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	GUADARRAMA SANCHEZ ESTEFANNY	**Correo**	eguadarramas@unam.mx

III. Datos de la asignatura

Nombre	PLAN DE MERCADOTECNIA	**Clave**	1526	**Grupo**	8552
Modalidad	Obligatoria	**Plan**	2012	**Fecha de inicio del semestre**	04 de febrero de 2025
Horas de asesoria semanal	4	**Horario**	Lunes: 11:00 - 13:00 hrs Miércoles: 11:00 - 13:00 hrs	**Fecha de término del semestre**	13 de junio de 2025

IV. Contenido temático

TEMA	**HORAS**		
	Total	**Teoría**	**Práctica**
I. Conceptos básicos de planeación estratégica	4	4	0
II. Modelo de negocio	6	6	0

III. Plan de mercadotecnia	6	6	0
IV. Entorno del plan de mercadotecnia	4	4	0
V. Pronósticos y presupuestos (SPSS, Project Manager y Excel)	4	4	0
VI. Plan de producto	6	6	0
VII. Plan de distribución	4	4	0
VIII. Plan de promoción de ventas (Redes sociales)	6	6	0
IX. Plan de publicidad (Redes sociales)	6	6	0
X. Plan de ventas (Excel)	6	6	0
XI. Plan de relaciones públicas	6	6	0
XII. Plan de precios	6	6	0

V. Presentación general del programa

Estimado (a) alumno (a) de la asignatura

Seré tu asesora durante este curso, así que mi labor es ayudarte en tu proceso de aprendizaje, ya sea resolviendo tus dudas o sugerirte cómo aprovechar los contenidos en línea. No dejes de preguntar cuanto sea necesario y las veces que consideres pertinentes. También revisaré el resultado de tus actividades de aprendizaje y tendrás un comentario a cada una de ellas en un tiempo no mayor a 48 horas. Tus mensajes de correo serán contestados a más tardar al día hábil siguiente.

En este semestre tendremos seis sesiones que se integrarán de la siguiente forma:

Sesión 1 - 19 de febrero de 2025.

Revisión de los contenidos temáticos de las unidades 1-2.

Sesión 2 - 26 de febrero de 2025.

Revisión de los contenidos temáticos de las unidades 3-4.

Sesión 3 – 12 de marzo de 2025.

Revisión de los contenidos temáticos de las unidades 5-6.

Sesión 4 – 9 de abril de 2025.

Revisión de los contenidos temáticos de las unidades 7-8.

Sesión 5 – 23 de abril de 2025.

Revisión de los contenidos temáticos de las unidades 9-10.

Sesión 6 – 14 de mayo de 2025.

Revisión de los contenidos temáticos de las unidades 11-12.

VI. Forma en que el alumno deberá preparar la asignatura

Antes de que inicies tu trabajo en línea, te presento las secciones de cómo se encuentra constituida la asignatura en la plataforma para que te apoye en tu proceso de tu aprendizaje a distancia:

