

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

III. Datos de la asignatura

Nombre	SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE MERCADOTECNIA	Clave	1425	Grupo	8452
Modalidad	Obligatoria	Plan	2012	Fecha de inicio del semestre	12 de febrero de 2024
Horas de asesoría semanal	4	Horario	Lunes: 20:00 - 22:00 hrs Miércoles: 20:00 - 22:00 hrs	Fecha de término del semestre	19 de junio de 2024

IV. Contenido temático

TEMA	HORAS		
	Total	Teoría	Práctica
I. Introducción a los sistemas de información de mercadotecnia	4	4	0
II. Proceso de creación de un sistema de mercadotecnia (software de SIM)	8	8	0

III. Investigación de mercado cuantitativo (SPSS y Excel)	12	12	0
IV. Investigación de mercado cualitativo	12	12	0
V. Investigaciones específicas. (SPSS y Excel)	4	4	0
VI. Análisis de información y toma de decisiones en mercadotecnia con información interna (SPSS y Excel)	8	8	0
VII. Análisis de información y toma de decisiones con información externa con base en la investigación de mercados (SPSS y Excel)	8	8	0
VIII. Análisis de información y toma de decisiones con base en la investigación de mercados (SPSS y Excel)	8	8	0

V. Presentación general del programa

Estimado estudiante,

Es un placer darte la más cordial bienvenida a la asignatura de “Sistema de Información de Mercadotecnia”. 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 20:00 a 22:00 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, el alumno aprenderá a recopilar, procesar y analizar datos relevantes para comprender el comportamiento del mercado, identificar tendencias y evaluar el rendimiento de las estrategias de marketing, además se familiarizará con tecnologías relevantes, lo que mejorará su capacidad para adaptarse a nuevas herramientas y plataformas tecnológicas en el entorno empresarial.

El curso consta de 8 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	20:00 - 22:00 hrs	Introducción a los sistemas de información de mercadotecnia
11/03/2024	20:00 - 22:00 hrs	Proceso de creación de un sistema de mercadotecnia (software de SIM)
01/04/2024	20:00 - 22:00 hrs	Investigación de mercado cuantitativo (SPSS y Excel)
29/04/2024	20:00 - 22:00 hrs	Investigación de mercado cualitativo
20/05/2024	20:00 - 22:00 hrs	Análisis de información y toma de decisiones en mercadotecnia con información interna (SPSS y Excel)

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
-------	------------	---------------	---	-------------

04 de marzo de 2024	UNIDAD 1: Introducción a los sistemas de información de mercadotecnia	Act. de aprendizaje 1	<p>Supón que una empresa que se dedica a vender atún enlatado te ha pedido asesoría, con la finalidad de que, les sugieras los elementos básicos que debe contener su “Sistema de Información de Mercadotecnia”, debes explicar exhaustivamente los siguientes puntos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entorno Interno <ul style="list-style-type: none"> - Tipo de usuarios - Tipo de decisiones - Objetivos corporativos - Factores culturales, políticos y sociales • Interconexiones de usuario <ul style="list-style-type: none"> - Tipo de hardware - Medio de presentación de la información - Perfil del usuario del software • Tipo de base de datos • Software de aplicaciones • Apoyo administrativo <ul style="list-style-type: none"> - Administradores del sistema - Responsables de mantenimiento del hardware y software - Vigilancia de actividades y cumplimiento de políticas. <p>Además de manera breve explica cómo se encontrarían configurados los 4 subsistemas del SIM (Información Interna, Inteligencia de Mercadotecnia, Analítico de Mercadotecnia e Investigación de Mercados)</p>	8 %
11 de marzo de 2024	UNIDAD 2: Proceso de creación de un sistema de mercadotecnia (software de SIM)	Act. de aprendizaje 1	<p>Imagina que una empresa de bolos tiene planes para iniciar operaciones en la región. En consecuencia, te ha solicitado asesoramiento para que los orientes en las actividades y funciones que llevará a cabo cada nivel de su organización, con el objetivo de que el Sistema de Información de Mercadotecnia se convierta en un soporte fundamental en el proceso administrativo. Debes enunciar al menos 8 actividades/funciones por cada nivel organizacional, además debes justificar al final de cada nivel de manera general tus elecciones.</p>	8 %
20 de marzo de 2024	UNIDAD 2: Proceso de creación de un sistema de mercadotecnia (software de SIM)	Act. complementaria 1	<p>Revisa tu apunte electrónico en las páginas 49-50, elige dos módulos y realiza una infografía por cada módulo, en la que des una descripción general. Puedes utilizar herramientas como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Canva • PowerPoint • Google Slides • Genially <p>No olvides adjuntar tu archivo con portada, introducción, conclusión y bibliografía.</p>	5 %

