



FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y
EDUCACIÓN A DISTANCIA

MODALIDAD ABIERTA

PLAN DE TRABAJO

LICENCIATURAS EN QUE SE IMPARTE

Lic. en Administración 4° Semestre

DATOS DE LA ASIGNATURA

Nombre:	Sistema de Información de Mercadotecnia
Clave(s):	1425
Tipo:	Obligatoria
Plan de Estudios:	Plan 2012 (actualizado 2016)

FECHAS DEL SEMESTRE

Inicio semestre:	12 de febrero de 2024
Fin del semestre:	21 de junio 2024
Plataforma educativa:	28 de febrero de 2024 Primer día para entrega de actividades en plataforma
Cierre de plataformas:	16 de junio de 2024 a las 23:00 hrs. Último día para entrega de actividades en plataforma
Periodo examen global:	15 y del 17 al 21 de junio 2024
Registro de calificaciones en actas:	
Consulta de calificaciones a partir del:	

DATOS GENERALES

Objetivo general:

El alumno comprenderá los componentes básicos del sistema de información de mercadotecnia y los procesos fundamentales para su desarrollo, así como la forma de utilizarlos para mejorar el proceso de toma de decisiones.

Contenido temático:

Tema		Teóricas	Prácticas
1	Introducción a los sistemas de información de mercadotecnia	4	0
2	Proceso de creación de un sistema de mercadotecnia (software de SIM)	8	0
3	Investigación de mercados cuantitativa (SPSS y Excel)	12	0
4	Investigación de mercados cualitativa	12	0
5	Investigaciones específicas (SPSS y Excel)	4	0
6	Análisis de la información y toma de decisiones en mercadotecnia con información interna (SPSS y Excel)	8	0
7	Análisis de información y toma de decisiones con información	8	0
8	Análisis de información y toma de decisiones con base en la investigación de mercados (SPSS y Excel)	8	0
Total		64	0
Suma total de horas		64	

Estimada alumna (o) de la asignatura: **Sistema de Información de Mercadotecnia (SIM)**

El grupo de asesores de esta asignatura, te damos la más cordial bienvenida. Nuestra labor es apoyarte en tu proceso de aprendizaje, resolviendo tus dudas y sugiriendo cómo aprovechar los contenidos para que puedas obtener un mejor aprendizaje. No dejes de preguntar cualquier duda que tengas; las asesorías se te brindarán cuanto sea necesario y las veces que consideres pertinente.

El propósito fundamental de este plan de trabajo es orientarte para que cursen esta asignatura en el SUAyED (donde los estudiantes son los principales responsables de su aprendizaje, con la conducción, guía y orientación del asesor). Como en este sistema debes estudiar por tu cuenta, en los tiempos y lugares que más te convenga, es necesario elaborar una guía con una metodología, que te ayude a alcanzar los objetivos de aprendizaje del curso y te facilite el acceso a los materiales didácticos (libros, apuntes, ejercicios, etcétera) que requieres para avanzar en tu estudio.

El **asesor** asignado a tu grupo revisará las actividades de aprendizaje en la plataforma del SUA y tendrás un comentario a cada una de ellas, para que puedas analizar y asimilar los comentarios que, sin duda, repercutirán en tu aprendizaje. Es importante que antes de presentar tus exámenes parciales hayas entregado las actividades de aprendizaje correspondientes a las unidades indicadas en el Plan de Actividades de la asignatura, y que consideres que te has preparado lo suficiente para poder acreditarlos.

PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

La importancia de esta asignatura radica en la oportunidad que te ofrece para conocer tanto los componentes del sistema de información de mercadotecnia como los apoyos tecnológicos, administrativos y humanos para su implementación y análisis para la toma de decisiones.

Existe un proceso administrativo aplicado a los sistemas de información de mercadotecnia dentro del cual aprenderás su desarrollo técnico, la investigación cuantitativa y cualitativa, así como investigaciones específicas orientadas al producto, precio, distribución, publicidad y algunas innovaciones. La generación, el proceso y análisis de la información tanto interna como externa son de vital importancia para la toma de decisiones en la organización.

FORMA EN QUE EL ALUMNO DEBE PREPARAR LA ASIGNATURA

Las actividades de aprendizaje han sido diseñadas con el fin de que adquieras nuevos conocimientos y desarrolles habilidades de pensamiento crítico y creativo, para dar soluciones a problemas en las organizaciones.

