

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	SOTRES PACHECO EDGAR	Correo	edgar2000mx@yahoo.com
---------------	----------------------	---------------	-----------------------

III. Datos de la asignatura

Nombre	SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE MERCADOTECNIA	Clave	1425	Grupo	8453
Modalidad	Obligatoria	Plan	2012	Fecha de inicio del semestre	12 de febrero de 2024
Horas de asesoría semanal	4	Horario	Lunes: 16:00 - 18:00 hrs Miércoles: 16:00 - 18:00 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

El objetivo de la asignatura es que se estudie y apliquen las 8 unidades. La suma de contenidos es esencial para integrar los elementos básicos del sistema de información de mercadotecnia y su toma de decisiones. Es importante que el alumno considere la calendarización de actividades pues debe generar tareas con los elementos vistos en la unidad, ello precisa un ejercicio de reflexión e investigación suficiente que implica inversión de tiempo. Con el propósito de consolidar temas que requieren el aprendizaje vicario. Tendremos 4 videoconferencias en la plataforma ZOOM.

El objetivo de la asignatura es que se estudie y apliquen las 8 unidades. La suma de contenidos es esencial para integrar los elementos básicos del sistema de información de mercadotecnia y su toma de decisiones. Es importante que el alumno considere la calendarización de actividades pues debe generar tareas con los elementos vistos en la unidad, ello precisa un ejercicio de reflexión e investigación suficiente que implica inversión de tiempo. Con el propósito de consolidar temas que requieren el aprendizaje vicario. Tendremos 6 videoconferencias en la plataforma ZOOM.

TEMA	UNIDAD	FECHA
Investigación descriptiva	1	28 de febrero
Diseño de la muestra	1	13 de marzo
Formulación de preguntas	2	10 de abril
SPSS, Cruce de Variables	3/4	24 de abril
Análisis cuantitativo	3	8 de mayo
Análisis cualitativo	4	3 de junio

Con el fin de facilitar tu aprendizaje en en el foro de la asignatura, se consignara un vinculo para un videoclase grabada.. Se enviara una comunicacion para notificarte el dato.

Para preparar el curso se utilizará la bibliografía que se consigna en el temario, adicionalmente se precisa se consulten cotidianamente periódicos, revistas, radio y tv. como un vínculo de relación entre lo estudiado y el entorno. Para agilizar la comunicacion, previa identificacion por nombre y materia via TELEGRAM, 55-3332-0890 podras enviarme un mensaje y tambien marcarme para solucionar alguna cuestion que surja.

VI. Forma en que el alumno deberá preparar la asignatura

Las actividades de aprendizaje se han estructurado de tal forma que te permitan desarrollar habilidades y destrezas, para dar solución a un problema en específico, producto de los aprendizajes significativos derivados de la apropiación de los contenidos temáticos de la asignatura. Cada actividad deberá tener portada, desarrollo de la actividad, conclusiones, fuente de la información como comentario y bibliografía.

CALENDARIO DE ACTIVIDADES

Fecha	No. Unidad	No. Actividad	Descripción de la de actividad de acuerdo a la plataforma	Ponderacion
20 de marzo de 2024	UNIDAD 1: Introducción a los sistemas de información de mercadotecnia	Act. lo que aprendí	<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-. La empresa cuenta con 3 líneas de productos alimenticios especialmente formulados para diabéticos. Con base en estos datos, realiza las siguientes actividades:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué utilidad tendría para la empresa contar con un sistema de información de mercadotecnia?, matiza considerando si es posible obviarlo en plena 4ta revolucion industrial. 2. ¿Qué tipo de decisiones tomarías normalmente como Gerente de Mercadotecnia? Lista la mayor cantidad posible. 2.1 Como impactara la recesion que esta iniciando en USA en la PYMES mexicanas. 3. ¿Qué tipo de inteligencia de mercadotecnia usarías para la organización, defensiva, pasiva u ofensiva? Justifica tu respuesta. 4. ¿Qué destrezas deberán tener quienes usen el SIM en la organización? 5. ¿Consideras que deberían tener en la organización un Departamento de Sistemas de Información? Justifica tu respuesta. 6. Por que para mercadotecnia, los ciclos economicos son importantes conocerlos y sus efectos. <hr/> <ul style="list-style-type: none"> • Importante: toda actividad debere incorporar rigurosamente las tecnicas de investiación documental todas la que apliquen. VR.GR: Nota de pie de pagina, Cita textual y Recurso de comentario asociado a la cita textual. • Todo trabajo academico debe incluir Portada, y la leyenda sobre la autoria. • Elabore la actividad en Word utilizando Arial 12 a un espacio 	8 %

