

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	RAMIREZ HERNANDEZ MARIA ESTHER	Correo	maritherh@hotmail.com
--------	--------------------------------	--------	-----------------------

III. Datos de la asignatura

Nombre	FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA	Clave	1346	Grupo	8353
Modalidad	Obligatoria	Plan	2012	Fecha de inicio del semestre	04 de febrero de 2025
Horas de asesoría semanal	4	Horario	Martes: 09:00 - 11:00 hrs Jueves: 09:00 - 11:00 hrs	Fecha de término del semestre	13 de junio de 2025

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

BIENVENID@S A LA ASIGNATURA FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA, SOY LA LIC. MARÍA ESTHER RAMIREZ HERNÁNDEZ Y TENGO EL GUSTO DE ESTAR CON USTEDES COMO SU ASESORA, LA ASIGNATURA EN LA ACTUALIDAD ES DE GRAN IMPORTANCIA, YA QUE EN LAS UNIDADES CONOCERÁS LOS CONCEPTOS BÁSICOS DE LA MERCADOTECNIA Y TE SERVIRÁN MUCHO EN EL ÁMBITO PROFESIONAL, ESTA ASIGNATURA CONSTA DE 7 UNIDADES, 12 ACTIVIDADES Y EL EXAMEN FINAL, ESTAREMOS EN CONTACTO LOS DÍAS MARTES Y JUEVES DE 9:00 A 11:00 DE LA MAÑANA. LE RECOMIENDO QUE ESTUDIE LAS LECTURAS DE LAS UNIDADES Y LAS ESTUDIE ANTES DE REALIZAR LAS ACTIVIDADES SOLICITADAS. ASÍ COMO SE ENTREGUE EN LA FECHA SEÑALADA CADA ACTIVIDAD, ES MUY IMPORTANTE CONOCER LA MATERIA Y APLICARLA EN LA VIDA LABORAL. TENDREMOS 4 VIDEOCONFERENCIAS POR ZOOM, EL 25 DE FEBRERO PARA LO REFERENTE A LAS UNIDADES 1 Y 2, 20 DE MARZO PARA LA UNIDAD 3 Y 4, 8 DE ABRIL PARA LAS UNIDADES 5 Y 6, Y 29 DE ABRIL PARA LA UNIDAD 7. LA LIGA SE DARÁ A CONOCER LOS DÍAS ESTABLECIDO EN EL CHAT EN EL HORARIO DE CLASE. FELIZ CURSO.

VI. Forma en que el alumno deberá preparar la asignatura

PARA APROBAR LA ASIGNATURA, DEBERÁ CONSULTAR Y ESTUDIAR EL MATERIAL DE CADA UNIDAD, REALIZAR LAS ACTIVIDADES EN TIEMPO Y FORMA, DE NO HEGERLO EN LA FECHA DE ENTREGA SE CALIFICARA MÁXIMO CON 8 EN UN LAPSO DE ENTREGA DE 8 DIAS EXTEMPORANEO, ASÍ COMO PRESENTAR EL EXÁMEN FINAL. LA BIBLIOGRAFIA NO ES LIMITATIVA, SE PUEDE CONSULTAR LA QUE GUSTE. Al finalizar el semestre, presentarás un examen que contempla todos los temas de la asignatura. Debes tener presente que sólo tienes un intento para contestarlo.

CALENDARIO DE ACTIVIDADES

Fecha de entrega	No. Unidad	No. Actividad	Descripción de la de actividad de acuerdo a la plataforma	Ponderación
20 de febrero de 2025	UNIDAD 1: Conceptos fundamentales de la mercadotecnia	Act. complementaria 1	ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA 1. DE ACUERDO A LA PIRÁMIDE DE MASLOW, ESCRIBE 3 NECESIDADES DE CADA ETAPA CON UN PRODUCTO PARA SATISFACERLAS CON ILUSTRACIONES.	6 %

