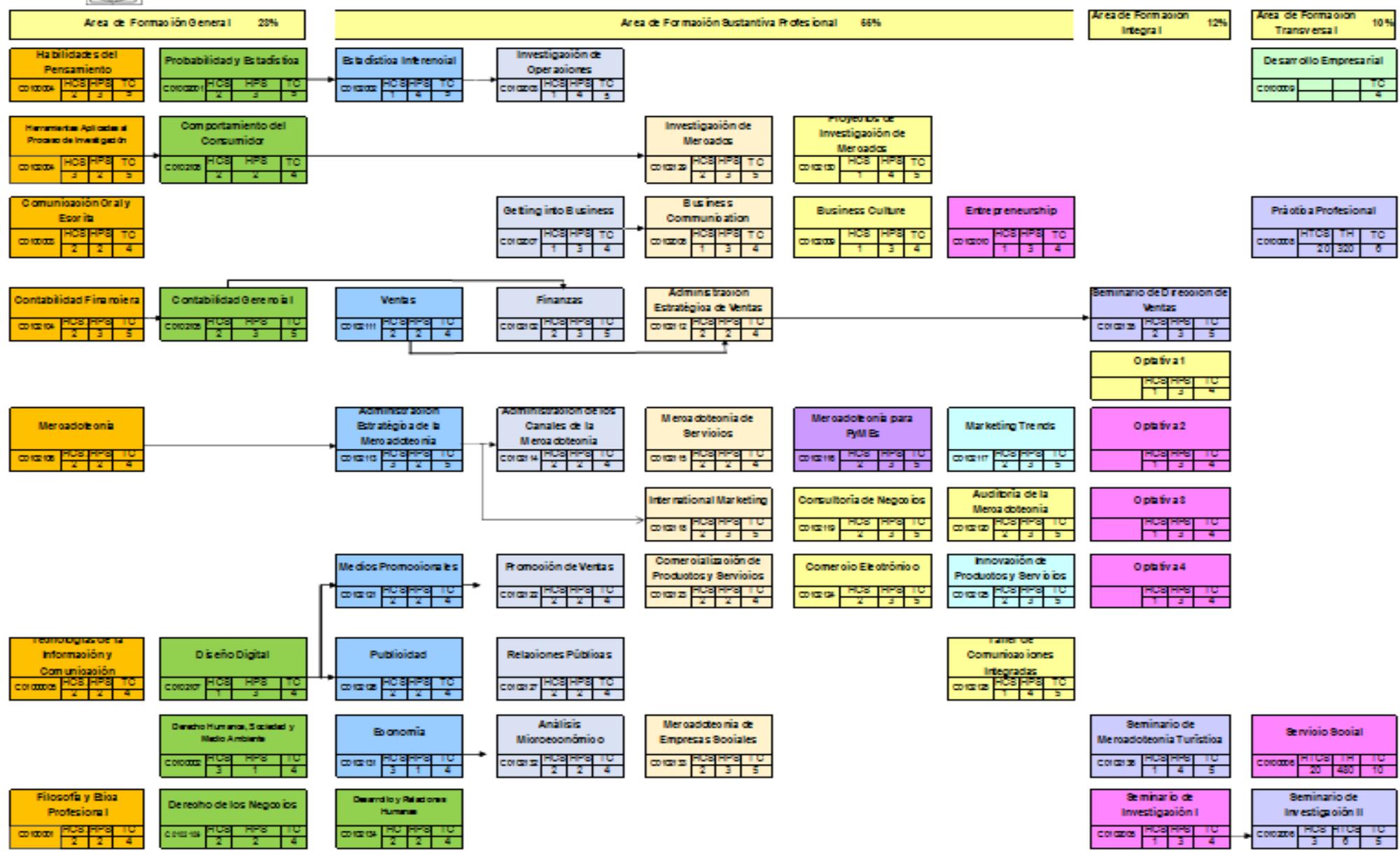
Estadística e Investigación de Mercados

Finanzas, Ventas, Comunicación y Negocios

Mercadeotecnia

Promoción, Publicidad y Relaciones Públicas

Humanística, Sustentabilidad y Economía



48 Asignaturas Obligatorias + 40 optativas Disciplinarias + 1 de Actividades de Aprendizaje Independiente (Desarrollo Empresarial) + Servicio Social + Práctica Profesional + 4 Niveles de Inglés sin Valor Creditivo

