

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 | TORRES GARCIA GUSTAVO | Correo | gtorres@docencia.fca.unam.mx |
|---------------|-----------------------|---------------|------------------------------|

III. Datos de la asignatura

| | | | | | |
|----------------------------------|-----------------------|----------------|--|--------------------------------------|-----------------------|
| Nombre | PLAN DE MERCADOTECNIA | Clave | 1526 | Grupo | 8571 |
| Modalidad | Obligatoria | Plan | 2012 | Fecha de inicio del semestre | 04 de febrero de 2025 |
| Horas de asesoría semanal | 4 | Horario | Lunes: 19:00 - 21:00 hrs Miércoles: 18:00 - 20:00 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

Bienvenido a tu materia de Plan de Mercadotecnia. En esta exploraremos herramientas de Mercado, de la metodología debes conocer para elaborar un plan de mercadotecnia a. Adicionalmente te comento que todos los lunes (o miercoles si es feriado) tenemos sesión de zoom sobre los temas del programa, dudas y resumen generales de problemas en las actividades. Las sesiones se realizan en horario de clase, son optativas, requieren un quorum de al menos tres estudiantes y no suelen grabarse.

sesion 1 17 de Febrero 19-21 hrs introducción temas y dudas de la Unidad 1

sesion 2 24 de Febrero 19-21 hrs temas y dudas de la Unidad 2

sesion 3 3 de Marzo 19-21 hrs temas y dudas de la Unidad 5 (se pide computadora y de preferencia tener instalado R studio)

sesion 4 7 de Abril 19-21 hrs temas y dudas de la Unidad 6

sesion 5 21 de Abril 19-21 hrs temas y dudas de la Unidad 8

sesion 6 5 de Mayo 19-21 hrs temas y dudas de la Unidad 10 (se recomienda computadora con excel)

Nota las demás sesiones semanales expuestas en la calendarización estarán sujetas a resolver temas administrativos con la coordinación y al interes de los alumnos

VI. Forma en que el alumno deberá preparar la asignatura

En la Materia sólo ocupamos actividades complementarias. 90% son actividades complementarias y 10% el examen final. Se te dará de alta en una cuenta de Aulas virtuales administrado por la UNAM en dónde tendrás acceso a material interactivo y material con derechos de autor que no puede ser publicado en otras vías, ahí también habrá videos y presentaciones de la materia. Para ello es necesario que revises que tu correo en plataforma este vigente pues por ahí se te enviará tu usuario y contraseña. De existir algún problema puedes checarlo con tu tutor.

Cada ACTIVIDAD está diseñada para que demuestres que eres competente en aplicar los

conceptos del curso y REQUIERE que hayas leído el contenido de la Unidad antes de realizarla . Cada actividad tiene por lo general una rubrica y/o un formato que debes llenar que especifica qué cosas debe tener tu actividad para tener una calificación dada,

pero también sirven de guías y a veces incluyen ligas o recordatorios de material de apoyo necesario para realizar la actividad por lo que es muy importante revisarlas. Las actividades se entregan los Lunes, salvo que sean feriados, a más tardar las 23:59 hrs fuera de eso se consideran extemporáneas y puede haber penalizaciones y tardanzas en su calificación. Te invito que

consultes las preguntas frecuentes del Foro General para profundizar más en el tema. Una entrega extemporanea aplica una deducción de 1 punto o semana-fracción y se revisan en cortes mensuales a diferencia de las entregas normales. Usualmente tardo 48hrs hábiles en contestar dudas por mensajes.

Las dudas son de naturaleza sobre la mecánica de entrega, falta de retroalimentación, problemas con la plataforma o dudas generales del curso te recomiendo consultes las preguntas frecuentes, si tienes dudas sobre una actividad en específico te recomiendo la envíes con antelación a la entrega (hay detalles en preguntas frecuentes que te recomiendo checar para que tus dudas sean contestadas de una forma más útil) o la preguntes vía Chat en los horarios destinados.

Canal de Telegram de la materia, pues ahí envío la información más urgente e importante. <https://t.me/planMkt>
 Más información en preguntas frecuentes, Suerte!