- Introducción. Te presenta de manera general los elementos que se trabajarán a lo largo de la asignatura.
- Objetivo de la asignatura. Se establece el alcance que se tendrá con la revisión y trabajo de los materiales elaborados para la materia.
- Estructura conceptual. Podrás observar de manera integral cómo está conformada la asignatura y la relación y continuidad que tienen las unidades entre sí.
- Calendario. Consiste en la programación de fechas para la entrega de las actividades desarrolladas en cada asignatura, con la finalidad de que las elabores y subas en los tiempos estimados a la plataforma.
- Evaluación diagnóstica (Lo que sé). Se encuentra al inicio de cada unidad y permite identificar los conocimientos previos que posees del tema.
- Actividad integradora (Lo que aprendí). Se ubica al final de cada unidad y sirve para relacionar los temas vistos, ya sea a través de un caso práctico, la construcción de un documento, o alguna otra actividad, de acuerdo con el tema en cuestión.
- Contenido. Toda la asignatura está integrada por unidades, donde cada unidad está desglosada en temas de los cuales se te proporciona material (libros, direcciones electrónicas y artículos) necesario para obtener la información que permitirá alcanzar el objetivo general. También se encuentran las actividades de aprendizaje, autoevaluación y bibliografía específica para profundizar en el tema trabajado.
- Actividades de aprendizaje. Tareas que 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 del curso correspondiente.
- Autoevaluación. Es una valoración continua de tu aprendizaje. Consiste en una serie de preguntas relacionadas con los temas de las unidades, que te permitirá medir tu grado de avance y apropiación del conocimiento. Con base en el puntaje obtenido, juzgarás si es necesario o no, una nueva revisión de los contenidos del tema o la unidad.
- Fuentes de información. Te proporciona una lista de la bibliografía especializada del área que puedes emplear para ampliar, reforzar o aclarar dudas sobre los contenidos propuestos en cada unidad para tu estudio.
- Glosario. Puedes obtener de manera inmediata la definición de conceptos particulares de los temas expuestos.

Se manejarán los contenidos de manera didáctica, empleando recursos que te permitan una mejor lectura y comprensión de los temas. Asimismo, se fomentará en ti, 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, búsqueda de bibliografía necesaria, realizar investigaciones, etc.

Deberás desarrollar las actividades de la plataforma, de manera individual y en ocasiones grupalmente, según sea el caso, como puede ser el participar en una discusión en foro; para ello se te proporcionan instrucciones claras y tiempos.

La comunicación a lo largo del semestre será continua y de manera síncrona y asíncrona, es decir, cada actividad elaborada contará con una retroalimentación por mi parte. Asimismo, a través de los diversos medios recibirás comentarios directos en la plataforma o consultas específicas a través de las sesiones del *chat* en los días y horarios establecidos para la materia; foros de discusión establecidos para temas particulares que se van realizando, las cuales deberán fomentar la reflexión y análisis del tema por estudiar, o algún otro medio como el correo electrónico para estar siempre al tanto de tus dudas.

También podrás tener comunicación con tus compañeros a través de correo electrónico o vía *chat*, para tener un acercamiento con los mismos, consultarlos etc. o cualquier situación que necesites.

Política de entrega de actividades extemporáneas.

Se recibirán tareas extemporáneas en un plazo no mayor a 8 días hábiles después de la fecha límite de entrega, siendo evaluadas con un máximo de 8.0.

Recuerda que todas las actividades deben ser entregadas en formato PDF, excepto que la actividad señale otro tipo de archivo, deben incluir carátula con identificación del estudiante, referencias y deben ser de la autoría del alumno, se considerarán aspectos respecto a la estructura, coherencia, contenido y ortografía.

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: Conceptos básicos de planeación estratégica	Act. complementaria 1	**Actividad 1.** Unidad 1. Actividad complementaria 1. (Adjuntar archivo en formato PDF, en la actividad que corresponde). 1. Elabora una tabla comparativa en el que señales de manera clara y concreta los principales elementos y características de la planeación estratégica, táctica y operativa. 1. Posteriormente, realiza un análisis sobre cómo ha desarrollado su planeación en los tres niveles la herramienta Chat GPT y responde lo siguiente respecto a la estrategia del negocio: • ¿Qué necesidad y deseo resuelve Chat GPT? • ¿Qué mercado meta o segmentos atiende a partir del análisis de sus diferentes productos/servicios? • ¿Qué modificaciones o estrategias de innovación en producto sugerirías al gerente de marca para generar más usuarios? • Describe el funcionamiento de la herramienta y lo que la diferencia de sus competidores de acuerdo al vídeo ¿Qué es ChatGPT?, de ComputerHoy. Consulta en: https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=6FC6KfRIfVw • A partir de la videoclase publicada en el foro de la plataforma realiza una reflexión sobre la importancia de contar con un modelo de planeación estratégica y la adecuada identificación de los deseos y necesidades del consumidor. • Para la realización de la actividad puedes apoyarte en el siguiente material: • Modelo de diseño y ejecución de estrategias de negocio: https://www.dii.uchile.cl/~ceges/publicaciones/ceges35.pdf • Planeación estratégica vs táctica y operativa: https://www.youtube.com/watch?v=DPp70HxExzw • Portal Chat OpenAI – ChatGPT: https://chat.openai.com/chat	5 %