Total de Créditos 281

Nomenclatura: HCS- Horas de Clase a la Semana; HPS- Horas Prácticas a la Semana; HTCS- Trabajo de Campo Supervisado; TC- Total de Créditos

Dónde encontrar el Blog del Docente en Microsoft Teams

The image shows a Microsoft Teams channel interface. On the left, the navigation pane shows the channel name '*202102 C0102106 2CLM MERCA...' and a list of tabs: 'Bloc de notas de clase', 'Tareas', 'Calificaciones', 'Insights', 'Canales', 'General', and 'Asesorías'. The main area shows the 'General' tab selected, with sub-tabs for 'Publicaciones', 'Archivos', and 'Blog del docente'. A blue arrow points from the 'Blog del docente' sub-tab to a preview of a blog page. The blog page is titled 'Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, División de Ciencias Económico Administrativas, BLOG DE ACTUACIÓN EDUCATIVA' and features a photo of a classroom with the text 'Saber-Puente'. Below the preview are two buttons: 'Cargar materiales de clase' and 'Configurar el bloc de notas de clase'. A message from 'PROF. MINERVA CAMACHO JAVIER' dated 31/08/2021 12:48 states: 'Se ha agregado una nueva pestaña en la parte superior de este canal. Este es el vínculo.' Below the message is a link card for 'Blog del docente'. A date separator indicates 'viernes, 3 de septiembre de 2021'. Below that, another message from 'PROF. MINERVA CAMACHO JAVIER' dated 03/09/2021 21:34 shows a large image with the text 'Bienvid@s' and a thumbs-up icon with the number '3'. At the bottom, there is a 'Nueva conversación' button.

Proceso de aprendizaje por etapas



(Qué se hará, cómo y en cuánto tiempo)

Metodología ABP, BP, etc.

Tabla secuencial de tareas, evaluación y tiempo de entrega de la Asignatura de Comportamiento del Consumidor

Evidencias de aprendizaje		Ponderación	Formato evaluativo	Fecha de entrega	Hora límite
Etapa 1	Individual secuencial	puntaje			22 hrs.
Aprender a Aprender Nivel 1 (diagnóstico)		s/p	Rúbrica	6 de febrero	
Mapa Mental (unidad 1: temas del 1.1 al 1.4).		0.5	Lista de cotejo	20 de febrero	
Cuadro de análisis (unidad 1: tema 1.5).		0.5	Lista de cotejo	1ro de marzo	
Mapa Conceptual (unidad 1: tema 1.6).		0.5	Lista de cotejo	15 de marzo	
Infografía (unidad 2: tema 2.1)		0.5	Lista de cotejo	22 de marzo	
Presentación interactiva con Canva (unidad 2: tema 2.2)		0.5	Lista de cotejo	29 de marzo	
Etapa 2	En equipo secuencial	puntaje			
Presentación en PP del reporte de Inv. sobre el consumidor bajo un enfoque Cualitativo (unidad 3) y Cuantitativo (Unidad 4)		2.5	Lista de cotejo	3 de mayo	
Coevaluación (presencial)		s/p	Rúbrica	6 de mayo	
Etapa 3	Individual transversal	puntaje			
Apuntes de CC		2.0	Rúbrica	17 de mayo	
Portafolio de Evidencias Virtual (PEV)		3.0	Rúbrica	19 de mayo	
Porcentaje Total		∑ 10.0			

Del 20 de mayo al 5 de junio heteroevaluación (PEV)

Tabla secuencial de tareas, evaluación y tiempo de entrega de la Asignatura de Mercadotecnia

Evidencias de aprendizaje		Ponderación en puntos	Formato evaluativo	Fecha de entrega	Hora límite
Etapa 1	Individual secuencial				22 hr Mapa Mental (s.
Aprender a Aprender (diagnóstico)		s/p	Rúbrica	6 de febrero	
Cuadro de análisis en PP (Generalidades del MKT: concepto, objetivos, funciones, aplicaciones y tipos).		0.5	Lista de cotejo	15 de febrero	
Infografía en Canva con enlace compartido y descargado en imagen (evolución del MKT).		0.5	Lista de cotejo	22 de febrero	
Mapa Mental en PP (Micro y macro ambiente del MKT).		0.5	Lista de cotejo	1ro de marzo	
Presentación interactiva en Canva (Mezcla de MKT y sus variables)		.0.5	Lista de cotejo	8 de marzo	
Infografía en Canva con enlace compartido y descargado en imagen (Estrategias de MKT: producto, precio, promoción y canales de distribución).		1.0	Lista de cotejo	15 de marzo	
Etapa 2	En equipo secuencial				
Documento en Word (Investigación documental, de campo y diseño de la campaña sobre el tema seleccionado).		1.0	Lista de cotejo	29 de marzo	
Presentación en video editado en Canva (Aplicación de la Micro Campaña de Corte Social).		1.0	Lista de cotejo	3 de mayo	
Coevaluación		s/p	Rúbrica	6 y 7 de mayo	
Etapa 3	Individual transversal				
Documento en Word de Apuntes de MKT		2.0	Rúbrica	16 de mayo	
Documento en Word Portafolio de Evidencias Virtual (PEV)		3.0	Rúbrica	18 de mayo	
Porcentaje Total		Σ 10.0			