CALENDARIO DE ACTIVIDADES

| Fecha de entrega | No. Unidad | No. Actividad | Descripción de la de actividad de acuerdo a la plataforma | Ponderación |
|-----------------------|--|-----------------------|--|-------------|
| 24 de febrero de 2025 | UNIDAD 1: Conceptos básicos de planeación estratégica | Act. complementaria 1 | Unidad 1 Actividad complementaria 1 En el aula virtual ve el video denominado “estrategias”. En él te aparecerán una serie de preguntas(10) que deberás contestar. El video trata de estrategia, ventaja competitiva, estrategias tipo Porter y Mintzberg. Aunque el video da la información necesaria puedes consultar la presentación en el mismo sitio antes de realizarlo. Al final tu calificación se generará automáticamente, sólo tómale una captura de pantalla que muestre tu nombre y adjúntala a esta actividad. Entregable: screenshot de la calificación generada. | 6 % |
| 03 de marzo de 2025 | UNIDAD 2: Modelo de negocio | Act. complementaria 1 | En esta actividad vamos a aplicar el formato canva + value proposition en el caso real de Michelin Fleet Solution (MFS). Se requiere que busques información para llenar el canva value proposition (lienzo + valor propuesto) de esta solución. El formato se encuentra disponible en aula virtual en formato Word. Puedes ayudarte de la presentación de la unidad 2 y los siguientes enlaces que explican el modelo: https://business.michelinman.com/freight-transportation/freight-transportation-services/michelin-fleet-solutions https://d3.harvard.edu/platform-rctom/submission/michelin-tires-as-a-service/ No es necesario que integres información de los diferentes modelos actuales de michelin sobre administración de flotillas. Te recomiendo DeepL para traducir. No te olvides de revisar la Rúbrica en Foro general de la actividad. Entregable: El modelo en PDF basado en el documento de apoyo, según la rúbrica. | 7 % |

| | | | | |
|---------------------|--|-----------------------|--|-----|
| 10 de marzo de 2025 | UNIDAD 3: Plan de mercadotecnia | Act. complementaria 1 | <p>Unidad 3 Actividad complementaria 1</p> <p>En esta actividad aplicaremos un método de análisis de mercado actual. La metodología que usaremos fue desarrollada por el profesor Rajkumar Venkatesan de la Universidad de Virginia y disponible en su libro de Marketing Analytics o en el curso de Coursera del mismo nombre (disponible gratuitamente para alumnos de la unam https://www.coursera.org/learn/uva-darden-market-analytics?action=enroll) - no es necesario tomar el curso o adquirir el libro. En aulas virtuales existe una guía. Para esta actividad deberás elegir un producto real y desarrollar los objetivos(Consumidor, Compañía, Competidor, Colaboradores, Contexto), las estrategias (Segmentación y pirámide de marca) y las tácticas(4ps), en esta ocasión omitiremos los Financieros. La guía de elaboración, presentación con ejemplos y formato de entrega estarán disponibles en foro general. Entregable: Formato de entrega del ciclo con base a la rúbrica.</p> | 8 % |
| 19 de marzo de 2025 | UNIDAD 4: Entorno del plan de mercadotecnia | Act. complementaria 1 | <p>Unidad 4 Actividad complementaria 1</p> <p>En esta actividad exploraremos cómo los elementos externos terminan condicionando nuestro negocio. Exploraremos el caso de los aeropuertos y las líneas aéreas. Consulta el video https://www.youtube.com/watch?v=kqKuXiX_7LY para entender cómo diversos factores como competencia, desregulación y tecnología afectan el negocio. Consulta el formato para la actividad con el fin de que describas los elementos del diamante de Porter de los aeropuertos actuales y contesta la pregunta ¿Tiene sentido la estrategia aeroportuaria de México ante este nuevo modelo?. No te olvides de consultar fuentes al respecto, existe muchos videos para profundizar como https://www.youtube.com/watch?v=069y1MpOkQY si necesitas saber de cómo funcionan las aerolíneas de bajo costo o https://www.youtube.com/watch?v=R2mC3jaaUqw si necesitas saber más del A350. La Rúbrica esta en el foro General. Entregable: Formato de diamante de Porter en pdf llenando el documento de apoyo, según la rúbrica.</p> | 7 % |
| 24 de marzo de 2025 | UNIDAD 5: Pronósticos y presupuestos (SPSS, Project Manager y Excel) | Act. complementaria 1 | <p>Unidad 5 Actividad complementaria 1</p> <p>En esta actividad utilizaremos algunas funciones avanzadas de Excel. En el Foro general tendrás que descargar la hoja de trabajo en Excel. En la primera pestaña tendrás datos de ventas de una empresa detallista(tu primera tarea es limpiar los datos). En la segunda pestaña tendrás que calcular y entregar los datos que se piden, lo cual incluyen gráficos de pronósticos, funciones de tendencias, entre otros. Si no estas seguro de cómo sacar los datos, además de la videoconferencia sobre el tema te sugiero utilizar la AI Copilot para que te oriente. En la tercera pestaña tendrás que realizar un análisis de escenarios con los datos disponibles. Recuerda que como alumno de la UNAM puedes tener acceso a una licencia educativa gratuita de paquetería office (https://www.microsoft.com/es-es/education/products/office) Entregable: el archivo Excel correctamente resuelto, la rubrica indica cuanto vale cada elemento.</p> | 8 % |