01 de abril de
2024

UNIDAD 2: Proceso
de creación de un
sistema de
mercadotecnia
(software de SIM)

Act. lo que aprendí

Imagina que eres 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-. La empresa cuenta con 3 líneas de productos alimenticios especialmente formulados para diabéticos. Con base en estos datos, realiza las siguientes actividades: INVESTIGA EL MARCO CONCEPTUAL:

- Cual es la condición de la Diabetes en México. influye escolaridad? nivel socioeconómico?.
 - Investiga estadísticas de consumo, enfermedad etc. lo que consideres necesario para hacer planteamientos informados.
1. Define 3 objetivos generales para la organización.
 2. Define 3 objetivos para el Sistema de Información de Mercadotecnia (SIM).
 3. Define las actividades o funciones del proceso administrativo de cada nivel organizacional que se llevan a cabo en esta organización.
 4. Describe los módulos que deberá tener el ERP en esta organización.

9 %

Sube el archivo en formato PDF

- ADJUNTA EL ARCHIVO EN LA PLATAFORMA. • Importante: toda tarea deberá incorporar las técnicas de investigación documental, no olvides rigurosamente citas textuales, notas de pie de página y el recurso de comentario de Word asociado a la cita textual.
- No debe faltar la Portada incluyendo la Leyenda sobre tu autoría.
- Elabora tu actividad en Word. Utiliza fuente Arial 12 a 1 espacio

03 de abril de 2024	UNIDAD 3: Investigación de mercado cuantitativo (SPSS y Excel)	Act. lo que aprendí	<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-. La empresa cuenta con 3 líneas de productos alimenticios especialmente formulados para diabéticos. Con base en estos datos, realiza las siguientes actividades: Investiga datos sobre la Diabetes que te pongan en contexto y que te sirvan para respaldar y argumentar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Define si llevarás a cabo una investigación descriptiva o causal. Justifica ampliamente tu respuesta. 2. Una de las líneas de productos de la empresa es la de galletas. En su portafolio cuentan actualmente con galleta de limón, chocolate, naranja y avena. Piensan lanzar al mercado galletas de café y chocolate al toque de sal. Se trata de una galleta de 67.34 kcal, hechas con almendras, huevo, café, cacao, vainilla, sal de grano y Stevia. <i>Plantea 3 preguntas de investigación.</i> 3. Define la información que necesitas recabar en esta investigación de mercados. 4 Los recursos disponibles te permiten realizar una encuesta cara a cara y se aplicará a 250 personas. Enlista las posibles preguntas de tu encuesta incluyendo las diferentes escalas de medición. Considera entre 10 y 12 preguntas, sin considerar las preguntas relacionadas con los datos demográficos 5. Por que se obtiene una muestra de 385 para diversas poblaciones generalmente arriba de 100,000., ya sea 450,000 o 4,500,000.... Baja alguna app que calcule muestra y juega con los datos...Anexa la captura de pantalla del resultado de la APP <hr/> <ul style="list-style-type: none"> • ADJUNTA EL ARCHIVO EN LA PLATAFORMA. • Sube el archivo en formato PDF • Importante: toda tarea deberá incorporar las técnicas de investigación documental, no olvides rigurosamente citas textuales, notas de pie de pagina y el recurso de comentario de Word asociado a la cita textual. • No debe faltar la Portada incluyendo la Leyenda sobre tu autoría. • Elabora tu actividad en Word. Utiliza fuente Arial 12 a 1 espacio 	8 %
---------------------	---	---------------------	---	-----

