

PLAN DE TRABAJO

I. Datos de la institución

Plantel	 UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA Modalidad: A Distancia		Grado o Licenciatura	Licenciatura en Contaduría
---------	---	---	----------------------	----------------------------

II. Datos del asesor

Nombre	BUENDIA MATA FELIX FERNANDO	Correo	flx5buendia@gmail.com
--------	-----------------------------	--------	-----------------------

III. Datos de la asignatura

Nombre	DIAGNOSTICO DE MERCADOS	Clave	1213	Grupo	8202
Modalidad	Obligatoria	Plan	2012	Fecha de inicio del semestre	12 de febrero de 2024
Horas de asesoría semanal	4	Horario	Lunes: 18:00 - 20:00 hrs Miércoles: 18:00 - 20:00 hrs	Fecha de término del semestre	19 de junio de 2024

IV. Contenido temático

TEMA	HORAS		
	Total	Teoría	Práctica
I. Mezcla de la mercadotecnia	10	10	0
II. Estrategias de mercadotecnia	8	8	0

III. Creación de producto	8	8	0
IV. Investigaciones cualitativas	6	6	0
V. Investigaciones cuantitativas	6	6	0
VI. Publicidad ATL y BTL	6	6	0
VII. Mercadotecnia en internet	4	4	0
VIII. Conducta del consumidor	8	8	0
IX. Posicionamiento	8	8	0

V. Presentación general del programa

Estimado estudiante,

Es un placer darte la más cordial bienvenida a la asignatura de “Diagnóstico de Mercados”. Mi nombre es Félix Fernando Buendía Mata, y seré tu asesor a lo largo de este curso. Mi principal objetivo es apoyarte en tu proceso de aprendizaje, proporcionándote orientación con cualquier duda que puedas tener.

La interacción y participación activa son clave para maximizar tu experiencia de aprendizaje en este curso. Para nuestra comunicación sincrónica se han programado dos sesiones por semana, cada una con una duración de dos horas, estas se llevarán a cabo a través del chat, específicamente los días lunes y miércoles, de 18:00 a 20:00 horas.

En cuanto a la comunicación asincrónica, tendremos a nuestra disposición la mensajería de la plataforma, el foro general de la materia y el correo institucional.

A lo largo del curso, adquirirás la capacidad para desarrollar investigaciones de mercado, interpretar datos relevantes y formular estrategias sólidas. Todo ello se basará en un análisis profundo de la situación económica, brindándote las habilidades esenciales para abordar los desafíos del entorno empresarial.

El curso consta de 9 unidades temáticas con actividades que te ayudarán a comprender mejor cada tema. Revisaré y evaluaré tus actividades en un plazo no mayor a 8 días hábiles después de la fecha límite asignada en el plan de trabajo. Además, te brindaré comentarios detallados que potenciarán tu aprendizaje.

Tendrás a tu disposición una videoclase en el Foro de la plataforma sobre todas las unidades.

Además, se programarán 6 videoconferencias en las fechas indicadas en la siguiente tabla, a las cuales podrás acceder mediante el enlace de Zoom que se te proporcionará con anticipación a la fecha programada:

Fecha	Horario	Tema
28/02/2024	18:00 - 20:00 hrs	Mezcla de la mercadotecnia
20/03/2024	18:00 - 20:00 hrs	Estrategias de mercadotecnia
08/04/2024	18:00 - 20:00 hrs	Creación de producto
29/04/2024	18:00 - 20:00 hrs	Investigaciones cuantitativas
13/05/2024	18:00 - 20:00 hrs	Mercadotecnia en internet

VI. Forma en que el alumno deberá preparar la asignatura

Las actividades de aprendizaje y complementarias que te he asignado están diseñadas para desarrollar habilidades y destrezas que te capacitarán para aplicar de manera eficaz la teoría en tu práctica profesional.