| | | | | |
|---------------------|--|-----------------------|---|-----|
| 31 de marzo de 2025 | UNIDAD 6: Plan de producto | Act. complementaria 1 | <p>Unidad 6 Actividad complementaria 1</p> <p>Exploraremos en esta unidad cómo presentar un producto. El producto que vamos a presentar es una AI para el mundo de la moda. Tu decides qué giro ponerle, pero debes basarte en este artículo para entender las peculiaridades y oportunidades del negocio https://www.businessoffashion.com/articles/technology/the-state-of-fashion-2025-report-generative-ai-artificial-intelligence-search-discovery/ . Recuerda que puedes traducirlo si se te dificulta con DeepL. Cuando lo tengas claro genera una presentación de 6 diapositivas, incluyendo un video de 2 minutos dónde des una introducción (es necesario tu voz y una imagen que explique tu producto, no es necesario que aparezcas). Existe una rúbrica dónde te orientará sobre los checklist de la presentación.</p> <p>Entregable: PPT con video de 2 minutos sobre el producto y características del caso y los puntos de la rúbrica.</p> | 8 % |
| 07 de abril de 2025 | UNIDAD 7: Plan de distribución | Act. complementaria 1 | <p>Unidad 7 Actividad complementaria 1</p> <p>En esta actividad analizaremos un modelo innovador de distribución. Consulta el artículo Producir y consumir: la logística, clave del éxito de una cadena de moda de Itziar Agulló Fernández en la revista Política y Sociedad, 2012, Vol. 49 Núm. 1: 179-191 que describe el proceso de Zara(grupo Inditex). Para tu comodidad hay una copia en Foro general. Y contesta el cuestionario disponible en aulas virtuales al respecto. El cuestionario requiere safeexambrower.</p> <p>Entregable: Screenshot del resultado mostrando tu nombre.</p> | 7 % |
| 21 de abril de 2025 | UNIDAD 8: Plan de promoción de ventas (Redes sociales) | Act. complementaria 1 | <p>Unidad 8 Actividad complementaria 1</p> <p>En esta actividad exploraremos cómo la AI puede ayudarnos a generar un plan de promoción de ventas en redes. Tendrás que leer el artículo “How AI Can Power Brand Management” de De Fritas, Julian publicado en Harvard Business Review, Septiembre- octubre 2024, (lo puedes traducir en DeepL) que lo puedes conseguir de forma gratuita en tu cuenta de biblioteca (https://bidi.unam.mx/). Al terminar tendrás que entrar a aulas virtuales para resolver un control de lectura que incluye material del apunte y de cómo la AI puede ayudarte a generar un Plan de promoción de venta. La calificación se genera automáticamente y requiere safeexambrower instalado.</p> <p>Entregable: ScreenShot de tu calificación con tu nombre.</p> | 8 % |
| 28 de abril de 2025 | UNIDAD 9: Plan de publicidad (Redes sociales) | Act. complementaria 1 | <p>Unidad 9 Actividad complementaria 1</p> <p>En esta actividad vamos a explorar campañas exitosas en redes sociales. Investiga sobre una campaña en redes exitosa, si tienes dudas hay algunas ideas en el foro general. Analízala con base en la rúbrica disponible en Foro general. No te olvides de seguir el formato de análisis.</p> <p>Entregable: Formato de análisis de campaña con base en rúbricas.</p> | 8 % |
| 05 de mayo de 2025 | UNIDAD 10: Plan de ventas (Excel) | Act. complementaria 1 | <p>Unidad 10 Actividad complementaria 1</p> <p>En esta unidad realizarás un plan de ventas. En Foro General habrá un documento Excel con los pronósticos de ventas de una tienda detallista, en la segunda pestaña habrá una relación de costos y notas sobre la forma de administración de la empresa. Resuelve el caso con tablas dinámicas y presenta las tablas de escenarios que se te piden al final. Debes elaborar una presentación con los tres gráficos y conclusión que se te piden según la rúbrica, y adjuntar tu planilla de Excel. Puedes ayudarte de la AI de copilot si tienes dudas de cómo realizar algo que se te pide.</p> <p>Entregable: Presentación de 5 diapositivas según la rúbrica y el Excel resuelto de soporte.</p> | 9 % |