26 de febrero de 2025	UNIDAD 2: Modelo de negocio	Act. complementaria 1	**Actividad 2.** Unidad 2. Actividad complementaria 1. (Adjuntar archivo en formato PDF, en la actividad que corresponde). 1. A partir de la información que obtengas de la visita al sitio de internet de la empresa Virtual Dining Concepts (VDC) (https://joinvdc.com/) elabora un modelo de negocios Canvas, completando todos los rubros del modelo y describiendo claramente cada apartado, en el concepto "Posicionamiento" recuerda segmentar a tu mercado de manera demográfica, geográfica y psicográfica y conductual. 1. Adicionalmente, responde lo que se te solicita: • ¿Quién es la competencia directa de la marca y cuáles son sus ventajas competitivas respectivamente? • ¿Quién es la competencia indirecta y qué oportunidades tienen para robar mercado a VDC? • Describe el target de la marca de manera detallada • ¿Cómo es que la marca crea experiencias de compras para los clientes? • ¿Qué elementos te parecen más relevantes de su portal electrónico y por qué? • ¿Qué sugerencias harías como usuario para mejorar la experiencia en su portal electrónico? • De la alianza que existe entre VDC y Mr Beast Burgers, ¿qué elementos fundamentales destacas del modelo de negocios de las marcas involucradas? ¿Qué elementos mejorarías? Argumenta tu respuesta a partir de la información revisada en el video Abre 300 Restaurantes en un Día | Analizamos el Modelo de Negocio de Mr Beast Burgers, consulta el video en: https://www.youtube.com/watch?v=CMjByaH3hLA Páginas de internet sugeridas : • Portal Virtual Dining Concepts – Moments beyond food, delivered https://joinvdc.com/ • Portal MrBeast Burger https://www.mrbeastburger.com/ • Qué son las "cocinas fantasma" y cómo este negocio está creciendo en América Latina https://www.bbc.com/mundo/noticias-51503421 Puedes apoyarte con el siguiente video para el desarrollo de la actividad: • Modelo de negocio CANVAS explicado PASO A PASO https://www.youtube.com/watch?v=ZQgXyiozmYY De ser necesario integra otras fuentes de consulta que enriquezcan tu actividad.	5 %
05 de marzo de 2025	UNIDAD 3: Plan de mercadotecnia	Act. complementaria 1	**Actividad 3.** Unidad 3. Actividad complementaria 1. (Adjuntar archivo en formato PDF, en la actividad que corresponde). 1. Elabora un ensayo de una cuartilla (interlineado sencillo, letra arial 12) donde expliques lo siguiente: • ¿Qué es el plan de mercadotecnia? • Señala y describe brevemente los pasos para desarrollar un plan de mercadotecnia. • ¿Cuál es la importancia y la finalidad del plan de mercadotecnia? • ¿Qué desventajas tienen las organizaciones que no cuentan con un plan de mercadotecnia? Incluye referencias y citas pertinentes en formato APA. 2. Diseña una infografía en Piktochart donde ejemplifiques los pasos para desarrollar un plan de mercadotecnia (puede ser con una empresa existente o inventada). Incluye una sección con tus datos de identificación. (Coloca la imagen en el cuerpo del documento y señala el link de enlace a la página). Los siguientes materiales pueden servirte como referencia: • Qué es un plan de marketing, para qué sirve y cómo hacerlo en 1 hoja https://leticiadelcorral.com/plan-de-marketing-en-1-hoja/ • ¿Cómo hacer un Plan de Marketing? Qué es y claves https://www.youtube.com/watch?v=tRDnpQK1CXo Cómo elaborar un plan de marketing en siete pasos https://www.titular.com/blog/como-elaborar-un-plan-de-marketing-en-siete-pasos	5 %