En el caso de que entregues tus actividades en tiempo y forma y, no logres la calificación máxima. Tendrás un intento adicional para adjuntar la actividad y hacer correcciones con base en las observaciones que te otorgué, para mejorar tu calificación. Tendrás un máximo de 3 días hábiles para realizar correcciones, contados a partir del día en que se te califique la actividad.

En caso de no entregar la actividad en los plazos establecidos, se permitirá una entrega extemporánea con un plazo máximo de 8 días hábiles después de la fecha límite original. Sin embargo, la calificación máxima será de 8.0. En este supuesto no tendrás derecho a corregir tu actividad.

En caso de realizar investigaciones en internet, se recomienda consultar bibliotecas virtuales, revistas o artículos científicos, y utilizar buscadores confiables.

NOTA: Sólo serán evaluadas las actividades que están consideradas en el Plan de trabajo.

Al finalizar el semestre presentarás un examen final que contempla todos los temas de la asignatura. Debes tener presente que sólo tienes un intento, después del tiempo establecido para resolverlo se enviará la calificación obtenida.

CALENDARIO DE ACTIVIDADES

Fecha	No. Unidad	No. Actividad	Descripción de la de actividad de acuerdo a la plataforma	Ponderación
28 de febrero de 2024	UNIDAD 1: Mezcla de la mercadotecnia	Act. de aprendizaje 1	Realiza infografía sobre la Mezcla de mercadotecnia (4P's). Puedes utilizar herramientas como: • Canva • PowerPoint • Google Slides • Genially No olvides adjuntar tu archivo con portada, introducción, conclusión y bibliografía.	5 %
04 de marzo de 2024	UNIDAD 1: Mezcla de la mercadotecnia	Act. de aprendizaje 2	Realiza una investigación de empresas mexicanas ampliamente reconocidas, tanto a nivel nacional como internacional. Selecciona una y descríbela de manera general, después explica exhaustivamente como es que aplican la mezcla de mercadotecnia (Precio, plaza, producto y promoción)	5 %

06 de marzo de 2024	UNIDAD 1: Mezcla de la mercadotecnia	Act. de aprendizaje 3	Revisa tu apunte electrónico en las páginas 49-51, elige al menos 4 herramientas y realiza una infografía. Puedes utilizar herramientas como: • Canva • PowerPoint • Google Slides • Genially No olvides adjuntar tu archivo con portada, introducción, conclusión y bibliografía.	5 %
11 de marzo de 2024	UNIDAD 1: Mezcla de la mercadotecnia	Act. complementaria 1	Elige una marca en la que tú creas que su mezcla de mercadotecnia está mal planteada. Describe a la empresa de manera breve, en la que destagues su: 1. Misión 2. Visión 3. Valores 4. Producto o servicio que oferta 5. Segmento de mercado Después, describe aquellos cambios que creas necesarios.	4 %
13 de marzo de 2024	UNIDAD 2: Estrategias de mercadotecnia	Act. de aprendizaje 1	Busca en Internet un ejemplo para cada uno de los siguientes tipos de estrategias de promoción de ventas: • Provocar prueba de producto • Estimular la recompra • Favorecer el cambio de marca • Incrementar la frecuencia de compra. Describe tu ejemplo y justifica ampliamente tu respuesta en cada uno de los aspectos. Puedes utilizar imágenes para ilustrar el contenido.	5 %
20 de marzo de 2024	UNIDAD 2: Estrategias de mercadotecnia	Act. complementaria 1	Realiza la lectura del “Caso Nissan”, disponible en el siguiente enlace: https://www.bbc.com/mundo/noticias-49135125, después elabora un ensayo donde argumentes la importancia de implementar una estrategia efectiva de mercadotecnia y analices los efectos que esta tendrá en la percepción del consumidor. La extensión del ensayo tiene un mínimo de una cuartilla y un máximo de dos.	4 %
01 de abril de 2024	UNIDAD 2: Estrategias de mercadotecnia	Act. de aprendizaje 2	Realiza una investigación de campo en tu supermercado más cercano, donde identifiques un producto que sea de tu agrado. Después identifica los siguientes puntos: • Línea de productos • Profundidad de la línea de productos • Amplitud de la mezcla de productos • Longitud o mezcla de productos Describe cómo la marca que has elegido aborda cada punto y brinda ejemplos. Puedes utilizar imágenes para apoyar tu contenido.	5 %
08 de abril de 2024	UNIDAD 3: Creación de producto	Act. de aprendizaje 1	Revisa la figura 3.5 de tu apunte electrónico (pág. 106), que se titula “Factores que arriesgan el éxito del producto”, después explica con tus propias palabras cada uno de los factores y brinda al menos un ejemplo por cada factor.	5 %