La intención pedagógica es fomentar la apropiación de una nueva forma de trabajo y aprendizaje de manera independiente, donde desarrolles nuevos hábitos de estudio, de organización del tiempo e investigación. Para aprobar esta asignatura deberás cumplir los siguientes puntos:

- Leer detenidamente el plan de trabajo de la asignatura
- Asistir a asesoría para comprender cómo desarrollar las actividades
- Presentar las actividades en forma secuencial
- Las actividades deberán ser enviadas en letra arial 12, interlineado 1.5, formato pdf
- Revisar que el contenido de tus archivos en plataforma estén completos y bien realizados
- Las actividades plagiadas o extraídas de internet serán invalidadas y los alumnos podrán ser acreedores a una sanción.
- Aprobar cada una de tus actividades con calificación de 7 o más.
- En caso de obtener una calificación inferior a 7 tendrás solo una oportunidad para mejorar tu actividad y volverla a subir a plataforma.

- Evitar dejar tus envíos para el final, recuerda que el objetivo de esta asignatura es que adquieras conocimientos sólidos, como podrás imaginar esto toma su tiempo, realizando actividades apresuradas, irreflexivas y mecánicas no se consigue. Por lo que te invito a planificar y dosificar tus envíos con regularidad a lo largo del periodo y procurando cumplir con todas tus actividades antes de presentar tus parciales.
- No se recibirán actividades después del cierre de plataforma.
- Las actividades se realizarán de forma reflexiva, evidenciando tu capacidad para:
 1. Comprender problemas
 2. Analizar información
 3. Utilizar tu pensamiento crítico para analizar situaciones y contenidos
 4. Comunicarte de forma oral y escrita como un profesional universitario
 5. Utilizar adecuadamente las reglas de ortografía y redacción de nuestro idioma

Para la realización de tus actividades deberás cuidar tu **ortografía** y usar **fuentes oficiales** como: libros, revistas, artículos, etcétera. Recuerda hacer la cita en formato APA, ya que, si no lo haces incurrirás en plagio. https://www.revista.unam.mx/wp-content/uploads/3_Normas-APA-7-ed-2019-11-6.pdf .

Las actividades elaboradas con inteligencia artificial serán sancionadas con cero de calificación.

ACTIVIDADES POR REALIZAR DURANTE EL SEMESTRE

Estimado alumno, para facilitar el aprendizaje de esta asignatura, en la sección de recursos de tu plataforma encontrarás un archivo llamado Videoclases, que contiene los vínculos a videos que tu profesor ha grabado para ti.

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
<p><i>Unidad 1</i> <i>Introducción a los sistemas de información de mercadotecnia</i></p>	<p>Actividad 1.1</p>	<p>Realiza un resumen de 2 cuartillas de la lectura que podrás encontrar en el siguiente link: https://drive.google.com/drive/folders/1rGZiglp5zthc8uSXm5YC8EHOvOmgVPJ_?usp=drive_link</p> <p>La actividad deberá incluir:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Un párrafo de introducción ● Desarrollo ● Un párrafo de media cuartilla de conclusiones: reflexiones, cuestionamientos personales, retos que vislumbres en la práctica, en el presente y/o futuro de las organizaciones. <p>Sube tu trabajo a la plataforma en formato PDF.</p>	<p>Ramirez, M. y Perusquia, J. (2019). El Sistema de Información de Marketing como modelo de gestión basado en la comunicación organizacional. Rev. Espacios: México</p>	<p>7 puntos</p>
<p><i>Unidad 2</i> <i>Proceso de creación de un sistema de mercadotecnia</i></p>	<p>Actividad 2.1 (Colaborativa)</p>	<p>Elabora un documento en Word con tus conclusiones con la información de este video: https://youtu.be/Rh6bxdlbFDk ; con el documento que encuentra en el siguiente link: https://drive.google.com/drive/folders/1rGZiglp5zthc8uSXm5YC8EHOvOmgVPJ_?usp=drive_link</p>	<p>Fischer L. y Espejo J. (2021) Sistemas de Información de Mercadotecnia. Edit. CENGAGE: México</p>	<p>10 puntos</p>

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>y otras fuentes que investigues sobre:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Planteamiento de un sistema de información de mercadotecnia 2. Recursos disponibles para un sistema de información de mercadotecnia 3. Proceso administrativo aplicado al sistema de información de mercadotecnia. 4. Desarrollo técnico del sistema de mercadotecnia (software de SIM) <p>Sube a la plataforma en la actividad 2.1 y también en el foro donde deberás realizar 2 preguntas a uno de tus compañeros sobre su trabajo. Recuerda dar respuesta a las preguntas que te hagan.</p>	<p>Información de marketing (SIM) consultado el 10 de noviembre, 2022 en: https://youtu.be/Rh6bxdlbFDk</p> <p>Romeiro-Serna, John y Garmendia, Fermín (2007). “Sistemas de Información de Marketing SIM: más que simples cajas tecnológicas”. Esic Market, 128, pp. 95-107.</p> <p>SUAYED FCA (2021) Apuntes Sistemas de Información de Mercadotecnia. Edit. UNAM: México</p>	
<p><i>Unidad 3</i> <i>Investigación de mercados cuantitativo</i></p>	<p>Actividad 3.1</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Explica qué es una investigación de mercados 2. Enlista los pasos para realizar una investigación de mercados cuantitativamente 	<p>Arteaga, Rosaura. Torres, Javier. (2019) Guía para</p>	<p>10 pts.</p>