Del 19 de mayo al 5 de junio heteroevaluación (PEV)

Tabla secuencial de tareas, evaluación y tiempo de entrega de la Asignatura de Proyectos de Investigación de Mercados

Evidencias de aprendizaje		Ponderación en puntos	Formato evaluativo	Fecha de entrega	Hora límite
Etapa 1	En equipo secuencial				22 hrs.
	Aprender a Aprender Nivel 3 Formato Word-PDF	s/p	Rúbrica	6 de febrero	
	Avances de investigación Formato Word-PDF	s/p	Lista de cotejo	22 de febrero	
	Avances de investigación Formato Word-PDF	s/p		28 de febrero	
Etapa 2					
	Avances de investigación Formato Word-PDF	s/p	Lista de cotejo	14 de marzo	
	Avances de investigación Formato Word-PDF	s/p		21 de marzo	
	Avances de investigación Formato Word-PDF	s/p		28 de marzo	
Etapa 3					
	Informe de investigación:		Listas de cotejo	12 de abril (a) y (b)	
	(a) Inv. documental y de campo (Word-PDF).	1.5		Del 13 de abril al 15 de mayo	
	(b) Presentación Resultados y Sugerencias (PP en Canva)	1.5		(c)	
	(c) Exposición oral de resultados con empresario (Video editado en Canva).	2.0			
	Coevaluación (presencial)	s/p	Rúbrica	16 de mayo	
Etapa 3	Individual transversal				
	Apuntes de PIM (referencias lecturas)	2.0	Rúbrica	17 de mayo	
	Portafolio de Evidencias Virtual (PEV)	3.0	Rúbrica	18 de mayo	
	Porcentaje Total	Σ 10.0			

Del 19 de mayo al 5 de junio heteroevaluación (PEV)



Portafolios de Evidencia Virtual (PEV)

Blog del docente

<https://www.minervacj2000.com>

Ejemplo

<https://melissamendozaj18.wixsite.com/ciclos/primer-parcial>

Anexos

Horario

Redacción con APA

Procedimiento en Investigación y
Método de estudio de caso

Horario del Ciclo 01-2025

Inicio de curso: 4 de Febrero 

 Fin de curso: 6 de Junio

Materias	Aula y Grupo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Comportamiento del Consumidor Área de formación general	B4-MLM	06-07 am	06-07 am	06-07 am	06-07 am	
Mercadotecnia Área de formación general	A2/ ILA		07-09 am		07-09 am	
Mercadotecnia Área de formación general	A3/ JLA	07-09 am		07-09 am		
Proyectos de Inv. de Mercados Área de formación sustantiva profesional	E12/OLM	09-11 am		09-11 am		09-10 am

APA. Indicaciones y Ejemplos

Consideraciones generales del APA 7ª ed.

Utilizar un interlineado de 1.5; la sangría, en la primera línea de cada párrafo de 1.27. Los títulos y subtítulos son en negrita y el tipo de letra a utilizar será Arial tamaño 12. Las referencias bibliográficas se ordenan en orden alfabético, utilizan sangría francesa y el interlineado es a doble espacio.

Ejemplo cita parafraseada narrativa

Stanton (2020) menciona que la mercadotecnia es aquella que utiliza técnicas y métodos para satisfacer las demandas de un mercado mediante el análisis y desarrollo del mix del marketing o mezcla de mercadotecnia.

Ejemplo cita textual narrativa

Stanton (2020) define a la mercadotecnia como “un sistema total de actividades de negocios diseñados para planear, fijar precios, promocionar y distribuir productos que satisfacen necesidades a mercados objetivo para lograr las metas organizacionales” (p. 26).

