

PLAN DE TRABAJO :: MODALIDAD ABIERTA ::

DATOS DE LA ASIGNATURA

Licenciaturas en que se imparte:	Lic. Administración 4° semestre		
Nombre:	Sistemas de Información de Mercadotecnia		
Clave(s):	1425		
Tipo:	Obligatoria		
Plan de Estudios:	2012 (actualizado al 2016)		

FECHAS DEL SEMESTRE

Inicio semestre:	4 de febrero de 2025
Fin del semestre:	13 de junio 2025
Plataforma educativa:	19 de febrero de 2025 Primer día para entrega de actividades en plataforma
Cierre de plataformas:	25 de mayo de 2025 a las 23:00 hrs. Último día para entrega de actividades en plataforma
Periodo examen global:	6, 7 y del 9 al 12 de junio 2025
Consulta de calificaciones en historia académica:	A partir del 30 de junio 2025

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 TEMATICO

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

BIENVENIDA

Estimada/o alumna/o de la asignatura: **Sistema de Información de Mercadotecnia:**

El grupo de asesores de esta asignatura te damos la más cordial bienvenida. Te proporcionaremos asesoría durante este semestre; 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 **asesor** asignado a tu grupo **revisará** las actividades de aprendizaje en la plataforma del SUA y tendrás un comentario a cada una de ellas en un lapso que no debe ser mayor **a 8 días hábiles después de entregar la actividad**. Asimismo, 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 ALUMNADO DEBE PREPARAR LA ASIGNATURA

Las actividades de aprendizaje determinadas por los asesores son tareas que se han estructurado de tal forma que te permitan desarrollar conocimientos y habilidades para dar solución a problemas de índole personal u organizacional; producto de los aprendizajes significativos derivados de la apropiación de los contenidos temáticos de la asignatura.

Los contenidos de esta materia se manejan de manera didáctica, empleando recursos que te permitan una mejor lectura y comprensión de los temas. Asimismo, se fomenta la apropiación de una nueva forma de trabajo y aprendizaje de manera independiente, donde crearás nuevos hábitos de estudio y de organización de tiempos para la revisión de materiales en el sitio.

Para aprobar esta asignatura deberás cumplir los siguientes requisitos:

- Leer detenidamente el plan de trabajo de la asignatura.
- Asistir regularmente a asesoría si se te dificulta 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 esté 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.**
- 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

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

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. Utilizar **tu pensamiento crítico** para analizar situaciones y contenidos
 3. Plantear soluciones pertinentes y relevantes
 4. Comunicarte de forma oral y escrita como un profesional universitario
 5. Utilizar adecuadamente las reglas de ortografía y redacción de nuestro idioma

Recuerda que no dar crédito a los autores implica plagio, realizar actividades con inteligencia artificial tampoco es aceptable, en ambos casos tu calificación será cero sin derecho a reenvío.

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.

EXAMEN GLOBAL:

Si deseas acreditar la asignatura sin cursarla, podrás solicitar un examen global con base en el Artículo 12 (Reglamento del Estatuto del Sistema Universidad Abierta y Educación a Distancia), que a continuación se cita:

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

“Los alumnos inscritos en el nivel licenciatura en el Sistema Universidad Abierta y Educación a Distancia podrán presentar exámenes para acreditar asignaturas, áreas o módulos en los que estén inscritos y no deseen esperar el periodo de exámenes establecido por su facultad o escuela”.