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>3. Explica qué es un universo finito y un universo infinito para una investigación de mercadotecnia</p> <p>4. Explica qué es una muestra y qué características debe tener para realizar una investigación de mercados.</p> <p>5. Desarrolla dos ejemplos del cálculo de las muestras (incluye su fórmula de acuerdo al libro de: Fischer L. y Espejo J. (2021)): uno para universos finitos y otro para universos infinitos.</p> <p>Cuida la ortografía, utiliza fuente Arial 12 a espacio 1.5. e incorpora las fuentes consultadas al calce de tu documento con citación estilo APA y súbela a la plataforma en formato PDF.</p>	<p>elaboración de encuestas en línea. UNAM, México.</p> <p>Fischer L. y Espejo J. (2021) Sistemas de Información de Mercadotecnia. Edit. CENGAGE: México</p> <p>SUAYED FCA (2021) Apuntes Sistemas de Información de Mercadotecnia. Edit. UNAM: México</p>	
<p><i>Unidad 4. Investigación de mercados cualitativa.</i></p>	<p>Actividad 4.1</p>	<p>1. Explica qué es y para qué sirve una investigación de mercados cualitativa.</p> <p>2. Explica qué son y cómo se realizan las siguientes técnicas de investigación cualitativa:</p> <p>2.1 Sesiones de grupo (focus group)</p> <p>2.2 Entrevista de profundidad</p>	<p>Fischer L. y Espejo J. (2021) Sistemas de Información de Mercadotecnia. Edit. CENGAGE: México</p> <p>SUAYED FCA (2021) Apuntes Sistemas de Información de</p>	<p>7 pts.</p>

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>2.3 Medición de actitudes por escalas</p> <p>2.4 Técnicas proyectivas</p> <p>Cuida la ortografía, utiliza fuente Arial 12 a espacio 1.5. e incorpora las fuentes consultadas al calce de tu documento con citación estilo APA y súbela a la plataforma en formato PDF.</p>	<p>Mercadotecnia. Edit. UNAM: México</p>	
<p>Unidad 5</p> <p><i>Investigacion es específicas</i></p>	<p>Actividad 5.1</p>	<p>De la siguiente lista, elige 5 para explicar y ejemplificar</p> <p>los estudios específicos y nuevas herramientas de investigación de mercados:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Benchmarking 2. Estudios de valor percibido 3. Investigación de medios o canales de comunicación 4. Investigación de la efectividad y la eficacia publicitaria 5. Investigación digital 6. Geomarketing 7. Neuromarketing 8. Estudios de tendencias 	<p>Fischer L. y Espejo J. (2021) Sistemas de Información de Mercadotecnia. Edit. CENGAGE: México</p> <p>SUAYED FCA (2021) Apuntes Sistemas de Información de Mercadotecnia. Edit. UNAM: México</p>	<p>10 pts.</p>

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>Cuida la ortografía, utiliza fuente Arial 12 a espacio 1.5. e incorpora las fuentes consultadas al calce de tu documento con citación estilo APA y súbela a la plataforma en formato PDF.</p>		
<p><i>Unidad 6</i></p> <p><i>Análisis de información y toma de decisiones en mercadotecnia con información interna</i></p>	<p>Actividad 6.1</p>	<p>Imagina que eres el Gerente de Mercadotecnia de una empresa y vas a realizar una presentación ante el director general y los distintos gerentes de cada área ¿Qué información en gráficas y porcentajes podrías ofrecer con el Sistema de Información de Mercadotecnia que les resultara útil a las áreas de ventas, operaciones, recursos humanos y finanzas para la toma de decisiones?</p> <p>Cuida la ortografía, utiliza fuente Arial 12 a espacio 1.5. e incorpora las fuentes consultadas al calce de tu documento con citación estilo APA y súbela a la plataforma en formato PDF.</p>	<p>Fischer L. y Espejo J. (2021) Sistemas de Información de Mercadotecnia. Edit. CENGAGE: México</p> <p>SUAYED FCA (2021) Apuntes Sistemas de Información de Mercadotecnia. Edit. UNAM: México</p>	<p>8 pts.</p>