12 de marzo de 2025	UNIDAD 4: Entorno del plan de mercadotecnia	Act. complementaria 1	**Actividad 4.** Unidad 4. Actividad complementaria 1. (Adjuntar archivo en formato PDF, en la actividad que corresponde). Lee los siguientes artículos y realiza lo que se solicita a continuación: *El nuevo 'cruapán' de Bimbo: agotado en todos partes menos en estos supermercados - Diario Córdoba. https://www.diariocordoba.com/vida-y-estilo/2022/10/10/supermercados-venden-cruapan-bimbo-novedad-agotada-dv-76965750.html *¿Qué es el 'Cruapán', el producto que está triunfando en los supermercados y en TikTok? https://los40.com/los40/2022/09/26/bigbang/1664199913_130358.html 1. ¿Qué tipo de posicionamiento tiene la marca Bimbo? ¿Y Cruapán? 2. Define el target del nuevo producto. ¿Es el mismo que de la marca Bimbo? ¿Por qué? 3. Como consumidor ¿qué beneficio o ventaja identificas en el producto? 4. ¿Por qué consideras que Bimbo ha podido jugar con el pan mexicano, incursionando en diversas categorías de producto como pan dulce, pan de caja, respostería, etc.? 5. A partir del estudio de la línea de productos de Bimbo elabora una matriz BCG donde plasmes cuál es su producto estrella, vaca, perro e incógnita en la categoría pan de caja. 6. Elabora una análisis y matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) del producto Cruapán. Material de consulta sugerido: *La matriz foda: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones: https://www.redalyc.org/pdf/292/29212108.pdf *El FODA: una técnica para el análisis de problemas en el contexto de la planeación en las organizaciones: https://www.uv.mx/iiesca/files/2013/01/foda1999-2000.pdf *Análisis FODA. Una herramienta necesaria: https://videla-rivero.bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/7320/sarlirfo-912015.pdf	5 %

19 de marzo de 2025	UNIDAD 5: Pronósticos y presupuestos (SPSS, Project Manager y Excel)	Act. complementaria 1	**Actividad 5.** Unidad 5. Actividad complementaria 1. (Adjuntar archivo en Excel, en la actividad que corresponde). 1. Elabora un cuadro comparativo concreto sobre los métodos cualitativos y cuantitativos para elaborar un pronóstico y sus principales características. 1. La cooperativa Pedro Del Bosque registró las siguientes ventas en el 2022, utiliza el método de suavización exponencial en Excel para ayudarlos a elaborar el pronóstico de ventas para 2023, y grafica el comparativo entre ambos años	5 %

Registros ventas "Cooperativa Pedro Del Bosque"				
Año	2022	2023		
Mes	Ventas	Pronóstico	Error	Valor absoluto
1	$ 15,360.00			
2	$ 23,000.00			
3	$ 25,640.00			
4	$ 23,500.00			
5	$ 14,000.00			
6	$ 6,800.00			
7	$ 6,700.00			
8	$ 12,470.00			
9	$ 12,500.00			
10	$ 17,960.00			
11	$ 26,000.00			
12	$ 38,000.00			
13				

El valor de alfa ( ) que debes utilizar es de 0.7, indica también cuál es el error y el valor absoluto para dicho valor.