Ejemplo cita parafraseada no narrativa

La mercadotecnia es aquella que utiliza técnicas y métodos para evaluar el mercado mediante el análisis y desarrollo del mix del marketing o mezcla de mercadotecnia (Stanton, 2020).

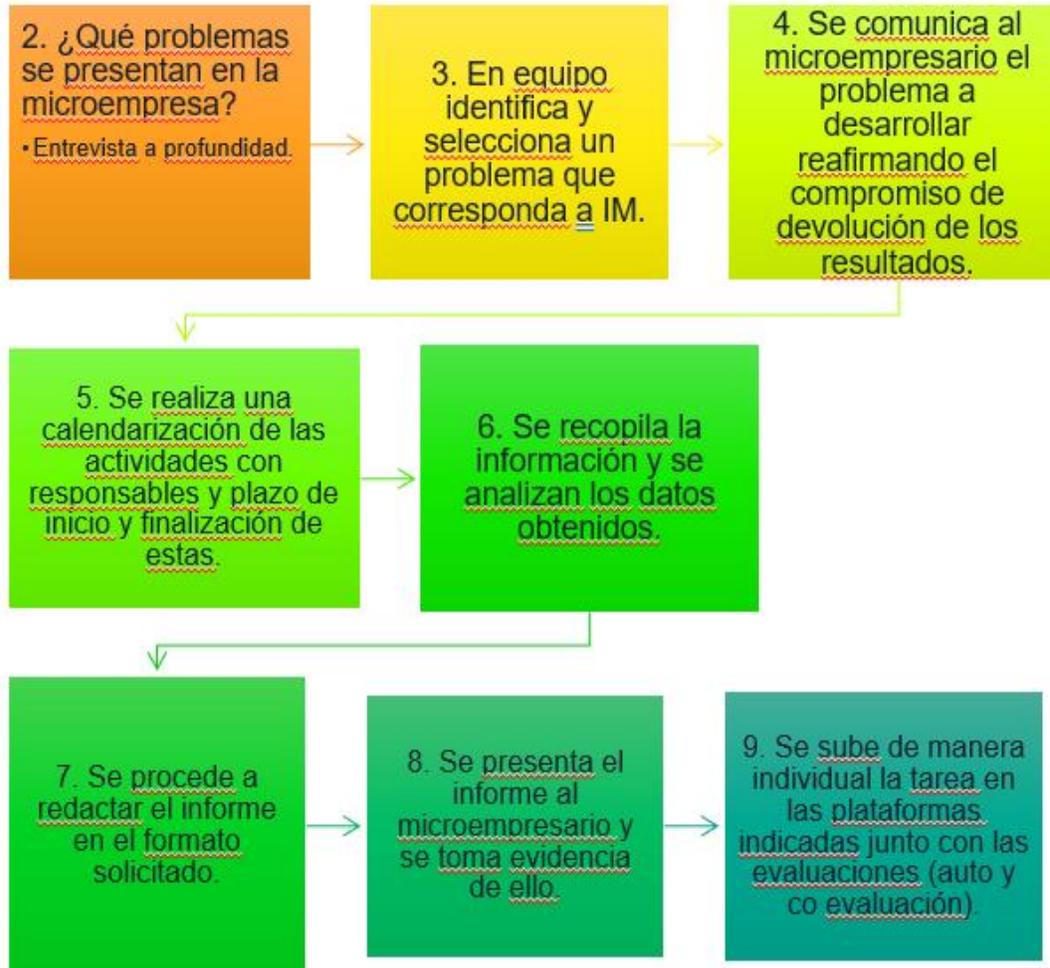
Ejemplo cita textual no narrativa

“Es un sistema total de actividades de negocios diseñados para planear, fijar precios, promocionar y distribuir productos que satisfacen necesidades a mercados objetivo para lograr las metas organizacionales” (Stanton, 2020, p. 26).



Trabajo en equipo

Procedimiento



Esta foto de Autor desconocido está bajo licencia CC BY

1. Sujeto de estudio

Se deberá indagar con qué microempresa se trabajará. Una vez hecho el contacto, se comunicará la intención educativa, el compromiso de la entrega del informe de investigación y la ética profesional del resguardo de los datos obtenidos de esta. Se gestionará en la división el oficio que ampara que son estudiantes de la división y el permiso para oficializar el trabajo empresa-universidad.

Pasos para desarrollar un Estudio de Caso

Identificación
y definición
del problema

Decidir
técnicas de
recogida y
análisis de
datos

Preparación
del informe

Selección del
caso

Recopilación
de datos y
evaluación
de resultados