

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 Administración
---------	---	---	----------------------	--------------------------------

II. Datos del asesor

Nombre	VELASCO MANJARREZ ROCIO	Correo	rvelazco@docencia.fca.unam.mx
--------	-------------------------	--------	-------------------------------

III. Datos de la asignatura

Nombre	FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA	Clave	1346	Grupo	8351
Modalidad	Obligatoria	Plan	2012	Fecha de inicio del semestre	13 de febrero de 2024
Horas de asesoría semanal	4	Horario	Martes: 09:00 - 11:00 hrs Jueves: 09:00 - 11:00 hrs	Fecha de término del semestre	20 de junio de 2024

IV. Contenido temático

TEMA	HORAS		
	Total	Teoría	Práctica
I. Conceptos fundamentales de la mercadotecnia	8	8	0

II. Comportamiento del consumidor (análisis de casos existentes en internet en donde ejemplifican la aplicación de las diferentes teorías)	10	10	0
III. Producto (Diseño, programas especializados)	12	12	0
IV. Plaza (Datos estadísticos de fuentes gubernamentales)	8	8	0
V. Precio (Benchmarking a través de internet)	6	6	0
VI. Promoción (redes sociales, e-commerce, e-business)	16	16	0
VII. La responsabilidad social de la función de mercadotecnia (campañas existentes en internet)	4	4	0

V. Presentación general del programa

Bienvenido a la asignatura de Fundamentos de Mercadotecnia. Es importante que enfoques esta asignatura como una meta a cumplir, dándole prioridad y realizando un esfuerzo por encima de las circunstancias personales o académicas, que se te presenten a lo largo de este período, debido a que esta asignatura la continuarás viendo a lo largo de tu carrera. Como el título de la asignatura menciona, este curso te brindará herramientas y conceptos que te servirán más adelante, para aplicarlos en el campo de las organizaciones, siempre desarrollando tus habilidades y conocimientos y fortaleciendo el aprendizaje significativo con los factores que en la asignatura intervienen. Como tu asesora te doy la bienvenida a este curso, poniéndome a tus órdenes para ayudarte en tu proceso de aprendizaje, al apropiarte de los contenidos de la materia y que puedas disfrutar este curso. Espero que este curso pueda dejar algo en tu vida no solo profesional, también de manera laboral y personal para que encuentres en la asignatura un plus a tu acervo de conocimientos y cumpla tus expectativas. No dejes de preguntarme con toda confianza tus dudas a través de la plataforma de la asignatura o del correo electrónico mencionado en este plan y las veces que sea necesario, no te de pena, recuerda que mi labor como asesora es guiarte y aprender de ti, lo más que se pueda. Te sugiero que organices bien tu tiempo para poder cumplir con tus actividades en tiempo y forma y realices todas ya que cada una de ellas otorga un porcentaje para tu evaluación final del curso. ¡Bienvenido y Éxito! Atte. Maestra Rocio Velasco

Fechas de videoconferencias por zoom:

07 de Marzo de 2024: presentación y bienvenida al curso 2024-2 de la asignatura, encuadre del curso, revisión del plan de trabajo con los alumnos, aclaración de dudas.

21 de Marzo de 2024: revisión de actividades de las unidades 1 y 2 del plan de trabajo, aclaración de dudas.

11 de Abril de 2024: revisión de actividades de la unidad 3, aclaración de dudas de las tres primeras unidades.

26 de Abril de 2024: revisión de actividades de las unidades 4 y 5, aclaración de dudas de las mismas.

09 de Mayo de 2024: revisión de actividades de las unidades 5 y 6, aclaración de dudas de las mismas.

23 de Mayo de 2024: cierre del curso, preparación de los alumnos para cerrar la asignatura, últimas fechas para subir actividades en la plataforma y fecha de examen global.

VI. Forma en que el alumno deberá preparar la asignatura

Revisa las siguientes secciones de cómo se encuentra constituida la asignatura en la plataforma.

Se te sugiere entrar al Chat en el horario que inscribiste la asignatura, donde podrás hacer preguntas, plasmar dudas, comentarios o explicaciones de un tema.