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
<p><i>Unidad 7</i></p> <p><i>Análisis de información y toma de decisiones con información externa con base en la investigación de mercados (SPSS y Excel)</i></p>	<p>Actividad 7.1</p>	<p>1. Anota las siguientes ligas que demuestren que eres capaz de encontrar la información específica requerida y explica para qué te sirve esta información en el marco de una investigación de mercados:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Fuente de información oficial gubernamental para obtener los datos del nivel socioeconómico de las familias en México. ● Mapas geográficos de índice de desarrollo social por colonias en la CDMX. <p>2. Explica para qué sirven las bases de datos de mercadotecnia VALS, en qué consisten sus perfiles de consumidores y en qué casos las utilizarías.</p> <p>3. Resume el artículo de Base de datos de Marketing de Ma. De los Ángeles Iniesta que podrás encontrar en el drive:</p>	<p>Iniesta, A., Sáez, E., Sánchez, M. (2001) Bases de datos de Marketing. ESIC Market: España</p>	<p>8 pts.</p>

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>https://drive.google.com/drive/folders/1rGZiglp5zthc8uSxm5YC8EHOvOmgVPJ_?usp=drive_link</p> <p>Cuida la ortografía, utiliza fuente Arial 12 a espacio 1.5. e incorpora las fuentes consultadas al calce de tu documento con citación estilo APA y súbela a la plataforma en formato PDF.</p>		
<p>Unidad 8</p> <p>Análisis de información y toma de decisiones con base en la investigación de mercados (SPSS y Excel)</p>	<p>Actividad 8.1</p>	<p>Revisa el caso de Investigación de Mercados con SPSS Y Excel elaborado por Rosaura Arteaga Rojas que podrás encontrar en el drive:</p> <p>https://drive.google.com/drive/folders/1rGZiglp5zthc8uSxm5YC8EHOvOmgVPJ_?usp=drive_link</p> <p>Explica qué decisiones se pueden tomar con esta información.</p> <p>Cuida la ortografía, utiliza fuente Arial 12 a espacio 1.5. e incorpora las fuentes consultadas al calce de tu documento con citación estilo APA y súbela a la plataforma en formato PDF.</p>	<p>Arteaga, R. (n.d.)</p> <p>Investigación de mercados con SPSS y Excel. SUAYED-FCA-UNAM: México consultado en línea el 06 de diciembre de 2023 en: fcaenlinea1.unam.mx/anexos/1425_Anexo4_u7-u8_Ejemplo.pdf</p>	<p>10 pts.</p>

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
Ponderación total de las actividades				70

EXÁMENES

De acuerdo con los lineamientos del modelo educativo, tienes tres períodos a lo largo del semestre para presentar tus exámenes parciales (consulta las fechas en el calendario de inscripción a parciales y globales en el Portal SUAyED), tú decides el período en el que los realizarás. Si tu asignatura es optativa, deberás consultar los períodos y número de exámenes con tu asesor.

Para esta asignatura están programados de la siguiente manera:

- **Parciales:**

Deberás entregar las actividades de aprendizaje de las unidades implicadas en cada parcial, **antes de que inicie el periodo de aplicación**. Es importante que te inscribas en cada periodo y cumplas con los lineamientos para su presentación.

NÚMERO	UNIDADES (que lo integran)	VALOR (núm. enteros)
1ro.	1, 2 y 3	10%
2do.	4, 5 y 6	10%
3ro.	7 y 8	10%

- Global. Examen único

Valor	Requisitos	Aplicación de global
100%	Ninguno	15 y del 17 al 21 de junio 2024

PORCENTAJES Y ESCALA DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

Porcentajes de evaluación:

Concepto	Porcentajes
Actividades de aprendizaje	60 %
Actividades colaborativas	10 %
Exámenes parciales	30 %
Otro	0 %
Total	100 %

Escala de evaluación:

Rango	Calificación
1.00 a 5.99	5
6.00 a 6.54	6
6.55 a 7.54	7
7.55a 8.54	8
8.55 a 9.54	9
9.55 a 10.00	10

FUNCIONES DEL ASESOR

Por ser una modalidad abierta, tu asesor:

1. Será tu apoyo y guía de manera presencial para la resolución de dudas y desarrollo de las actividades; así mismo, por la mensajería de la plataforma educativa para dudas concretas.
2. Calificará y retroalimentará tus actividades de aprendizaje en plataforma educativa en un lapso no mayor a diez días hábiles después de la entrega.
3. Te recomendará recursos didácticos adicionales para ampliar tu conocimiento. No es su obligación facilitarte: copias, archivos digitales o proporcionarte ligas directas de la BIDI.
4. Enviará tu calificación al finalizar el semestre de manera personalizada.

DATOS DEL ASESOR O GRUPO DE ASESORES

Nombre	Correo electrónico
Mtra. Irma Rodríguez Ortiz	irma.rodriguez.unam@gmail.com
Mtro. Javier Torres Sosa	javier.torres.unam@gmail.com

Enseñar no es transferir conocimiento, sino crear las posibilidades para su propia producción o construcción.

Paulo Freire