Para elaborar la actividad puedes apoyarte con los siguientes tutoriales:

Suavización Exponencial Simple - Pronóstico de la Demanda en Excel:
- https://www.youtube.com/watch?v=_yO9DPShDII

Pronóstico Suavizamiento o Atenuación Exponencial Simple | Pronóstico de Demanda:

- https://www.youtube.com/watch?v=LEgknd-IR5w

Suavizamiento exponencial con EXCEL:

- https://www.youtube.com/watch?v=JRQuUYlsFlg
- https://www.youtube.com/watch?v=0VM6AvM-qfk

26 de marzo de 2025	UNIDAD 6: Plan de producto	Act. complementaria 1	**Actividad 6.** Unidad 6. Actividad complementaria 1. (Adjuntar archivo en formato PDF, en la actividad que corresponde). Ingresa al portal de De la Rosa, analiza la información vertida en el mismo y describe o desarrolla detalladamente lo que a continuación se solicita. 1. ¿Cuál es la mezcla de productos de la empresa? (Elabora una tabla que indique la amplitud y profundidad, en detalle) 2. ¿Quién es el mercado meta de la marca? (elabora un perfil demográfico, conductual, geográfico y psicográfico) 3. Crea un producto que creas que se basa en un nicho particular identificado por la empresa. • Descríbelo e identifica los principales elementos que tomaste en cuenta al momento de efectuar el desarrollo del producto. • Ilustra y describe los aspectos referentes al desarrollo de etiqueta, envase, atributos de producto, etc. • ¿En dónde lo distribuirías (zona geográfica)? ¿Cuáles serían sus principales medios de promoción? ¿A qué factores atienden? 1. Selecciona un producto de la marca, de cualquiera de sus líneas de productos que te llame la atención y describe su ciclo de vida (elabora una descripción y grafica tu argumento) 2. Elabora una matriz BCG para De la Rosa, de acuerdo con los 4 tipos de productos que reconoce la teoría. Material de consulta • Dulces De La Rosa https://dulcesdelarosa.com.mx/ • Tienda de la Rosa® https://tiendadelarosa.com/ • Dulces de la Rosa, portal Facebook https://www.facebook.com/delarosaDLR/ Puedes integrar tantas fuentes de consulta como sean necesarias.	5 %

02 de abril de 2025	UNIDAD 7: Plan de distribución	Act. complementaria	**Actividad 7**. Unidad 7. Actividad complementaria 1. (Adjuntar archivo en formato PDF, en la actividad que corresponde). Investiga sobre el modelo de distribución de la empresa Coca-Cola: 1. Menciona las estrategias de distribución empleadas por la empresa Coca-Cola y describe cómo estas la han llevado a conquistar grandes segmentos de mercado. 2. Elabora un esquema en donde expliques el proceso de su cadena de distribución hasta llegar al consumidor final. (Es de elaboración propia, no descargado de la red). 3. ¿Cuáles son sus canales de distribución? ¿Consideras que falta alguno? 4. Indica ¿qué tipo de distribución utiliza (exclusiva, selectiva, intensiva) y argumenta por qué lo consideras? 5. ¿Señala cómo consideras que su estrategia de distribución ayuda a la reducción de sus costos? 6. ¿Indica qué desventajas y noticias negativas tiene la empresa respecto a su tipo de producción? Puedes consultar algunos detalles de la marca Coca-Cola en los siguientes artículos y sitios de internet: • Presencia en México | Industria Mexicana de Coca-Cola https://www.coca-colamexico.com.mx/nosotros/presencia-en-mexico • Estrategia de Distribución Coca-Cola: https://elinsignia.com/2017/11/06/estrategia-de-distribucion-coca-cola/ • ¿Cómo se adapta la gestión logística de Coca-Cola en el mundo? https://blog.driv.in/es/como-se-adapta-la-gestion-logistica-de-coca-cola-en-el-mundo/ • ¿En cuántos países del mundo se vende Coca-Cola? https://www.coca-cola.com/es/es/about-us/faq/en-cuantos-paises-esta-cocacola-presente#:~:text=En%20la%20actualidad%20cuenta%20con,de%20la%20expresi%C3%B3n%20%E2%80%9Cokay%E2%80%9D. • La estrategia comercial y de distribución de Coca-Cola en pocas palabras. https://fourweekmba.com/es/estrategia-comercial-coca-cola/ Puedes integrar tantas fuentes de consulta como sean necesarias.	5 %