Toyota: fabricar automóviles más limpios y ecológicos. “La misión de Toyota es convertirse en la compañía de automóviles más respetada y admirada de Estados Unidos”, explica Jana Hartline, directora de comunicaciones ambientales de la compañía. Para lograr esto, Jana y sus colegas trabajan hacia un futuro donde un amplio abanico de vehículos innovadores, tecnología de combustible y asociaciones se unen para crear una sociedad económicamente vibrante y móvil en armonía con el medio ambiente. ¡Es un reto que Jana encuentra emocionante y que da como resultado automóviles más limpios y ecológicos! La compañía. Kishiro Toyoda empezó investigando motores impulsados por gasolina en 1930. Para 1935 había desarrollado prototipos de automóviles para pasajeros y en 1957 introdujo el modelo “Toyopet” en Estados Unidos el cual no tuvo éxito y fue descontinuado sin embargo, en 1965 introdujo el Corona y tres años después el Corolla, que se convirtió en el automóvil de pasajeros más vendido del mundo ¡con 27 millones de compradores en más de 140 países! BAJA EL CASO COMPLETO DEL SIGUIENTE VINCULO EN DRIVE.

TOYOTA

08 de abril de 2024

UNIDAD 3:
Investigación de
mercado
cuantitativo (SPSS
y Excel)

Act.
complementaria

Es necesario obtener información relevante sobre el mercado objetivo de la empresa automotriz Toyota en México, incluyendo los siguientes datos:

- ¿A qué nivel socioeconómico pertenece el mercado objetivo de Toyota en México?
- ¿Cuál es el perfil del consumidor mexicano que se identifica con la marca Toyota?
- ¿Cuál es la propuesta de valor que distingue a Toyota en el mercado? Se busca comprender el nivel socioeconómico al que pertenecen los consumidores que son el foco de atención de Toyota en México, así como describir en detalle el perfil del consumidor mexicano que muestra una afinidad particular por los vehículos de esta marca. Además, se pretende identificar y destacar la propuesta de valor que Toyota ofrece a sus clientes en el mercado automotriz mexicano.

1. En un texto de aproximadamente media cuartilla, desarrolla el tema "La investigación de mercados y sus métodos de recolección de datos".
2. Si deseas conocer la aceptación de la marca Toyota, ¿qué método de recolección de datos utilizarías? Argumenta de manera detallada por qué elegirías ese método.
3. ¿Cuál método elegirías para determinar el tamaño de la muestra? ¿Probabilístico o por conveniencia? Justifica tu elección.
4. Justifica por qué no seleccionaste el método que no elegiste en la pregunta anterior.
5. Como parte del proceso de investigación, se llevará a cabo una encuesta utilizando OfficeForms (<https://forms.office.com>) para conocer la aceptación de la marca Toyota, así como las características que los consumidores consideran importantes en un automóvil. Crea un cuestionario con 8 preguntas abiertas y 8 preguntas cerradas.