25 de febrero de 2025	UNIDAD 1: Conceptos fundamentales de la mercadotecnia	Act. complementaria 2	ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA 2. ESCRIBE 4 DEFINICIONES DE DIFERENTES AUTORES DE MERCADOTECNIA Y ELABORA UNA DEFINICIÓN PROPIA.	6 %
04 de marzo de 2025	UNIDAD 2: Comportamiento del consumidor (análisis de casos existentes en internet en donde ejemplifican la aplicación de las diferentes teorías)	Act. complementaria 1	ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA 1. DESCRIBE UN PRODUCTO Y EXPLICA LOS FACTORES INTERNOS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR PARA OBTENER ESE PRODUCTO.	6 %
13 de marzo de 2025	UNIDAD 2: Comportamiento del consumidor (análisis de casos existentes en internet en donde ejemplifican la aplicación de las diferentes teorías)	Act. complementaria 2	ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA 2. ELABORA UN DIAGRAMA DE FLUJO CON EL PROCESO DE COMPRA DE UN PRODUCTO QUE ADQUIRISTE Y EXPLICA LAS 5 ETAPAS DEL PROCESO.	6 %
20 de marzo de 2025	UNIDAD 3: Producto (Diseño, programas especializados)	Act. complementaria 1	ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA 1. CREA Y DESCRIBE UN PRODUCTO (BIEN) PARA LANZARLO AL MERCADO CON EMPAQUE, ENVASE, MARCA Y ETIQUETA CON ILUSTRACIONES.	6 %
01 de abril de 2025	UNIDAD 3: Producto (Diseño, programas especializados)	Act. complementaria 2	ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA 2. DESCRIBE 3 SERVICIOS QUE UTILICES CON MARCA Y SLOGAN Y EXPLICA POR QUÉ CUBREN TUS NECESIDADES.	6 %
08 de abril de 2025	UNIDAD 4: Plaza (Datos estadísticos de fuentes gubernamentales)	Act. complementaria 1	ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA 1. DESCRIBE 6 TIENDAS DETALLISTAS (2 DE AUTOSERVICIO, 2 DEPARTAMENTALES Y 2 DE ESPECIALIDAD) Y MENCIONA 5 PRODUCTOS QUE VENDEN CADA UNA CON ILUSTRACIONES DE LOS PRODUCTOS.	6 %
22 de abril de 2025	UNIDAD 5: Precio (Benchmarking a través de internet)	Act. complementaria 1	ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA 1. Explica : 1. Qué es Precio? 2. Explica 3 objetivos del precio. 3. Explica los factores que intervienen en la fijación del precio.	6 %
29 de abril de 2025	UNIDAD 6: Promoción (redes sociales, e	Act. complementaria 1	ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA 1. CREA UNA PROMOCIÓN PARA PERFUMES DE HOMBRES Y MUJERES DE 20 A 30 AÑOS, EXPLICA COMO SERÍA Y EN QUÉ PLAZA LO REALIZARÍAS.	6 %
08 de mayo de 2025	UNIDAD 6: Promoción (redes sociales, e	Act. complementaria 2	ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA 2. REALIZA UN MAPA MENTAL CON ILUSTRACIONES DE LAS HERRAMIENTAS DE LA PROMOCIÓN DE VENTAS.	6 %

13 de mayo de 2025	UNIDAD 6: Promoción (redes sociales, e	Act. complementaria 3	ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA 3. REALIZA UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTERNET, CON ILUSTRACIONES DE JABONES DE TOCADOR, PARA MUJERES DE 30 A 40 AÑOS.	6 %
20 de mayo de 2025	UNIDAD 7: La responsabilidad social de la función de mercadotecnia (campañas existentes en internet)	Act. complementaria 1	ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA 1. REALIZA UN CUADRO CON LAS NORMAS ÉTICAS QUE DEBEN SEGUIR LOS MERCADÓLOGOS Y CON LOS VALORES ÉTICOS.	6 %

VII. Sistema de evaluación

FACTORES	DESCRIPCIÓN
Requisitos	LAS ACTIVIDADES DEBERÁN TENER CARATULA, CONTENIDO, IMÁGENES, BUENA REDACCIÓN Y ORTOGRAFÍA. LAS ACTIVIDADES SE REALIZARÁN EN WORD O POWER POINT, MAPA CONCEPTUAL, SEGÚN LO AMERITE, SERÁ NECESARIO SUBIR TODO A LA PLATAFORMA PARA PODERLAS CALIFICAR LAS ACTIVIDADES, EN LA UNIDAD CORRESPONDIENTE Y EN EL APARTADO CORRECTO Y CUMPLIR CON LAS FECHAS SEÑALADAS, DE LO CONTRARIO BAJARÁ LA CALIFICACIÓN DRÁSTICAMENTE. Cuando la realización de una actividad implique hacer una investigación, deberás buscar fuentes oficiales, como libros, revistas, artículos, etcétera, en dos fuentes mesográficas diferentes a los apuntes electrónicos y hacer la cita de los mismos en formato APA, ya que si no lo haces incurres en plagio. No se aceptarán actividades, después del 20 de Mayo del 2025.
Porcentajes	Act. complementaria 72 % Examen(es) 28 % 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)
Elaboración de Actividades de Aprendizaje	(X)
Plataforma Educativa	(X)
Foro Electrónico	(X)
Plan de Trabajo	(X)

