

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	TORRES GARCIA GUSTAVO	Correo	gtorres@docencia.fca.unam.mx
--------	-----------------------	--------	------------------------------

III. Datos de la asignatura

Nombre	DIAGNOSTICO DE MERCADOS	Clave	1213	Grupo	8203
Modalidad	Obligatoria	Plan	2012	Fecha de inicio del semestre	12 de febrero de 2024
Horas de asesoría semanal	4	Horario	Lunes: 19:00 - 21:00 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

Bienvenido a tu materia de Diagnóstico de Mercado. En esta exploraremos conceptos básicos de Mercado, de la metodología y herramientas básicas que debes conocer para entender a los consumidores. Adicionalmente te comento que todos los lunes (o miercoles si es feriado) tenemos sesión de zoom sobre los temas del programa, dudas y resumen generales de problemas en las actividades. Las sesiones se realizan en horario de clase, son optativas, requieren un quorum de al menos tres estudiantes y no suelen grabarse.

sesion 1 4 de Marzo 19-21 hrs temas y dudas de la Unidad 1

sesion 2 11 de Marzo 19-21 hrs temas y dudas de la Unidad 1

sesion 3 1 de Abril 19-21 hrs temas y dudas de la Unidad 2

sesion 4 8 de Abril 19-21 hrs temas y dudas de la Unidad 2

sesion 5 15 de Abril 19-21 hrs temas y dudas de la Unidad 3

sesion 6 22 de Abril 19-21 hrs temas y dudas de la Unidad 3

Nota las demás sesiones semanales expuestas en la calendarización estarán sujetas a resolver temas administrativos con la coordinación y al interes de los alumnos

VI. Forma en que el alumno deberá preparar la asignatura

En la Materia sólo ocupamos actividades complementarias. 90% son actividades complementarias y 10% el examen final. Dentro de las actividades complementarias hay un trabajo integrador o trabajo final en dónde aplicarás varios de los conceptos del curso en un análisis de la empresa. Cada ACTIVIDAD está diseñada para que demuestres que eres competente en aplicar los conceptos del curso aplicando una investigación de mercado. Cada actividad tiene por lo general una rubrica que especifica qué cosas debe tener tu actividad para tener una calificación dada, pero tambien sirven de guías y a veces incluyen ligas o recordatorios de material de apoyo necesario para realizar la actividad por lo que es muy importante revisarlas. Las actividades se entregan los Lunes, salvo que sean

feriados, a más tardar las 23:59 hrs fuera de eso se consideran extemporáneas y puede haber penalizaciones y tardanzas en su calificación. Te invito que consultes las preguntas frecuentes del Foro General para profundizar más en el tema. Las clases se dan Via ZOOM, requieren de un quorum mínimo de 3 personas(además del tutor) activas que interactúen, preguntes y vean los videos y materias que el tutor mande de manera dinámica, son importantes para temas más complejos y aclarar dudas. Usualmente tardo 48hrs hábiles en contestar dudas por mensajes.

Las dudas son de naturaleza sobre la mecánica de entrega, falta de retroalimentación, problemas con la plataforma o dudas generales del curso te recomiendo consultes las preguntas frecuentes, si tienes dudas sobre una actividad en específico te recomiendo la envíes con antelación a la entrega (hay detalles en preguntas frecuentes que te recomiendo checar para que tus dudas sean contestadas de una forma más útil) o la preguntes vía Chat en los horarios destinados.

Es importante Checar el Foro General y los Avisos constantemente pues hay material de apoyo, videos y anuncios importantes, Adicionalmente es completamente necesario te inscribas en el

canal de Telegram de la materia, pues ahí envío la información más urgente e importante. <https://t.me/DMFCA24>