También podrás acudir a las videoclases (opcional) y tocar los mismos temas que en el chat. Lo importante es que haya comunicación continua entre el asesor y tú, para que puedas realizar sin problema todas tus actividades.

Para la entrega de actividades en la plataforma, procura que tengan una portada con tu nombre, el nombre de la asignatura, semestre y el nombre de la unidad así como la actividad que entregas.

Para la elaboración de tus actividades debes consultar de 2 a 3 autores diferentes y para esto puedes apoyarte en la BID de la FCA también las puedes realizar en cualquier programa de office y subirlas a la plataforma en el espacio y en la fecha que indica este plan de trabajo,

Si por alguna razón no puedes subir tus actividades en tiempo, ponte en contacto con tu asesora para platicarle tu situación y así puedan llegar a algún acuerdo para que concluyas tu semestre.

Te recuerdo que debes poner al calce de cada una de tus actividades la bibliografía consultada (de 2 a 3 autores diferentes)

Examen Final. Al finalizar el semestre, presentarás un examen que contempla todos los temas de la asignatura (programa de la asignatura Plan 2012 actualizado al 2016) y debes tener presente que sólo tienes un intento para contestarlo. ¡Bienvenido y mucho éxito!

CALENDARIO DE ACTIVIDADES

Fecha	No. Unidad	No. Actividad	Descripción de la actividad de acuerdo a la plataforma	Ponderación
05 de marzo de 2024	UNIDAD 1: Conceptos fundamentales de la mercadotecnia	Act. de aprendizaje 1	A partir del estudio de la unidad 1 de los apuntes digitales de la asignatura, elabora un mapa conceptual u organizador gráfico sobre los temas de la unidad y la relación que tienen los conceptos mencionados entre sí. Realiza tu actividad en un procesador de textos, guárdala en tu computadora y una vez concluida, súbela en Unidad 1 /Actividad 1 .	5 %

05 de marzo de 2024	UNIDAD 2: Comportamiento del consumidor (análisis de casos existentes en internet en donde ejemplifican la aplicación de las diferentes teorías)	Act. complementaria 1	Define el concepto de los siguientes términos: <table><tr><td>Términos</td><td></td></tr><tr><td>Comportamiento</td><td></td></tr><tr><td>necesidad</td><td></td></tr><tr><td>consumidor</td><td></td></tr><tr><td>Decisión de compra</td><td></td></tr><tr><td>emoción</td><td></td></tr></table> Realiza tu actividad en un procesador de textos, guárdala en tu computadora y una vez concluida, súbela en Unidad 2/Act. complementaria 1.	Términos		Comportamiento		necesidad		consumidor		Decisión de compra		emoción		5 %
Términos																
Comportamiento																
necesidad																
consumidor																
Decisión de compra																
emoción																
12 de marzo de 2024	UNIDAD 2: Comportamiento del consumidor (análisis de casos existentes en internet en donde ejemplifican la aplicación de las diferentes teorías)	Act. complementaria 1	Define el concepto de los siguientes términos: <table><tr><td>Término</td><td>Concepto</td></tr><tr><td>comportamiento</td><td></td></tr><tr><td>necesidad</td><td></td></tr><tr><td>consumidor</td><td></td></tr><tr><td>decisión de compra</td><td></td></tr><tr><td>emoción</td><td></td></tr></table> Realiza tu actividad en un procesador de textos, guárdala en tu computadora y una vez concluida, súbela en Unidad 2/ Actividad complementaria 1.	Término	Concepto	comportamiento		necesidad		consumidor		decisión de compra		emoción		5 %
Término	Concepto															
comportamiento																
necesidad																
consumidor																
decisión de compra																
emoción																
14 de marzo de 2024	UNIDAD 2: Comportamiento del consumidor (análisis de casos existentes en internet en donde ejemplifican la aplicación de las diferentes teorías)	Act. de aprendizaje 2	Elabora un diagrama con los pasos del proceso de compra, ejemplificando la forma en que los implementarías en la adquisición de una caja de galletas, (Que galletas comprarías, deja imagenes) destacando cuales son los 5 factores internos y externos que son los más importantes para ti, cuando llevas a acabo la compra. Realiza tu actividad en un procesador de textos, guárdala en tu computadora y una vez concluida, súbela en Unidad 2/Actividad 2.	5 %												