09 de abril de 2025	UNIDAD 8: Plan de promoción de ventas (Redes sociales)	Act. complementaria 1	**Actividad 8.** Unidad 8. Actividad complementaria 1. (Adjuntar archivo en formato PDF, en la actividad que corresponde). 1. Elabora un organizador gráfico (diagrama) en donde plasmes cronológicamente los pasos a seguir para desarrollar un plan de promoción de ventas con una breve explicación de cada paso. 1. A partir de la revisión del artículo "Las Aventuras de Maurice llega a las salas de cine en México" y el vídeo *"LAS AVENTURAS DE MAURICE | TRÁILER OFICIAL"* realiza un análisis en el que des respuesta y argumentes lo que se te solicita: 1. ¿A qué segmento de mercado va dirigido el producto? Descríbelo desde el enfoque demográfico, psicográfico, conductual y geográfico (sólo los que apliquen). Justifica tus respuestas. 2. Cuando en el artículo se hace mención a que "cuenta con un gran elenco de doblaje mexicano" ¿a qué se hace referencia? 3. ¿qué alcance tiene esta frase dentro de la percepción del consumidor? ¿a qué deseo y necesidad apela o resuelve? 4. Propón y desarrolla tres estrategias para la fuerza de ventas de la empresa, respecto a la promoción y colocación de esta nueva película. 5. Elabora un cartel digital en CANVA o un programa similar que sirva como medio de promoción en redes sociales de la película. Señala cuáles son los insights del producto y que son significativos para el consumidor. 6. ¿Qué sugerencias darías a la fuerza de ventas para promover la película? Consulta los artículos en los siguientes enlaces: • Artículo: https://lamagazine.com.mx/las-aventuras-de-maurice-llega-a-las-salas-de-cine-en-mexico/ • Video: las aventuras de Maurice | tráiler oficial https://www.youtube.com/watch?v=_IRNcrunsvo Algunos materiales que pueden apoyar tu aprendizaje son: • Cómo crear buen contenido para redes sociales https://www.forbes.com.mx/como-crear-buen-contenido-para-redes-sociales/ • El poder de la publicidad en redes sociales https://www.esic.edu/rethink/marketing-y-comunicacion/poder-la-publicidad-redes-sociales • Tips para usar Instagram Stories en los negocios https://www.forbes.com.mx/tips-para-usar-instagram-stories-en-los-negocios/ • Publicidad en redes sociales https://primeraposicion.mx/publicidad-redes-sociales/ • Estrategias de publicidad: definición, tipos y ejemplos https://blog.hubspot.es/marketing/estrategias-de-publicidad	5 %