ACTIVIDADES POR REALIZAR DURANTE EL SEMESTRE

Unidad	N° Actividad	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
Unidad 1 Introducción a los sistemas de información de mercadotecnia	Actividad 1	<p>Realiza un resumen de 2 cuartillas de la lectura que podrás encontrar en el siguiente link:</p> <p>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. 	Ramírez, M. y Perusquia, J. (2019). El Sistema de Información de Marketing como modelo de gestión basado en la comunicación organizacional. Rev. Espacios: México	5 pts

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

		<p>Nota: si tu actividad es extraída de internet sin dar crédito a las fuentes, o utilizas alguna aplicación de inteligencia artificial para que la elabore, ésta obtendrá calificación de 0, sin derecho a reenvío.</p> <p>Sube tu documento en pdf a la plataforma</p>		
<p>Unidad 2. Proceso de creación de un sistema de mercadotecnia</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</p> <p>Las conclusiones deben brindar aportaciones sustanciales y podrás complementarlas con fuentes secundarias para que quede más completa y clara tu aportación.</p> <p>Considera los siguientes puntos para tu proyecto:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Elementos que integran un sistema de información de mercadotecnia 2.Recursos y metodología sugerida para un sistema de información de mercadotecnia 3. Aplicaciones y herramientas utilizadas para generar un sistema de información de mercadotecnia. 4. Ventajas y desventajas de un sistema de mercadotecnia. 	<p>Fischer L. y Espejo J. (2021) Sistemas de Información de Mercadotecnia. Edit. CENGAGE: México</p> <p>Información de marketing (SIM) consultado el 10 de noviembre, 2022 en: https://youtu.be/Rh6bxdlbFDk</p> <p>SUAYED FCA (2021) Apuntes Sistemas de</p>	<p>5 pts.</p>

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

		<p>Sube al foro tu actividad, revisa el trabajo de tus compañeros, selecciona uno que resulte de tu especial interés, escríbele 2 preguntas sobre su trabajo. Recuerda dar respuesta a las preguntas que te hagan.</p> <p>Nota: si tu actividad es extraída de internet sin dar crédito a las fuentes, o utilizas alguna aplicación de inteligencia artificial, ésta obtendrá calificación de cero.</p>	<p>Información de Mercadotecnia. Edit. UNAM: México</p>	
<p>Unidad 2. Proceso de creación de un sistema de mercadotecnia</p>	<p>Actividad 2.2</p>	<p>Utilizando el documento que encuentra en el siguiente link: https://drive.google.com/drive/folders/1rGZiglp5zthc8uSXm5YC8EHOvOmgVPJ?usp=drive_link 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>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</p>	<p>5 pts.</p>

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

		<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>Nota: si tu actividad es extraída de internet sin dar crédito a las fuentes, o utilizas alguna aplicación de inteligencia artificial, ésta obtendrá calificación de cero.</p>	<p>Mercadotecnia. Edit. UNAM: México</p>	
<p>Unidad 3 Investigación de mercados cuantitativo</p>	<p>Actividad 3.1</p>	<p>Realiza las siguientes instrucciones justificando el contenido ampliamente:</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 3. Explica qué es un universo finito y un universo infinito para una investigación de mercadotecnia <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, Rosaura. Torres, Javier. (2019) Guía para 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>5 pts.</p>

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

		Nota: si tu actividad es extraída de internet sin dar crédito a las fuentes, o utilizas alguna aplicación de inteligencia artificial, ésta obtendrá calificación de cero.	SUAYED FCA (2021) Apuntes Sistemas de Información de Mercadotecnia. Edit. UNAM: México	
Unidad 3 Investigación de mercados cuantitativo	Actividad 3.2	<p>Realiza las siguientes instrucciones justificando el contenido ampliamente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Explica qué es una muestra y qué características cualitativas y cuantitativas debe tener para realizar una investigación de mercados. 2. Desarrolla el cálculo de las muestras de los siguientes dos problemas, incluye su fórmula, sustitución y desarrollo, de acuerdo al libro de: Fischer L. y Espejo J. (2021): uno para universos finitos y otro para universos infinitos. <p>PROBLEMA 1.</p> <p>Para el lanzamiento de un nuevo modelo de televisores se necesita llevar a cabo una investigación para determinar las características que prefieren los consumidores de cierta localidad. Es necesario calcular el tamaño de la muestra requerido, trabajando con un intervalo de confianza del 97% y con un margen</p>	<p>Arteaga, Rosaura. Torres, Javier. (2019) Guía para 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</p>	10 pts.