15 de abril de 2024	UNIDAD 3: Creación de producto	Act. complementaria 1	Imagina que trabajas para una empresa de juguetes y, te confían la responsabilidad de liderar un grupo con el emocionante desafío de diseñar un innovador prototipo de producto. Tu misión será desarrollar una propuesta única que destaque en la industria. A continuación, se te enunciarán los puntos que, deberás desarrollar: • Concepción - Debes elegir al menos 3 fuentes de nuevas ideas - Debes elegir un método para obtener nuevas ideas • Diseño - Descripción del mercado meta y el posicionamiento esperado • Desarrollo del producto - Breve descripción de las características del producto • Prueba del producto - Debes elegir al menos 2 pruebas a realizar Deberás explicar cada elección que realizaste, puedes apoyarte de tu apunte electrónico en las páginas 98-101.	4 %
22 de abril de 2024	UNIDAD 4: Investigaciones cualitativas	Act. de aprendizaje 1	Realiza infografía sobre las técnicas directas o indirectas de investigación cualitativa. Puedes utilizar herramientas como: • Canva • PowerPoint • Google Slides • Genially No olvides adjuntar tu archivo con portada, introducción, conclusión y bibliografía.	5 %
29 de abril de 2024	UNIDAD 5: Investigaciones cuantitativas	Act. de aprendizaje 1	Elabora un cuestionario compuesto por entre 15 y 20 preguntas para evaluar un producto o servicio de tu elección. El enfoque del cuestionario debe centrarse en obtener información sobre los siguientes aspectos: • Conocimiento de la marca. • Experiencia con el producto/servicio. • Intención de compra • Opinión de su mercadotecnia. En tu apunte electrónico en la figura 5.3, que puedes encontrar en la página 140, puedes observar los distintos tipos de preguntas que puedes incluir. Recuerda incluir preguntas breves para conocer datos estadísticos relevantes sobre tus encuestados.	5 %
06 de mayo de 2024	UNIDAD 6: Publicidad ATL y BTL	Act. de aprendizaje 1	Busca en Internet 4 campañas ganadoras del premio EFFIE en los últimos 5 años y para cada una responde lo siguiente: • ¿Cuál es el título de la campaña y en qué consistió? • ¿Qué agencia publicitaria desarrolló la campaña? • ¿La campaña que se utilizó es tipo ATL o BTL? • ¿Cuáles fueron los medios de publicidad que formaron parte de la campaña?	5 %
13 de mayo de 2024	UNIDAD 7: Mercadotecnia en internet	Act. de aprendizaje 1	Busca en Internet el uso de marketing digital, brinda 5 ejemplos de las siguientes técnicas: • Mercadotecnia de permiso • Mercadotecnia dinámica • Mercadotecnia móvil Debes describir cada anuncio, justificar su clasificación y adjuntar alguna imagen del anuncio.	5 %