30 de abril de 2025	UNIDAD 9: Plan de publicidad (Redes sociales)	Act. complementaria 1	**Actividad 9.** Unidad 9. Actividad complementaria 1. (Adjuntar archivo en formato PDF, en la actividad que corresponde). 1. Elabora un mapa conceptual donde señales en qué consiste un plan de publicidad y los tipos de publicidad. 1. A partir del análisis de la marca Jumex, realiza una estrategia publicitaria para promover la venta de alguno de sus productos, incrementar sus ventas y enfatizar las ventajas competitivas y características ante el consumidor final, incluye en la actividad lo siguiente: • Identificación del mercado meta actual de la marca (descríbelo demográfica, geográfica y conductualmente) • Selecciona un nuevo segmento de mercado o nicho al que crees que podría dirigirse (descríbelo demográfica, geográfica y conductualmente) • ¿Qué estrategia publicitaria elegirías para el segmento y por qué? Argumenta. • ¿Qué recomendaciones harías al gerente de marca para aumentar la participación de mercado y posicionamiento de la marca? 1. Observa los vídeos de la campaña "Creer da frutos - Jumex" y responde lo que se solicita a continuación: • Define qué es el story telling e indica cómo se relaciona con los videos. • ¿Qué intención tienen acuerdo con lo que se promueve en su página de internet? • Elabora un cartel digital de soporte para la estrategia de los videos de Jumex para redes sociales. A continuación, algunos artículos que te ayudarán a entender la importancia y el impacto que tiene una campaña publicitaria para el consumidor: • 3 campañas publicitarias exitosas que necesitas conocer https://www.mastermarketing-valencia.com/comunicacion-publicidad/3-ejemplos-campanas-publicitarias-exitosas/ • 3 ejes clave para generar campañas exitosas de marketing https://www.forbes.com.mx/3-ejes-clave-para-generar-campanas-exitosas-de-marketing/ • Estrategias de publicidad: qué son, tipos y 10 ejemplos https://www.cyberclick.es/numerical-blog/estrategias-de-publicidad-que-son-tipos-y-ejemplos • Grupo Jumex http://grupojumex.mx/ Videos: JUMEX Creer Da Frutos 'Rafa Márquez' (2023) https://www.youtube.com/watch?v=BH1sjbmdKoY Jumex® Creer da frutos ¿Qué significa creer? (2024)	5 %

07 de mayo de 2025	UNIDAD 10: Plan de ventas (Excel)	Act. complementaria 1	**Actividad 10.** Unidad 10. Actividad complementaria 1. (Adjuntar archivo en formato PDF, en la actividad que corresponde). A partir de la información de la marca Royal Prestige desarrolla una propuesta para su plan de ventas atendiendo a lo siguiente: • ¿Qué tipo de plan de ventas le sugerirías utilizar, explica en qué consiste y desarrolla su aplicación a la marca Royal Prestige? • ¿Qué tipo de canal de distribución tiene la marca Royal Prestige y por qué lo crees? • ¿Cuáles son las características que debe poseer su fuerza de ventas? • ¿Cómo medirías la productividad y logro de objetivos de la fuerza de ventas? • ¿Qué medidas tomarías para incentivar a los vendedores de la marca? • Elabora y explica en detalle tu propuesta de plan de compensaciones para la fuerza de ventas. 2. Responde las siguientes preguntas: • ¿Qué es el engagement en marketing y qué podría hacer Royal Prestige para mejorar en dicho aspecto? • ¿Qué es un insight en marketing? • ¿Cómo podría Royal Prestige identificar insights en sus consumidores o desarrollarlos? • Elabora una breve reflexión sobre la importancia de contar con una adecuada fuerza de ventas y los cambios a los que se enfrentaron con la pandemia. Consulta el portal de la marca en el siguiente enlace: https://www3.royalprestige.com/ Materiales adicionales sugeridos: • El plan de ventas en 6 pasos: Objetivos, consejos y tecnología https://www.forcemanager.com/es/blog/plan-de-ventas/ • Plan de ventas: qué es, cómo se hace y ejemplos (con plantilla) https://blog.hubspot.es/sales/como-crear-plan-de-ventas	5 %