21 de marzo de 2024	UNIDAD 3: Producto (Diseño, programas especializados)	Act. lo que aprendí 1	Elige una empresa mexicana que elabore gran cantidad de productos, donde puedas mencionar la radiografía sobre uno de ellos, debes incluir sobre el producto elegido: 1.Introducción. 2. Historia de la marca en México. 3. Descripción del producto. 4. Envase/empaque y etiqueta del producto. 5. Estrategia de marca. 6. Logotipo y mascota (si la hay). 7.Competidores NO se podrá hacer el trabajo sobre Bimbo, Cemex, Grupo Modelo/Cuauhtémoc Moctezuma, Maseca ya que son empresas dominantes. Realiza tu actividad en un procesador de textos, guárdala en tu computadora y una vez concluida, súbela en Unidad 3/Lo que aprendí .	5 %												
04 de abril de 2024	UNIDAD 3: Producto (Diseño, programas especializados)	Act. complementaria 2	Define el concepto de los siguientes términos: <table><tr><td>Término</td><td>Concepto</td></tr><tr><td>Marca</td><td></td></tr><tr><td>producto</td><td></td></tr><tr><td>Línea de productos</td><td></td></tr><tr><td>mezcla de proctos</td><td></td></tr><tr><td>etiqueta</td><td></td></tr></table> Realiza tu actividad en un procesador de textos, guárdala en tu computadora y una vez concluida,súbela en Unidad 3/ Act. complementaria 2	Término	Concepto	Marca		producto		Línea de productos		mezcla de proctos		etiqueta		5 %
Término	Concepto															
Marca																
producto																
Línea de productos																
mezcla de proctos																
etiqueta																
09 de abril de 2024	UNIDAD 4: Plaza (Datos estadísticos de fuentes gubernamentales)	Act. complementaria 3	Rellena la siguiente tabla con la definición de los siguientes términos tus respuestas deben ser diferente a la de los apuntes de la asignatura. <table><tr><td>Término</td><td></td></tr><tr><td>plaza</td><td></td></tr><tr><td>canal de distribución</td><td></td></tr><tr><td>intermediario</td><td></td></tr><tr><td>mayorista</td><td></td></tr><tr><td>detallista</td><td></td></tr></table> Realiza tu actividad en un procesador de textos, guárdala en tu computadora y una vez concluida, súbela en Unidad 4/Act. complementaria 3	Término		plaza		canal de distribución		intermediario		mayorista		detallista		5 %
Término																
plaza																
canal de distribución																
intermediario																
mayorista																
detallista																
16 de abril de 2024	UNIDAD 4: Plaza (Datos estadísticos de fuentes gubernamentales)	Act. inicial 1	Con base en lo estudiado en esta unidad, elabora un mapa conceptual u organizador gráfico sobre los temas de la unidad. Realiza tu actividad en un procesador de textos, guárdala en tu computadora y súbela a Unidad 4/Actividad Inicial.	5 %												

18 de abril de 2024	UNIDAD 5: Precio (Benchmarking a través de internet)	Act. complementaria 4	Describe el efecto que tiene el término PRECIO en el consumidor o usuario de un bien o servicio y de acuerdo con la teoría de Fisher y Espejo indica cuales son los objetivos del precio. Realiza tu actividad en un procesador de textos, guárdala en tu computadora y una vez concluida, súbela en Unidad 5/Act. complementaria 4	5 %																				
23 de abril de 2024	UNIDAD 5: Precio (Benchmarking a través de internet)	Act. de aprendizaje 2	Con base en lo estudiado en esta unidad, identifica algunas empresas que ofrezcan las siguientes políticas de precios: a) Precio flexible o dinámico. b) Por volumen. c) Estacional. d) Por entrega de un bien usado. Explica claramente, a través de ejemplos, cada una de las políticas de precios y, de ser posible, adjunta una imagen que muestre el tipo de política de precios descrita. Recuerda citar las fuentes consultadas. Realiza tu actividad en un procesador de textos, guárdala en tu computadora y una vez concluida, súbela en Unidad 5/Actividad 2	5 %																				
30 de abril de 2024	UNIDAD 6: Promoción (redes sociales, e	Act. complementaria 5	Define el concepto de: publicidad y promoción de ventas, marketing en línea y redes sociales en línea, de al menos 2 autores: <table><tr><th>Término</th><th>Definición Autor 1</th><th>Definición Autor 2</th><th>ejemplo</th></tr><tr><td>Marketing en línea</td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>Redes sociales en línea</td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>Publicidad</td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>Promoción de ventas</td><td></td><td></td><td></td></tr></table> Realiza tu actividad en un procesador de textos, guárdala en tu computadora y una vez concluida, súbela en Unidad 6/ Act. complementaria 5	Término	Definición Autor 1	Definición Autor 2	ejemplo	Marketing en línea				Redes sociales en línea				Publicidad				Promoción de ventas				5 %
Término	Definición Autor 1	Definición Autor 2	ejemplo																					
Marketing en línea																								
Redes sociales en línea																								
Publicidad																								
Promoción de ventas																								