3 %

15 de abril de 2024	UNIDAD 4: Investigación de mercado cualitativo	Act. lo que aprendí	<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-. La empresa cuenta con 3 líneas de productos alimenticios especialmente formulados para diabéticos. Con base en estos datos, realiza las siguientes actividades.</p> <p>1. Una de las líneas de productos de la empresa es la de galletas. En su portafolio cuentan actualmente con galleta de limón, chocolate, naranja y avena. Piensan lanzar al mercado galletas de café y chocolate al toque de sal. Se trata de una galleta de 67.34 kcal, hechas con almendras, huevo, café, cacao, vainilla, sal de grano y Stevia. <i>Diseña la guía de tópicos para realizar una sesión de grupo, así como el cuestionario para la selección de los participantes.</i></p> <p>2. Prepara el conjunto de preguntas que usaría un entrevistador para llevar a cabo entrevistas de profundidad.</p> <p>3. Prepara la lista de palabras que usarías para aplicar una técnica de asociación de palabras.</p> <p>4. ¿Qué otra técnica proyectiva usarías para saber si el lanzamiento de este nuevo tipo de galleta sería exitoso? Justifica tu respuesta.</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> • ADJUNTA EL ARCHIVO EN LA PLATAFORMA. • Sube el archivo en formato PDF • Importante: toda tarea deberá incorporar las técnicas de investigación documental, no olvides rigurosamente citas textuales, notas de pie de pagina y el recurso de comentario de Word asociado a la cita textual. • No debe faltar la Portada incluyendo la Leyenda sobre tu autoría. * Integrar las tecnicas de investigacion documental vr.gr. notas,citas y recurso de comentario asociado a la cita el cual debera contener captura de pantalla del parrafo o parrafos que soportan la respuesta. • Elabora tu actividad en Word. Utiliza fuente Arial 12 a 1 espacio 	9 %
22 de abril de 2024	UNIDAD 4: Investigación de mercado cualitativo	Act. complementaria	<p>HOTELS & RESORTS BARCELO Tras su fundación en Mallorca (España) en 1931, el Grupo Barceló, a través de su división hotelera y de su división de viajes, ha conseguido pasar de ser una compañía familiar de transporte a convertirse en uno de los grupos turísticos más importantes de España y del mundo. Tres generaciones de la familia Barceló y una plantilla de más de 23.000 personas lo han hecho posible.. BAJA EL ARCHIVO CON EL CASO COMPLETO DE LA SIGUIENTE DIRECCION DE DRIVE,</p> <hr/> <p>HOTELES BARCELO</p> <hr/> <p>Resuelve las siguientes preguntas:</p> <p>1 . Como parte del proceso de investigación se realizará una encuesta exploratoria para conocer la aceptación reconocimiento de marca que tendría Los HOTELES BARCELO. Realiza un cuestionario a traves de la app de play store SurveyMonkey o GOOGLE FORMS. Redactaras 10 preguntas que enviaras a 10 personas.</p> <p>2. Justifica el tamaño de la muestra, en Play store existen aplicaciones para este proposito. Integraras las capturas de pantalla.</p> <p>3. Realizaras un analisis estadistico con graficas que interpretarás para cada respuesta.</p> <p>4. ¿Cómo medirías las tendencias en redes sociales de la aceptación del producto?, señala las métricas que utilizaría</p>	3 %

29 de abril de 2024	UNIDAD 5: Investigaciones específicas. (SPSS y Excel)	Act. lo que aprendí	<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-. La empresa cuenta con 3 líneas de productos alimenticios especialmente formulados para diabéticos. Con base en estos datos, realiza las siguientes actividades.</p> <p>1. Una de las líneas de productos de la empresa es la de galletas. En su portafolio cuentan actualmente con galleta de limón, chocolate, naranja y avena. Piensan lanzar al mercado galletas de café y chocolate al toque de sal. Se trata de una galleta de 67.34 kcal, hechas con almendras, huevo, café, cacao, vainilla, sal de grano y Stevia. Determina qué tipo de investigación de producto podría solicitar la empresa a un investigador, suponiendo que tienes recursos suficientes.</p> <p>2. Para el lanzamiento de la nueva galleta se piensa implementar una campaña de promoción de ventas y solicitar una investigación de efectividad promocional a una agencia de investigación de mercados.</p> <p>3 ¿Qué tipo de preguntas crees que tendría una guía de preguntas o una encuesta para conocer si a la empresa le conviene más usar muestras gratis, regalo o cupones?</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> • ADJUNTA EL ARCHIVO EN LA PLATAFORMA. • Sube el archivo en formato PDF • Importante: toda tarea deberá incorporar las técnicas de investigación documental, no olvides rigurosamente citas textuales, notas de pie de pagina y el recurso de comentario de Word asociado a la cita textual. • No debe faltar la Portada incluyendo la Leyenda sobre tu autoría. * Integrar las tecnicas de investigacion documental vr.gr. notas,citas y recurso de comentario asociado a la cita el cual debiera contener captura de pantalla del parrafo o parrafos que soportan la respuesta. • Elabora tu actividad en Word. Utiliza fuente Arial 12 a 1 espacio. 	9 %
06 de mayo de 2024	UNIDAD 5: Investigaciones específicas. (SPSS y Excel)	Act. complementaria	<p>El neuromarketing y la inteligencia artificial forman un dúo obligado y necesario en el campo de la mercadotecnia, ya que brindan herramientas poderosas para comprender y satisfacer las necesidades de los consumidores de manera más efectiva. Revisa el video del vinculo a continuación referente a este tema: ¿Qué es el neuromarketing?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Como eje articulador te basaras en las ideas del video anterior y desarrollarás un ensayo argumentativo, donde destaques, vincules y relaciones los siguientes temas: <ul style="list-style-type: none"> • Ética compatible con el éxito? • Empresas socialmente responsable • Métricas: Ventas, el flujo de efectivo y las utilidades • Éxito y permanencia a toda costa. • Defraudación información de Soporte. Inteligencia Artificial y Neuromarketing Estratégias de la Manipulación Meditativa. <p>10. Conocer a los individuos mejor de lo que ellos mismos se conocen. Principios de la Propaganda •</p> <p>6.- Principio de orquestación. Psicología de la Publicidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Psicología y publicidad: la pareja perfecta La comercialización de la propia imagen: los peligros de las redes sociales La gula de la industria alimentaria DW Documental 	4 %