14 de mayo de 2025	UNIDAD 11: Plan de relaciones públicas	Act. complementaria 1	**Actividad 11.** Unidad 11. Actividad complementaria 1. (Adjuntar archivo en formato PDF, en la actividad que corresponde). A partir de la información de la empresa Bachoco, desarrolla y argumenta los puntos que se solicitan a continuación: • Página de internet de Bachoco: https://bachoco.com.mx/ • Nuestras marcas: https://grupobachoco.com/marcas/ • Nuestras empresas: https://grupobachoco.com/empresas/ • Nuestra emoresa: https://grupobachoco.com/nuestra-empresa/?_gl=1*dmv611*_gcl_au*MTYzMjg1NjA2Ny4xNzMzMjQ5ODcx#mvv • Por-ci-no-lo-sabías… https://bachoco.com/porcino-sabias • Res-puestas-frecuentes https://bachoco.com/respuestas-frecuentes Puedes enriquecer tu actividad incorporando información consultada en fuentes adicionales. 1. Señala brevemente cual es el *branding* o construcción de marca de Bachoco, identifica quiénes son sus principales competidores y menciona las ventajas competitivas y diferenciadores. 2. Indica para qué segmento de mercado está dirigida la sección de “Recetas”, describe por qué consideras que tienen un papel central y especial en el portal. 3. ¿Cuál es el propósito de la sección “Por-ci-no-lo-sabías…” de Bachoco en su portal y qué mensaje brinda a sus consumidores dicha sección? ¿Consideras que estos elementos proporcionan a los consumidores elementos de valor y por qué? Argumenta. 4. ¿A quién va dirigida la estrategia de comunicación de la sección “Res-puestas-frecuentes”? Describe detalladamente cuál es el objetivo. 5. ¿Cómo crees que se alinean o relacionan las respectivas estrategias de relaciones públicas y sustentabilidad de Bachoco con los diferentes Targets que atacan? Argumenta tu respuesta. 6. Entra a la sección de FAQs, ¿por qué es importante que indiquen lo relativo a sus certificaciones? ¿Influyen este tipo de secciones en un plan de Relaciones Públicas? Argumenta. 7. Elabora un cartel digital proponiendo un anuncio publicitario que apoye la estrategia de sustentabilidad de Bachoco. Integra la imagen del cartel, así como el enlace a la plataforma en la que lo creaste. 8. Elabora una conclusión de por qué es importante que las empresas conscientes del impacto que tiene en su entorno al desarrollar estrategias de mercadotecnia.	5 %
21 de mayo de 2025	UNIDAD 12: Plan de precios	Act. complementaria 1	**Actividad 12.** Unidad 12. Actividad complementaria 1. (Adjuntar archivo en formato PDF, en la actividad que corresponde). 1. Elabora un cuadro comparativo donde integres cuatro métodos utilizados para la fijación de precios, descríbelos y menciona tanto sus ventajas como sus áreas de oportunidad. Realiza una breve reflexión ¿Hay un método superior? ¿Influye el tipo de empresa en la selección del método? 1. A partir de la elección de un artículo de la familia de productos Nike SNKRS desarrolla lo siguiente: • Señala el nombre del producto y añade una imagen del mismo • Selecciona un método de fijación de precio • Fija el precio y justifica • Describe en detalle las características que posee el producto • Identifica el mercado meta del producto (demográfica, geográfica, conductual, • Cuál es el valor de uso y valor de cambio que tiene para el cliente Consulta la línea de productos en la siguiente página: https://www.nike.com/mx/launch	5 %

VII. Sistema de evaluación

FACTORES	DESCRIPCIÓN	
Requisitos	**Examen Final** Al finalizar la asignatura, presentarás un examen final (global), cuya fecha de aplicación se especificará mediante un aviso por parte de la Coordinación del SUAyED. Recuerda que sólo tienes un intento y que al terminar el tiempo establecido para que lo contestes se cerrará automáticamente, enviando la calificación obtenida hasta el momento. Cabe destacar que, para presentar el examen final tendrás que entregar al menos el 80% de las actividades complementarias, establecidas en el plan de trabajo.	
Porcentajes	Act. complementaria Examen(es) TOTAL	60 % 40 % 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

Lecturas Obligatorias	(X)
Trabajos de Investigación	(X)
Clases Virtuales (PPT)	(X)
Procesadores de Texto, Hojas de Cálculo y Editores de Presentación	(X)
Videos	(X)
Plataforma Educativa	(X)
Chat	(X)
Sitios de Internet	(X)
Plan de Trabajo	(X)