09 de mayo de 2024	UNIDAD 6: Promoción (redes sociales, e	Act. de aprendizaje 1	En base a lo estudiado en esta unidad, identifica 3 productos que actualmente tengan vigentes promociones de ventas. Describe en qué consisten, la mecánica que debe seguir el consumidor, la vigencia, el tipo de premio y los medios de difusión (debes mencionar en cuales se anuncia y si tienen página de internet)que usan para dar a conocer la promoción. Indica cuál tiene la mejor promoción y justifica tu respuesta. Puedes utilizar el siguiente cuadro como guía. <table> <tr> <td></td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>producto</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Marca</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>En que consiste la promoción</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Mecánica a seguir</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Vigencia</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tipo de premio</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Medios de difusión (en donde se anuncia)</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Cobertura si la mencionan</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table> Realiza tu actividad en un procesador de textos, guárdala en tu computadora y una vez concluida, súbela en Unidad 6 / Actividad 1 NOTA: Debes mencionar los links de las páginas de internet que menciones y mencionar las redes sociales que utilizan.		1	2	3	producto				Marca				En que consiste la promoción				Mecánica a seguir				Vigencia				Tipo de premio				Medios de difusión (en donde se anuncia)				Cobertura si la mencionan				10 %
	1	2	3																																					
producto																																								
Marca																																								
En que consiste la promoción																																								
Mecánica a seguir																																								
Vigencia																																								
Tipo de premio																																								
Medios de difusión (en donde se anuncia)																																								
Cobertura si la mencionan																																								
04 de junio de 2024	UNIDAD 7: La responsabilidad social de la función de mercadotecnia (campañías existentes en internet)	Act. de aprendizaje	Elige una de las siguientes empresas mexicanas: Walmart, Grupo Modelo, Nestlé, Citibnamex, cinépolis, pepsico, Coca cola de México y realiza un ensayo donde: a) Identifiques su propósito, misión, visión, creencias. b) Identifiques qué hacen en sustentabilidad y la evolución que ha tenido este rubro. c)Si la empresa hace “mercadotecnia responsable” d) Habla sobre la responsabilidad social de la organización Realiza tu actividad en un procesador de textos, guárdala en tu computadora y una vez concluida,súbela en Unidad 7/Actividad 1/	5 %																																				

VII. Sistema de evaluación

FACTORES	DESCRIPCIÓN
Requisitos	Los requisitos para acreditar la asignatura son: Inscribirse a la plataforma. Entregar las actividades solicitadas de acuerdo a la calendarización que marca el asesor, si entregas actividades posteriores a la fecha que se indica, serán recibidas con un valor menor al inicial (amenos que te hayas puesto en contacto con el asesor). Tu calificación sube a partir del .5, al siguiente número. No se aceptan actividades una vez presentado el examen final. NOTA: solo se recibirán las actividades que se suban de acuerdo a las instrucciones de este plan en cada actividad.

Porcentajes	Act. de aprendizaje	30 %
	Examen Final	30 %
	Act. lo que aprendí	5 %
	Act. inicial	5 %
	Act. complementaria	30 %
	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)
Programación Computacional	(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)