13 de mayo de 2024	UNIDAD 5: Investigaciones específicas. (SPSS y Excel)	Act. complementaria 2	<p>Realiza un ensayo argumentativo destacando “La mercadotecnia informa o manipula” Consulta el siguiente material de soporte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Neuromarketing: el cerebro consumista https://www.dw.com/es/neuromarketing-el-cerebro-consumista/av-59209763 • El Gran negocio de las emociones https://www.telesurtv.net/bloggers/El-gran-negocio-de-las-emociones-20170517-0003.html • El gran negocio del big data https://www.dw.com/es/el-gran-negocio-del-big-data/av-47814994 • Como se asentaron principios para manipular a la sociedad/consumidor: https://www.puromarketing.com/44/32656/edward-bernays-como-asentaron-principios-para-manipulan-sociedad-consumidores.html ideas principales: • Empresas socialmente responsables, Código de Etica, Politicas publicas Nutralidad, CRM, Estrategias de Neuromarketing 	5 %
20 de mayo de 2024	UNIDAD 6: Análisis de información y toma de decisiones en mercadotecnia con información interna (SPSS y Excel)	Act. lo que aprendí	<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-. La empresa cuenta con 3 líneas de productos alimenticios especialmente formulados para diabéticos. Con base en estos datos, realiza las siguientes actividades.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La norma ISO 9001 VS. los sistemas EPR, realiza un resumen no mayor a una cuartilla. 2. Describe las decisiones específicas que se toman en la empresa en las siguientes áreas funcionales: mercadotecnia, finanzas, operaciones. Ve el video ¿Qué es un ERP y qué utilidad tiene para tu negocio? y responde las siguientes preguntas: <ol style="list-style-type: none"> a) ¿Qué tipo de software ERP le conviene más a la empresa, a la medida o estándar? Justifica tu respuesta. b) Elabora el documento con los requisitos que solicitarías al proveedor de software. Webcyldigital (2014) <p>¿Qué es un ERP y qué utilidad tiene para tu negocio? https://www.youtube.com/watch?time_continue=5&v=-E3Ej3OL--g&feature=emb_logo 3.La empresa tiene entre su cartera de clientes a tiendas naturistas, tiendas de productos orgánicos y también atiende a clientes en línea. Haz una lista de los datos relacionados con cada tipo de cliente para gestionar en software CRM.</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> • ADJUNTA EL ARCHIVO EN LA PLATAFORMA. • Sube el archivo en formato PDF • Importante: toda tarea deberá incorporar las técnicas de investigación documental, no olvides rigurosamente citas textuales, notas de pie de pagina y el recurso de comentario de Word asociado a la cita textual. • No debe faltar la Portada incluyendo la Leyenda sobre tu autoría. * Integrar las tecnicas de investigacion documental vr.gr. notas,citas y recurso de comentario asociado a la cita textual, esta debera contener captura de pantalla del parrafo o parrafos que soportan la respuesta. • Elabora tu actividad en Word. Utiliza fuente Arial 12 a 1 espacio 	9 %