Más información en preguntas frecuentes Suerte

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. complementaria 1	Unidad 1 Actividad complementaria 1 Del documento complementario disponible en el Foro General que contienen una lista de spots de Televisión y teniendo en cuenta la pirámide de Maslow identifica el producto/servicio, la necesidad y el deseo de cada uno de ellos. Sigue el ejemplo disponible. Consulta el documento complementario y rubrica en Foro General	3 %
04 de marzo de 2024	UNIDAD 1: Mezcla de la mercadotecnia	Act. complementaria 2	Unidad 1 Actividad complementaria 2 Con base en el caso descrito en el documento complementario de las rubricas, identifica: 1. ciclos de vida de los productos de la empresa y estrategias (figura 1.4 del apunte),2. identifica el mercado total, potencial, meta y real de cada producto,3. identifica el canal de distribución (figura 1.23) y 4. tipo de publicidad (figura 1.29). Resuelve el caso y entregalo en pdf. Consulta el documento complementario y rubrica en Foro General	4 %
11 de marzo de 2024	UNIDAD 1: Mezcla de la mercadotecnia	Act. complementaria 3	Unidad 1 Actividad complementaria 3 Se te enviará un vínculo personalizado del cuestionario a resolver a tu correo registrado en plataforma. Sigue las instrucciones para tener acceso a los cuestionarios del curso en una plataforma moodle alterna. Te sugiero que tengas al día tu correo, puedes actualizarlo en tu perfil de plataforma.	2 %
20 de marzo de 2024	UNIDAD 2: Estrategias de mercadotecnia	Act. complementaria 1	Unidad 2 Actividad complementaria 1 Caso Nissan Consulta estas ligas https://www.youtube.com/watch?v=OkM8PxOnaIA https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-51077197 https://www.bbc.com/mundo/noticias-49135125 En estas se exponen los recientes problemas de Nissan y su participación de mercado en el mundo del automóvil. Con Base en esto Contesta la guía de preguntas y diagramas en la plataforma alternativa. Consulta la rúbrica en Foro General	7 %
01 de abril de 2024	UNIDAD 2: Estrategias de mercadotecnia	Act. complementaria 2	Unidad 2 Actividad complementaria 2 Con base en el esquema y clase de estrategias de mercadotecnia y la lista de situaciones, identifica las estrategias de mercadotecnia adecuadas para cada situación, contempla la info de la clase con el ppt disponible en el chat. El cuestionario esta disponible en la plataforma alternativa.	3 %
08 de abril de 2024	UNIDAD 3: Creación de producto	Act. complementaria 1	Unidad 3 Actividad complementaria 1 Con base en el caso disponible en Plataforma Alternativa sobre un hipotética producto, describe: Estrategias de protección de marca, estrategias de protección de propiedad intelectual de cada elemento del producto, anexar justificación legal. Consulta la rúbrica y Guía en Foro General	4 %

15 de abril de 2024	UNIDAD 3: Creación de producto	Act. complementaria 2	Unidad 3 Actividad complementaria 2 Aplica un método creativo para desarrollar un nuevo producto o repensarlo. Debes de determinar la necesidad que quieras satisfacer y aplicar correctamente algunos de los siguientes métodos: 6 sombreros, Scamper o análisis morfológico. Es indispensable que asistas a la clase sobre esos métodos. Y contestar porqué consideras que su adopción sea rápida de acuerdo a las 5 características de la figura 3.4 Consulta la rúbrica y Guía en Foro General	7 %
22 de abril de 2024	UNIDAD 4: Investigaciones cualitativas	Act. complementaria 1	Unidad 4 Actividad complementaria 1 Lee el texto “El turismo rural-cultural: un modelo de gestión del marketing turístico a nivel local basado en la medida de la imagen del destino”, disponible en http://fcaenlinea1.unam.mx/anexos/1213/documentos/u4_act_loquese_2016.pdf “El turismo rural cultural: un modelo de gestión del marketing turístico a nivel local basado en la medida de la imagen del destino”. Disponible en https://revistas.um.es/turismo/article/view/18321/17681 Consultado el 11 de febrero de 2019. Con base en esta lectura, responde: 1.¿Qué tipo de información puede ofrecer una investigación cualitativa? 2.¿Qué técnica cualitativa se usó en esta investigación? 3. Identifica en una tabla a)Objetivos y metas .b) Muestra c)Representatividad d) Análisis de datos e) Tipo de análisis f) Tiempo de ejecución h) Herramienta para recolectar de la investigación 4. De las 34 variables elige 5 que consideras más importantes que deberías aplicar es el cuestionario se realizara en México, plantea 5 preguntas relacionadas (una por variable, puedes copiarlas del estudio) y contéstalas de acuerdo a 3 destinos turísticos que hayas visitado. Pon tu cuestionario y respuesta en una tabla. Puedes ayudarte en los formatos de apoyo de Foro General.	4 %
22 de abril de 2024	UNIDAD 4: Investigaciones cualitativas	Act. complementaria 2	Unidad 4 Actividad complementaria 2 Revisa el caso de investigación cuanlitativa desponible en el material complementario, contesta la guía de preguntas. Consulta la Rubrica, la Guía y la clase en Foro General	4 %
29 de abril de 2024	UNIDAD 5: Investigaciones cuantitativas	Act. complementaria 1	Unidad 5 Actividad complementaria 1 Usted ha sido designado para llevar el seguimiento de una campaña electoral en México. El candidato desea ver los impactos de sus spots, discursos y propuestas y su intención de votos 6 meses antes de la elección pero en especial los 3 últimos meses. Se pide: 1. Defina el tipo de cuestionario y porqué 2. Defina la Clase o clases de preguntas que necesitara, incluyendo al menos 3 variables 3. Qué tipo de muestreo utilizaría 4. Elabore un Cuestionario de al menos 5 preguntas para aplicar(cada una relacionada con una variable. 5. ¿Qué tipo de tabulación considera mejor y por qué? 6. ¿Qué método de encuesta utilizaría y por qué? 7. Describa a grandes rasgos el objetivo y la necesidad de información que requiere justificando sus respuestas Consulta la Rubrica y Guía en Foro General	4 %
29 de abril de 2024	UNIDAD 5: Investigaciones cuantitativas	Act. complementaria 2	Unidad 5 Actividad complementaria 2 Resuelve el cuestionario que en plataforma alternativa, relacionado con conceptos y casos de investigación Cuantitativa.	4 %
06 de mayo de 2024	UNIDAD 6: Publicidad ATL y BTL	Act. complementaria 1	Unidad 6 Actividad complementaria 1 Del listado de la tabla de apoyo en Foro general elige si el producto/servicio en cuestión utiliza ATL O BTL, justifica tu respuesta con base en la tabla 6.1 y diagrama 6.1 del apunte y, en su caso, identifica el segmento de mercado al que se dirige. Consulta la tabla y Rubrica en Foro General	4 %