20 de mayo de 2024	UNIDAD 8: Conducta del consumidor	Act. de aprendizaje 1	Realiza una investigación de las siguientes marcas: Fisher Price, Coca-Cola, Nivea, Adidas, Scotch Brite, Chanel y Microsoft. Imagina que estas interesado en adquirir algún artículo de dichas marcas, selecciona dos artículos por marca y contesta lo siguiente: • Determina el tipo de comportamiento de compra tendrías. • Identifica los principales factores que influyen en tu conducta como consumidor. Justifica ampliamente tus decisiones. Puedes apoyarte de tu apunte electrónico en las páginas 196-203.	5 %
27 de mayo de 2024	UNIDAD 8: Conducta del consumidor	Act. complementaria 1	Revisa la figura 8.2 de tu apunte electrónico, que puedes visualizar en la página 193. Realiza un ensayo donde explores la relevancia de emplear términos específicos en la definición del consumidor y cómo su percepción difiere según el rol que desempeñe. La extensión del ensayo tiene un mínimo de una cuartilla y un máximo de dos.	4 %
03 de junio de 2024	UNIDAD 9: Posicionamiento	Act. de aprendizaje 1	Realiza infografía sobre las estrategias para abordar la ventaja competitiva. Puedes utilizar herramientas como: • Canva • PowerPoint • Google Slides • Genially No olvides adjuntar tu archivo con portada, introducción, conclusión y bibliografía. Revisa tu apunte electrónico en las páginas 221 y 222.	5 %
05 de junio de 2024	UNIDAD 9: Posicionamiento	Act. complementaria 1	Realiza una investigación, donde consigas información técnica de al menos 8 marcas distintas de celulares, identifica un celular de tu interés por cada marca y clasificalos en términos de precio, almacenaje, duración de la batería y calidad de la cámara. Después elabora los mapas de posicionamiento donde confrontes precio vs duración de la batería, calidad de la cámara vs almacenaje y almacenaje vs precio. Es recomendable que busques referencias en internet, opiniones informadas, y clasifiques con tu criterio incluyendo los enlaces de los artículos a comparar.	4 %

VII. Sistema de evaluación

FACTORES	DESCRIPCIÓN
----------	-------------

Requisitos	Para desarrollar todas tus actividades, deberás utilizar un editor de textos como por ejemplo lo es "Word". Sin embargo, para la entrega en la plataforma, asegúrate de adjuntar el archivo en formato PDF. En caso contrario, la calificación máxima será de 9.0. Independientemente que, en tu entrega de correcciones cambies el formato a PDF. Toda actividad deberá contar con los siguientes elementos: • Portada • Introducción • Contenido (Propiamente lo que se te solicita en la actividad) • Conclusión • Bibliografía En la introducción de tus actividades, es importante que definas de manera breve los temas más relevantes que utilizarás. También se acepta mencionar los supuestos de la actividad, siempre y cuando esto no se convierta en el tema principal. En la conclusión, evaluaré que vayas más allá de las observaciones obvias y que, de manera objetiva, argumentes tus impresiones sobre la aplicación práctica de tus conocimientos. Procura mantener una redacción clara, cuida la ortografía y la presentación en todas tus actividades. Asegúrate de incluir al menos 3 referencias bibliográficas para cada actividad, en todo momento debes presentarlas en formato APA.								
Porcentajes	<table> <tr> <td>Act. de aprendizaje</td><td>60 %</td></tr> <tr> <td>Examen Final</td><td>20 %</td></tr> <tr> <td>Act. complementaria</td><td>20 %</td></tr> <tr> <td>TOTAL</td><td>100 %</td></tr> </table>	Act. de aprendizaje	60 %	Examen Final	20 %	Act. complementaria	20 %	TOTAL	100 %
Act. de aprendizaje	60 %								
Examen Final	20 %								
Act. complementaria	20 %								
TOTAL	100 %								
La calificación final de la asignatura está en función de la ponderación del asesor, no de la que se visualiza en la plataforma. Es necesario solicitar por correo electrónico la calificación final al asesor.									

VIII. Recursos y estrategias didácticas

Lecturas Obligatorias	(X)
Trabajos de Investigación	(X)
Clases Virtuales (PPT)	(X)
Procesadores de Texto, Hojas de Cálculo y Editores de Presentación	(X)
Plataforma Educativa	(X)
Foro Electrónico	(X)
Chat	(X)
Correo Electrónico	(X)
Sitios de Internet	(X)
Plan de Trabajo	(X)