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. lo que aprendí	<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-. La empresa cuenta con 3 líneas de productos alimenticios especialmente formulados para diabéticos. Con base en estos datos, realiza las siguientes actividades:</p> <p>1. Imagina que la organización ha destinado una cantidad imponente para contratar a un proveedor externo de investigación de mercado. Describe qué tipo de servicios solicitarías y por qué.</p> <p>2. Una de las líneas de productos de la empresa es la de galletas. En su portafolio cuentan actualmente con galleta de limón, chocolate, naranja y avena. Piensan lanzar al mercado galletas de café y chocolate al toque de sal. Se trata de una galleta de 67.34 kcal, hechas con almendras, huevo, café, cacao, vainilla, sal de grano y Stevia. Selecciona las fuentes de información externa que requieres para tomar mejores decisiones.</p> <p>3. Imagina que vas a esbozar la base de datos de mercadotecnia, describe los datos que recopilas para la unidad geo demográfica, atributos y mercado objetivo para la línea de galleta.</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> • ADJUNTA EL ARCHIVO EN LA PLATAFORMA. • Sube tu archivo en formato PDF • Importante: toda tarea deberá incorporar las técnicas de investigación documental, no olvides rigurosamente citas textuales, notas de pie de pagina y el recurso de comentario de Word asociado a la cita textual. • No debe faltar la Portada incluyendo la Leyenda sobre tu autoría. • Elabora tu actividad en Word. Utiliza fuente Arial 12 a 1 espacio 	9 %
03 de junio de 2024	UNIDAD 8: Análisis de información y toma de decisiones con base en la investigación de mercados (SPSS y Excel)	Act. lo que aprendí	<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-. La empresa cuenta con 3 líneas de productos alimenticios especialmente formulados para diabéticos.</p> <p>Con base en estos datos, realiza las siguientes actividades: Una de las líneas de productos de la empresa es la de galletas.</p> <p>En su portafolio cuentan actualmente con galleta de limón, chocolate, naranja y avena. Piensan lanzar al mercado galletas de café y chocolate al toque de sal. Se trata de una galleta de 67.34 kcal, hechas con almendras, huevo, café, cacao, vainilla, sal de grano y Stevia.</p> <p>En la unidad 3 hiciste una lista de las posibles preguntas que incluirías en una encuesta cara a cara a 250 personas y has decidido aplicar esta encuesta en línea al mismo número de participantes.</p> <p>Revisa sin incluirías más preguntas, si cambiarías la secuencia y escalas de medición y una vez que estes seguro aplica tu encuesta en línea.</p>	9 %

VII. Sistema de evaluación

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

Requisitos

El Temario presenta 8 unidades, deberás

1. Realizar todas las actividades y foros establecidos en la plataforma.
2. Participar en las actividades colaborativas. .
- 3 Realizar investigaciones y análisis de información.
4. Evite el uso de portales de tareas pues no son confiables.
5. Consulte instituciones de fomento, bancos, universidades, inegi. Cámaras del ramo etc
6. Toda tarea debe ser un documento confiable por ello 100% verificable, en consecuencia, se deberá integrar las técnicas de investigación documental, de no hacerlo se puede presumir plagioacadémico.
7. Se presentarán Ocho Unidades, Consulta el plan de trabajo para seguir el detalle de cada una.
8. Si hubiere alguna diferencia entre las actividades de la plataforma y el plan de trabajo, deberás considerar como referencia valida el plan de trabajo.
9. Sin rigor metodológico en la entrega de actividades se puede asumir incluso el plagio académico. .Incluye en tu portada la leyenda sobre la autoría de tu trabajo.

La argumentación, valoraciones, posicionamientos ideas, opiniones y conclusiones deben ser generadas por la reflexión formada e informada, seran consecuencia de investigar y discriminar la calidad de distintas fuentes.

La argumentacion sin sustentacion carece del suficiente significado, al no involucrar la carga academica, se redactan documentos debiles, que no pasan deapercibidos por el somero contenido academico, juicio critico.

Puedes comunicarte al **55-3332-0890** vía **TELEGRAM**.(No es obligación, ni sanción si no lo haces) Te recomiendo que antes de iniciar el curso trates de platicar sobre la forma académicamente optima que te permita lograr las metas de la asignatura. Si optas por comunicarte por favor primero enviame un mensaje identificandote. y hazlo a partir de las 12 a 6 pm de lunes a viernes En toda actividad debes ejercer tus competencias y habilidades profesionales

Porcentajes

Examen Final	15 %
Act. lo que aprendí	70 %
Act. complementaria	15 %
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

Elaboración de Actividades de Aprendizaje	(X)
Software Especifico	(X)
Videos	(X)
Plataforma Educativa	(X)
Foro Electrónico	(X)
Chat	(X)
Lista de Correos	(X)

Correo Electrónico	(X)
Sitios de Internet	(X)
Plan de Trabajo	(X)