01 de abril de 2024	UNIDAD 3: Investigación de mercado cuantitativo (SPSS y Excel)	Act. de aprendizaje 1	<p>Imagina que eres el gerente de mercadotecnia de una empresa mediana que atiende a jóvenes en el segmento de edad de 18 a 25 años, que viven en zonas urbanas, con estudios de preparatoria o superiores y de nivel socioeconómico (NSE) C+, C y C-. En su portafolio cuentan actualmente con galletas de limón, chocolate, naranja y avena.</p> <p>Las líneas de productos se encuentran especialmente formulados para diabéticos, pero el último año han tenido una baja considerable en las ventas. Por lo tanto, debes ser creativo al momento de realizar tu actividad, debes ser capaz de proponer una investigación que vislumbre a la organización en sentido de conocer cuál es la razón de sus bajas ventas.</p> <p>Con base en estos datos, realiza las siguientes actividades:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Define el objetivo de tu investigación, propón al menos 2 hipótesis. 2. Define la información que necesitas recabar en esta investigación de mercados. 3. Define tu prototipo de cuestionario. Incluyendo las diferentes escalas de medición (Puedes apoyarte de las figuras 3.6 y 3.8 de tu apunte electrónico). Considera entre 10 y 15 preguntas, sin considerar las preguntas relacionadas con los datos demográficos. 	8 %
08 de abril de 2024	UNIDAD 3: Investigación de mercado cuantitativo (SPSS y Excel)	Act. de aprendizaje 2	<p>La cadena de cafeterías Vips está considerando renovar todo su concepto y te ha pedido que realices una investigación que le ayude a determinar si la música ambiental favorece a las ventas o no. Has registrado que cuando la música es más acelerada la rotación de mesas es más rápida y aumenta el volumen general de venta. Cuando la música es tranquila los comensales permanecen más tiempo, después de comer piden más postres y bebidas, aumentando el margen de utilidad por venta.</p> <p>Determina el tipo de investigación de mercado que se llevará a cabo. Justifica ampliamente tu respuesta, la extensión es de 2 cuartillas.</p>	5 %
15 de abril de 2024	UNIDAD 3: Investigación de mercado cuantitativo (SPSS y Excel)	Act. complementaria 1	<p>Realiza una investigación sobre las técnicas de muestreo, después elige entre probabilísticas y no probabilísticas. Realiza una infografía de aquellas que has elegido. Puedes utilizar herramientas como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Canva • PowerPoint • Google Slides • Genially <p>No olvides adjuntar tu archivo con portada, introducción, conclusión y bibliografía.</p>	5 %

22 de abril de 2024	UNIDAD 4: Investigación de mercado cualitativo	Act. de aprendizaje 1	<p>Imagina que eres el gerente de mercadotecnia de una empresa mediana que atiende a jóvenes en el segmento de edad de 18 a 25 años, que viven en zonas urbanas, con estudios de preparatoria o superiores y de nivel socioeconómico (NSE) C+, C y C-. En su portafolio cuentan actualmente con galletas de limón, chocolate, naranja y avena. Las líneas de productos se encuentran especialmente formulados para diabéticos. Debes ser creativo al momento de realizar tu actividad, debes ser capaz de proponer una investigación que vislumbre a la organización en sentido de conocer información cualitativa para la empresa. Con base en estos datos, describe brevemente las siguientes metodologías y como las acoplaras a la investigación:</p> <ol style="list-style-type: none"> Grupo de Enfoque <ol style="list-style-type: none"> Define el objetivo de la investigación Establece la secuencia a través del uso de una guía de análisis o de tópicos. Incluye el cuestionario, sin que importe tu elección. Establece el perfil del moderador – analista. Entrevista de profundidad <ol style="list-style-type: none"> Define el objetivo de la investigación Realiza el cuestionario, recuerda que es una entrevista por lo tanto debe seguir dicho esquema, recuerda hacer uso de las técnicas de escalonamiento, preguntas de tema oculto y análisis simbólico. <p>Los cuestionarios deben de ser de al menos 20 preguntas, sin incluir las preguntas con fines estadísticos.</p>	8 %
29 de abril de 2024	UNIDAD 4: Investigación de mercado cualitativo	Act. de aprendizaje 2	<p>La cadena de cafeterías Vips está considerando renovar todo su concepto y te ha pedido que realices una investigación cualitativa que le ayude a determinar el posicionamiento de esta cadena. Determina ¿qué técnicas cualitativas te serán más útiles? Justifica ampliamente tu respuesta, la extensión es de 2 cuartillas.</p>	5 %
06 de mayo de 2024	UNIDAD 4: Investigación de mercado cualitativo	Act. complementaria 1	<p>Realiza una investigación sobre las técnicas de muestreo, después elige entre probabilísticas y no probabilísticas. Realiza una infografía de aquellas que has elegido Puedes utilizar herramientas como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Canva • PowerPoint • Google Slides • Genially <p>No olvides adjuntar tu archivo con portada, introducción, conclusión y bibliografía.</p>	5 %
13 de mayo de 2024	UNIDAD 5: Investigaciones específicas. (SPSS y Excel)	Act. de aprendizaje 1	<p>Realiza una infografía sobre al menos 3 de las nuevas técnicas de investigación para conocer al consumidor, las cuales puedes encontrar en tu apunte electrónico en las páginas 131-134. Puedes utilizar herramientas como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Canva • PowerPoint • Google Slides • Genially <p>No olvides adjuntar tu archivo con portada, introducción, conclusión y bibliografía.</p>	5 %