		<p>de error del 3%. La investigación se realizará en una población de 1,600 familias.</p> <p>PROBLEMA 2.</p> <p>Se requiere hacer una investigación de mercados para conocer las preferencias de café que tienen en una ciudad de 1,700, 354 habitantes donde el 30% son consumidores. ¿Qué tamaño de muestra debe seleccionarse para que sea representativa, teniendo un margen de error del 5% y un intervalo de confianza del 95%</p> <p>Se pide:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar si la muestra es de una población finita o infinita. • Aplicar las formulas respectivas para su cálculo. • Dar respuesta al tamaño de la muestra en cada caso. <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>	
--	--	--	---	--

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

		Nota: si tu actividad es extraída de internet sin dar crédito a las fuentes, o utilizas alguna aplicación de inteligencia artificial, ésta obtendrá calificación de cero.		
Unidad 4. Investigación de mercados cualitativa.	Actividad 4.1	<p>1. Explica qué es y para qué sirve una investigación de mercados cualitativa.</p> <p>2. Explica qué son y cómo se realiza la metodología de cada una de las siguientes técnicas de investigación cualitativa:</p> <p>2.1 Sesiones de grupo (focus group)</p> <p>2.2 Entrevista de profundidad</p> <p>2.3 Medición de actitudes por escalas</p> <p>Nota: si tu actividad es extraída de internet sin dar crédito a las fuentes, o utilizas alguna aplicación de inteligencia artificial, ésta obtendrá calificación de cero.</p> <p>Sube tu documento en pdf a la plataforma.</p>	Fischer L. y Espejo J. (2021) Sistemas de Información de Mercadotecnia. Edit. CENGAGE: México	5 pts.
Unidad 4.	Actividad 4.2		Fischer L. y Espejo J. (2021) Sistemas de	5 pts.

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

Investigación de mercados cualitativa.		Realiza un video de evidencia de máximo 10 minutos donde se aplique la metodología del Focus Group , sube un documento con el link del video y el informe correspondiente.	Información de Mercadotecnia. Edit. CENGAGE: México SUAYED FCA (2021) Apuntes Sistemas de Información de Mercadotecnia. Edit. UNAM: México	
Unidad 5. Investigaciones específicas	Actividad 5.1	De la siguiente lista, elige 5 para explicar y ejemplificar los estudios específicos y nuevas herramientas de investigación de mercados: 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	Fischer L. y Espejo J. (2021) Sistemas de Información de Mercadotecnia. Edit. CENGAGE: México SUAYED FCA (2021) Apuntes Sistemas de Información de	5 pts.

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

		<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>Nota: si tu actividad es extraída de internet sin dar crédito a las fuentes, o utilizas alguna aplicación de inteligencia artificial, ésta obtendrá calificación de cero.</p> <p>Sube tu documento en pdf a la plataforma.</p>	<p>Mercadotecnia. Edit. UNAM: México</p>	
<p>Unidad 6. Análisis de información y toma de decisiones en mercadotecnia con</p>	<p>Actividad 6.1</p>	<p>Imagina que eres el nuevo gerente de Mercadotecnia en una empresa y necesitarás recabar y ofrecer información con las demás áreas funcionales. Enlista qué información e indicadores podrías intercambiar con cada una de las demás áreas funcionales: ventas, operaciones, recursos humanos y finanzas.</p> <p>Nota: si tu actividad es extraída de internet sin dar crédito a las fuentes, o utilizas alguna aplicación de inteligencia artificial, ésta obtendrá calificación de cero.</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>5 pts.</p>

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

información interna		Sube tu documento en pdf a la plataforma.	Mercadotecnia. Edit. UNAM: México	
Unidad 7 Análisis de información y toma de decisiones con información externa con base en la investigación de mercados (SPSS y Excel)	Actividad 7.1	<p>Realiza un mapa conceptual sobre el artículo de Base de datos de Marketing de Ma. De los Ángeles Iniesta que podrás encontrar en el drive:</p> <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>Sube tu documento en pdf a la plataforma.</p>	Iniesta, A., Sáez, E., Sánchez, M. (2001) Bases de datos de Marketing. ESIC Market: España	5 pts.