| | | | | |
|--------------------|--|-----------------------|--|-----|
| 12 de mayo de 2025 | UNIDAD 11: Plan de relaciones públicas | Act. complementaria 1 | <p>Unidad 11 Actividad complementaria 1</p> <p>Aquí analizaremos un caso real de problemas con relaciones públicas y de cómo generar un plan puede ayudar a la empresa. Analizaremos el caso de Volkswagen desde su crisis por emisiones en 2015 a sus estrategias actuales. Para ello debes leer el caso en aulas virtuales y contestar el cuestionario en el mismo lugar sobre temas de la unidad, el problema, su manejo y el plan de relaciones públicas. La calificación se generará automáticamente y debes realizar un screenshot de tu calificación y entregarla. Ten en cuenta que el cuestionario esta protegido por safeexambrowser.</p> <p>Entregable: Screenshot del resultado mostrando tu nombre.</p> | 7 % |
| 19 de mayo de 2025 | UNIDAD 12: Plan de precios | Act. complementaria 1 | <p>Unidad 12 Actividad complementaria 1</p> <p>En esta actividad identificaremos desde una serie de casos las estrategias de precios. Para ello tendrás que ingresar a Aulas virtuales para contestar el cuestionario de precios. El cuestionar requiere safeexambrowser instalado y generará la calificación de forma automática</p> <p>Entregable: ScreenShot de tu calificación con tu nombre.</p> | 7 % |

VII. Sistema de evaluación

| FACTORES | DESCRIPCIÓN | | | | | | |
|---------------------|--|---------------------|------|------------|------|-------|-------|
| Requisitos | <p>Tener calificación mínima de 6 (cerrado) para pasar. Se recomienda de forma opcional asistir a las clases vía ZOOM.</p> <p>Política de Uso de AI</p> <p>Queda estrictamente prohibido:</p> <p>Utilizar inteligencia artificial para generar texto y hacerlo pasar como de elaboración propia, esto incluye total o parcialmente en una actividad, ya sea conclusiones, introducciones, etc. Utilizar inteligencia artificial en exámenes y actividades autogestionadas. Toda generación de texto por medio de inteligencia artificial y entregada en una actividad deberá ser citada adecuadamente entre comillas y queda al criterio del profesor calificar si dicho texto no altera los objetivos de aprendizaje de la actividad y decidir sobre la calificación adecuada derivada del texto de tu autoría. El profesor es libre de eliminar total o parcialmente una calificación en cualquier momento si existen datos, patrones o sospechas fundadas del uso de inteligencia artificial no expresamente permitida en cualquier actividad o examen calificable. Se entiende por patrones como cualquier fallo común en la inteligencia artificial al contestar alguna pregunta, esquemas de respuesta, estilos de redacción, repeticiones temporales, etc.</p> <p>La Inteligencia artificial queda permitida:</p> <p>Para profundizar sobre temas, herramientas o dudas generales que tengas de la materia. Para localizar fuentes de información sobre temas específicos. Para generar imágenes que tengan un papel decorativo en tus actividades. Para ayudarte a identificar perfiles de empresas, productos o competencias, siempre y cuando la cites. Para establecer escalas automáticas en opiniones, reviews y preguntas abiertas en investigaciones de mercado, siempre y cuando agregues los prompts y los textos de entrenamiento. Para ayudarte a perfilar clientes-incluso habilitando funciones de interpretación de roles- o medir un mercado siempre y cuando compruebes la información con fuentes oficiales. Para localizar mapas de segmentación de mercados. Para cualquier otra actividad en la que expresamente tu tutor promueva su uso para ayudar en tu aprendizaje o fortalecer tu creatividad.</p> | | | | | | |
| Porcentajes | <table> <tr> <td>Act. complementaria</td> <td>90 %</td> </tr> <tr> <td>Examen(es)</td> <td>10 %</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>100 %</td> </tr> </table> | Act. complementaria | 90 % | Examen(es) | 10 % | TOTAL | 100 % |
| Act. complementaria | 90 % | | | | | | |
| Examen(es) | 10 % | | | | | | |
| 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

| | |
|--|-----|
| Lecturas Obligatorias | (X) |
| Trabajos de Investigación | (X) |
| Clases Virtuales (PPT) | (X) |
| Elaboración de Actividades de Aprendizaje | (X) |
| Software Específico | (X) |
| Procesadores de Texto, Hojas de Cálculo y Editores de Presentación | (X) |
| Videos | (X) |
| Graficadores | (X) |
| Programación Computacional | (X) |
| Plataforma Educativa | (X) |
| Foro Electrónico | (X) |
| Chat | (X) |
| Lista de Correos | (X) |
| Correo Electrónico | (X) |
| Sitios de Internet | (X) |
| Plan de Trabajo | (X) |