20 de mayo de 2024	UNIDAD 6: Análisis de información y toma de decisiones en mercadotecnia con información interna (SPSS y Excel)	Act. de aprendizaje 1	<p>Imagina que eres el gerente de mercadotecnia de una empresa mediana que atiende a jóvenes en el segmento de edad de 18 a 25 años, que viven en zonas urbanas, con estudios de preparatoria o superiores y de nivel socioeconómico (NSE) C+, C y C-. En su portafolio cuentan actualmente con galleta de limón, chocolate, naranja y avena. Piensan lanzar al mercado galletas de café. Recuerda que se especializan en productos para diabéticos. Con base en estos datos, realiza las siguientes actividades:</p> <ol style="list-style-type: none"> Describe las decisiones específicas que se toman en la empresa, en las siguientes áreas funcionales: mercadotecnia, finanzas y operaciones. ¿Qué tipo de ERP le conviene más a la empresa, a la medida o estándar? Justifica tu respuesta. Del proceso de “Mercadotecnia y ventas” del ERP corporativo, explica de manera general en que consiste el proceso y enuncia al menos 5 subprocesos que ayuden al logro de los objetivos. Del proceso de “Facturación y servicio post venta” del ERP corporativo, explica de manera general en que consiste el proceso y enuncia al menos 5 subprocesos que ayuden al logro de los objetivos. Enuncia los requisitos que consideres fundamentales que debe contener tu ERP a la medida. 	5 %
27 de mayo de 2024	UNIDAD 7: Análisis de información y toma de decisiones con información externa con base en la investigación de mercados (SPSS y Excel)	Act. de aprendizaje 1	<p>Imagina que eres el gerente de mercadotecnia de una empresa mediana que atiende a jóvenes en el segmento de edad de 18 a 25 años, que viven en zonas urbanas, con estudios de preparatoria o superiores y de nivel socioeconómico (NSE) C+, C y C-. En su portafolio cuentan actualmente con galleta de limón, chocolate, naranja y avena. Piensan lanzar al mercado galletas de café. Recuerda que se especializan en productos para diabéticos. Con base en estos datos, realiza las siguientes actividades:</p> <ol style="list-style-type: none"> Imagina que la organización ha destinado una cantidad importante para contratar a un proveedor externo de investigación de mercado. Describe qué tipo de servicios solicitarías y por qué. Selecciona las fuentes de información externa que requieres para tomar mejores decisiones. Imagina que vas a esbozar la base de datos de mercadotecnia, describe los datos que, recopilarás para la unidad geo demográfica, atributos y mercado objetivo. 	8 %
05 de junio de 2024	UNIDAD 8: Análisis de información y toma de decisiones con base en la investigación de mercados (SPSS y Excel)	Act. de aprendizaje 1	<p>Realiza una infografía sobre los tipos de encuesta, en específico: a) telefónica, b) personal, c) correo y d) electrónica. Deberás adjuntar al menos una breve descripción, ventajas y desventajas. Puedes utilizar herramientas como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Canva • PowerPoint • Google Slides • Genially <p>No olvides adjuntar tu archivo con portada, introducción, conclusión y bibliografía.</p>	5 %

VII. Sistema de evaluación

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

Requisitos	<p>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.</p> <p>Toda actividad deberá contar con los siguientes elementos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Portada • Introducción • Contenido (Propiamente lo que se te solicita en la actividad) • Conclusión • Bibliografía <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>								
Porcentajes	<table border="1"> <tr> <td>Act. de aprendizaje</td> <td>65 %</td> </tr> <tr> <td>Examen Final</td> <td>20 %</td> </tr> <tr> <td>Act. complementaria</td> <td>15 %</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>100 %</td> </tr> </table>	Act. de aprendizaje	65 %	Examen Final	20 %	Act. complementaria	15 %	TOTAL	100 %
Act. de aprendizaje	65 %								
Examen Final	20 %								
Act. complementaria	15 %								
TOTAL	100 %								
<p>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.</p>									

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)