13 de mayo de 2024	UNIDAD 7: Mercadotecnia en internet	Act. complementaria 1	Unidad 7 Actividad complementaria 1 Consulta el documental de la DW sobre Amazon disponible en este link https://www.youtube.com/watch?v=UzGemfwaTT8 . Contesta la guía de preguntas sobre la publicidad en internet en la era de la inteligencia artificial disponible en el foro general. Consulta la rúbrica en Foro general	6 %
20 de mayo de 2024	UNIDAD 7: Mercadotecnia en internet	Act. complementaria 2	Unidad 7 Actividad complementaria 2 Relaciona las situaciones y los tecnicismos correctos de mercadotecnia Digital que se esta disponible en la plataforma personalizada, no te olvides de asistir a la clase y revisar la rubrica en Foro	5 %
27 de mayo de 2024	UNIDAD 8: Conducta del consumidor	Act. complementaria 1	Unidad 8 Actividad complementaria 1 Investiga por si no conoces estas marcas: Fisher Price, Coca-Cola, breville, Adidas, scotch brite, Chanel y Zara. Imagina que estas interesado-o presionado- en adquirir algún artículo de dichas marcas, selecciona uno artículo por marca y contesta: 1. Identifica en tu contexto el rol que tendrías y las personas que te rodean en la compra apoyándote en la figura 8.2 y justificando tu respuesta. 2. Determina qué tipo de comportamiento de compra tendrías a partir de la figura 8.4 y por qué? recuerda que algunas marcas tienen competencia y pudieras en su caso decidirte por otra. y 3. Identifica al menos tres factores explicándolos qué influyen en esa descripción con base en la figura 8.5. Consulta guías y rubricas en el Foro General.	5 %
03 de junio de 2024	UNIDAD 9: Posicionamiento	Act. complementaria 1	Unidad 9 Actividad complementaria 1 Investiga sobre al menos 5 marcas de celulares, clasifica las marcas en términos de precio, almacenaje, confiabilidad y velocidad y elabora los mapas de posicionamiento que muestren sus características. Es recomendable que busques referencias en internet, opiniones informadas, hojas de datos y clasifiques con tu criterio incluyendo los links. Consulta Rubrica y Guía en Foro General	4 %
05 de junio de 2024	UNIDAD 9: Posicionamiento	Act. complementaria 2	Trabajo Final Elabora un estudio de mercado con la metodología vista en clase, la guía y rúbrica esta en el Foro General	20 %

VII. Sistema de evaluación

FACTORES	DESCRIPCIÓN						
Requisitos	Tener calificación mínima de 6 (cerrado) para pasar. Se recomienda de forma opcional asistir a las clases vía chat recomendadas.						
Porcentajes	<table> <tr> <td>Examen Final</td><td>10 %</td></tr> <tr> <td>Act. complementaria</td><td>90 %</td></tr> <tr> <td>TOTAL</td><td>100 %</td></tr> </table>	Examen Final	10 %	Act. complementaria	90 %	TOTAL	100 %
Examen Final	10 %						
Act. complementaria	90 %						
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)
Elaboración de Actividades de Aprendizaje	(X)
Software Específico	(X)
Procesadores de Texto, Hojas de Cálculo y Editores de Presentación	(X)
Videos	(X)
Graficadores	(X)
Plataforma Educativa	(X)
Foro Electrónico	(X)
Chat	(X)
Lista de Correos	(X)
Correo Electrónico	(X)
Tablero de Anuncios	(X)
Sitios de Internet	(X)
Plan de Trabajo	(X)