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

<p>Unidad 7 Análisis de información y toma de decisiones con información externa con base en la investigación de mercados (SPSS y Excel)</p>	<p>Actividad 7.2</p>	<p>En esta actividad, anota ligas / links que demuestren que eres capaz de encontrar la información específica requerida en las siguientes situaciones y explica para qué te sirve esta información en el marco de una investigación de mercados:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Reportes de agencias internacionales de mercadotecnia. ● 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>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>Sube tu documento en pdf a la plataforma.</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>5 pts.</p>
---	----------------------	---	--	---------------

<p>Unidad 8. Análisis de información y toma de decisiones con base en la investigación de mercados (SPSS y Excel)</p>	<p>Actividad 8.1</p>	<p>Lee cuidadosamente el informe de investigación de mercado sobre “Mascotas en la CDMX” en el siguiente link: https://drive.google.com/drive/folders/1rGZiglp5zthc8uSXm5YC8EHOvOmgVPJ?usp=drive_link</p> <p>Ahora, realiza las siguientes actividades:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analiza el informe y describe una idea de negocios innovadora para esa industria. 2. Diseña una encuesta de 5 preguntas clave para conocer la aceptación del producto 3. Aplica la encuesta a 10 personas que sean consumidores potenciales de tu idea de negocio, considera esto solo una pequeña práctica y no es una muestra. 4. Utiliza Excel o SPSS para graficar y presentar el informe de resultados. <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>10 pts.</p>
--	----------------------	---	--	----------------

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

	<p>Nota: si tu actividad es extraída de internet sin dar crédito a las fuentes, o utilizas alguna aplicación de inteligencia artificial, ésta obtendrá calificación de cero.</p> <p>Sube tu documento en pdf a la plataforma.</p>		
Ponderación total			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:

- **Exámenes Parciales:**

Deberás entregar las actividades de aprendizaje de las unidades implicadas en cada parcial, **antes de que inicie el periodo de aplicación, si las entregas durante la aplicación del examen se consideran extemporáneas**. 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 pts.
2do.	4,5,6	10 pts.
3ro.	7 y 8	10 pts.

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

- **Global. Examen único**

Valor	Requisitos	Aplicación de global
100%	Ninguno	6,7 y del 9 al 12 de junio de 2025

PORCENTAJES Y ESCALA DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

Concepto	Porcentajes
Actividades de aprendizaje	65%
Actividades colaborativas	5 %
Exámenes parciales	30 %
Total	100 %

- **Escala de evaluación:**

Rango	Calificación
1.00 a 5.99	5
6.00 a 6.49	6
6.50 a 7.49	7
7.50 a 8.49	8
8.50 a 9.49	9
9.50 a 10.00	10

FUNCIONES DEL ASESOR

Por apoyar tu proceso de aprendizaje autónomo, el asesor tiene las siguientes funciones:

1. Apoyar y guiar en la resolución de dudas y desarrollo de actividades; a través de los canales de comunicación oficiales.
2. Calificar y retroalimentar las actividades en plataforma educativa en un lapso no mayor a **ocho días hábiles** después de la fecha de entrega establecida en el calendario.
3. Recomendar recursos didácticos para ampliar tu conocimiento. No es su obligación facilitarte: copias, libros, archivos digitales o proporcionarte ligas directas de la BIDI.
4. Enviar las calificaciones al finalizar el semestre de manera personalizada por correo electrónico.

DATOS DEL ASESOR O GRUPO DE ASESORES

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

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