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**	8471
Modalidad	Obligatoria	**Plan**	2012	**Fecha de inicio del semestre**	04 de febrero de 2025
Horas de asesoria semanal	4	**Horario**	Lunes: 20:00 - 22:00 hrs Miércoles: 20:00 - 22:00 hrs	**Fecha de término del semestre**	13 de junio de 2025

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 Buendia 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:

GRUPO	VIDEOCONFERENCIA	FECHA Y HORA	ASESOR
8471	**Presentación del curso**	**24 de febrero 20:00 a 22:00**	Félix Fernando Buendía Mata
Dudas unidades 1, 2, 3 y 4	17 de marzo 20:00 a 22:00		
Dudas unidades 5, 6, 8.	21 de abril 18:00 a 20:00		
Dudas generales del curso	**19 de mayo 20:00 a 22:00**		

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 de entrega	No. Unidad	No. Actividad	Descripción de la de actividad de acuerdo a la plataforma	Ponderación
19 de febrero de 2025	UNIDAD 1: Introducción a los sistemas de información de mercadotecnia	Act. de aprendizaje 1	Elabora un resumen referente al titulo de la unidad, en el que expliques lo siguiente: 1.1. Breves antecedentes históricos,1.2. Concepto,1.3. Componentes del sistema de información de mercadotecnia,1.4. Apoyos tecnológicos y administrativos Recuerda que puedes apoyarte en el apunte electronico (ENTREGAR EN PDF)	5 %
24 de febrero de 2025	UNIDAD 1: Introducción a los sistemas de información de mercadotecnia	Act. complementaria 1	A partir del estudio de la bibliografía específica sugerida, elabora una infografìa sobre los temas de la unidad. Pudes utilizar las siguientes herramientas: • Canva • PowerPoint • Genially	5 %
26 de febrero de 2025	UNIDAD 1: Introducción a los sistemas de información de mercadotecnia	Act. complementaria 2	Realiza un mapa mental sobre la importancia de los sistemas de información de mercadotecnia en las organizaciones. Puedes utilizar herramientas como: -Canva -PowerPoint o Google Slides - Genially Recuerda incluir portada, introducción, desarrolo, conclusiones y bibliografía.	5 %
03 de marzo de 2025	UNIDAD 2: Proceso de creación de un sistema de mercadotecnia (software de SIM)	Act. complementaria 1	Realiza un ensayo sobre lo siguientes dos temas: 2.1. Tendencias del mercado global y 2.2. Influencias sociales , puedes apoyarte del apunte electronico. recuerda incluir, portada, conclusiones y refrencias consultadas.	5 %

05 de marzo de 2025	UNIDAD 3: Investigación de mercado cuantitativo (SPSS y Excel)	Act. complementaria 1	Desarrolla un cuestionario con 25 preguntas con su respuesta, referentes a 3.1. Estructura de las organizaciones modernas 3.2. Áreas de funcionamiento o áreas funcionales 3.3. Fuentes de información interna, no olvides portada y referencias.	5 %
10 de marzo de 2025	UNIDAD 3: Investigación de mercado cuantitativo (SPSS y Excel)	Act. de aprendizaje 1	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. Determina el tipo de investigación de mercado que se llevará a cabo. Justifica ampliamente tu respuesta (no excedas las 2 cuartillas).	5 %
19 de marzo de 2025	UNIDAD 4: Investigación de mercado cualitativo	Act. complementaria 1	Realiza un mapa mental que contenga los 3 supuestos siguientes: 4.1. Agencias de información internacional 4.2. Fuentes de información externa 4.3. Bases de datos, puedes realizarlo en la platafroma que mas te convenga, solo no olvides la portada y referencias.	5 %
24 de marzo de 2025	UNIDAD 4: Investigación de mercado cualitativo	Act. de aprendizaje 1	La cadena de comida ràpida McDonald's 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. portada y referencias.	5 %
02 de abril de 2025	UNIDAD 5: Investigaciones específicas. (SPSS y Excel)	Act. de aprendizaje 1	Consulta sitios especializados en mercadotecnia, investigación de mercados o negocios sobre las características, ventajas, desventajas y aplicaciones de las siguientes técnicas de investigación de mercado: geomarketing, inteligencia artificial, garbology (basurología) y realiza tu propia infografía. No olvides incluir las fuentes consultadas en tu infografía. Puede incluir imágenes. Recuerda que la entrega es en documento pdf con portada, introducción, desarrollo y conclusión.	5 %
07 de abril de 2025	UNIDAD 6: Análisis de información y toma de decisiones en mercadotecnia con información interna (SPSS y Excel)	Act. de aprendizaje 1	Realiza un cuadro Comparativo de los siguientes temas: 6.1. Tecnologías de apoyo 6.2. Benchmarking. recuerda que puedes hacerlo en la plataforma que mas te convenga, añade portada y referencias. Podras apoyarte de los apuntes electronicos.	5 %
21 de abril de 2025	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	Imagina que tienes una empresa,Plantea de un sistema de información de mercadotecnia, los Recursos disponibles con los que contara, crea el Proceso administrativo aplicado al sistema de información de mercadotecnia y el Desarrollo técnico del sistema, Deberas hacerlo en 2 cuartillas en el procesador de textos de tu prefrencia, no olvides portada y referencias. puedes apoyarte del apunte electronico.	5 %

23 de abril de 2025	UNIDAD 8: Análisis de información y toma de decisiones con base en la investigación de mercados (SPSS y Excel)	Act. de aprendizaje 1	Realiza una ensayo 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. No olvides adjuntar tu archivo con portada, introducción, conclusión y bibliografía.	5 %
21 de mayo de 2025	UNIDAD 8: Análisis de información y toma de decisiones con base en la investigación de mercados (SPSS y Excel)	Act. complementaria 1	El alumno deberá realiza un resumen de 10 cuartillas a mano de los métodos de recolección de información considerando la bibliografía recomendada	5 %

VII. Sistema de evaluación

FACTORES	DESCRIPCIÓN	
Requisitos	Todos los trabajos deberan incluir portada y referencias, en caso de no contenerlas, se disminuye la calificaciòn.	
Porcentajes	Act. de aprendizaje Act. complementaria Examen(es) TOTAL	35 % 30 % 35 % 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 electónico la calificación final al asesor.		

VIII. Recursos y estratégias didácticas

Trabajos de Investigación	(X)
Clases Virtuales (PPT)	(X)
Elaboración de Actividades de Aprendizaje	(X)
Foro Electrónico	(X)
Chat	(X)

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