



PLAN DE TRABAJO

LICENCIATURAS EN QUE SE IMPARTE

- Administración 5° Semestre

DATOS DE LA ASIGNATURA

Nombre:	Plan de Mercadotecnia
Clave(s):	1526
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 será capaz de dirigir y/o desarrollar los diversos planes de tipo comercial en las organizaciones de diferente tipo.

Contenido temático:

	Tema	Teóricas	Prácticas
1	Conceptos básicos de planeación estratégica	4	0
2	Modelo de negocio	6	0
3	Plan de mercadotecnia	6	0
4	Entorno del plan de mercadotecnia	4	0
5	Pronósticos y presupuestos (SPSS, Project Manager y Excel)	4	0
6	Plan de producto	6	0
7	Plan de distribución	4	0
8	Plan de promoción de ventas (Redes sociales)	6	0
9	Plan de publicidad (Redes sociales)	6	0
10	Plan de ventas (Excel)	6	0
11	Plan de relaciones públicas	6	0
12	Plan de precios	6	0
	Total	64	64
	Suma total de horas	64	

BIENVENIDA

Apreciable alumna/o:

Te doy la más cordial bienvenida a esta asignatura, estaré asesorándote durante el presente semestre. Mi labor es apoyarte en tu proceso de aprendizaje, resolviendo tus dudas y sugiriéndote cómo aprovechar los contenidos para que puedas obtener un mejor aprendizaje. No dejes de asistir a las sesiones presenciales tantas veces como consideres necesario.

Revisaré tus actividades de aprendizaje en plataforma y tendrás un comentario a cada una de ellas en un lapso **no mayor a 8 días hábiles después de recibida la actividad, considerando este periodo de lunes a sábado**, lo cual te permita conocer la retroalimentación correspondiente para que puedas analizar y asimilar los comentarios que, sin duda, repercutirán en tu aprendizaje.

Asimismo, es recomendable que presentes tus exámenes parciales una vez que hayas entregado las actividades de aprendizaje de esas unidades y consideres que te has preparado lo suficiente para poder acreditarlos.]

PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

[En esta asignatura conocerás los elementos necesarios para estructurar un plan de mercadotecnia, el cual es considerado como un instrumento integrador del Plan Estratégico y una herramienta del Modelo de Negocios de una organización. La asignatura consta de 12 unidades, tal como se listan en el contenido temático.

En las actividades de aprendizaje **aplicarás conocimientos previos de mercadotecnia y del área de administración**.

Te recomiendo que desde el inicio del semestre organices bien tu tiempo para que desarrolles adecuadamente cada una de las actividades de aprendizaje y te prepares para tus parciales.

]

FORMA EN QUE EL ALUMNO DEBE PREPARAR LA ASIGNATURA

Las actividades de aprendizaje se han estructurado de tal forma que reforzarás aspectos teóricos y prácticos, en función de la complejidad de los contenidos de cada unidad de esta asignatura. Como se indicó previamente, tendrás que aplicar conocimientos del área de administración y mercadotecnia ya que elaborar un plan de mercadotecnia para una organización implica actividades de diagnóstico y planeación.

Todas las actividades incluyen una lista de cotejo (para que ANTES DE SUBIR TU ARCHIVO A MOODLE, te cerciores que incluye todos los puntos solicitados en la actividad) y una rúbrica que muestra los criterios que serán evaluados y sus correspondientes ponderaciones.

Si tus documentos son elaborados en un procesador de texto, utiliza fuente Arial 12 con espaciado 1.5 e incorpora las fuentes consultadas en tu documento usando el estilo APA.

Los archivos deben estar guardados con **formato PDF**, cuando así se indique. Este formato te permite ver directamente en Moodle los comentarios y texto resaltado que te facilitará identificar las partes de tu actividad que tienen observaciones puntuales y que están relacionadas con la evaluación obtenida.

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 según el criterio que establezca profesor.

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)																		
Unidad 1: Conceptos básicos de planeación estratégica	Actividad complementaria 1	<p>Planeación en Pymes.</p> <p>La planeación es el punto de partida de un plan de mercadotecnia. Realiza lo siguiente.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Entra a la siguiente liga https://emprendedores.unam.mx/articulo.php?id_articulo=583 y descarga el artículo “Planeación y cambios para la supervivencia de las Pyme” por Luis Alberto Gómez Alvarado y Juan Carlos Gómez Alvarado. 2. Lee con atención el artículo. 3. Realiza un resumen del artículo e incluye una reflexión sobre qué tan preparado te sientes en este momento, considerando tus conocimientos previos de administración y mercadotecnia, para elaborar un plan de mercadotecnia. <p>Elabora esta actividad en Word, guarda con formato PDF y sube el archivo en la plataforma del SUAYED, utiliza la nomenclatura U1_A1_ Nombre – Apellido</p> <p>NOTAS IMPORTANTES.</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Tu archivo debe tener una carátula que incluya tu nombre completo. b. El resumen y tu reflexión pueden presentarse en un máximo de 2 cuartillas. c. El archivo debe incluir la referencia del artículo en formato APA. d. Antes de subir tu archivo a plataforma, revisa la siguiente Lista de Cotejo. <table border="1" data-bbox="661 1144 1474 1421"> <thead> <tr> <th>CRITERIO</th> <th>SI</th> <th>NO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Carátula con nombre completo</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Resumen con los puntos importantes del artículo</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Reflexión sobre mi capacidad para elaborar un plan</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Resumen y reflexión en un máximo de 2 cuartillas</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>He cuidado la sintaxis, ortografía y signos de puntuación</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	CRITERIO	SI	NO	Carátula con nombre completo			Resumen con los puntos importantes del artículo			Reflexión sobre mi capacidad para elaborar un plan			Resumen y reflexión en un máximo de 2 cuartillas			He cuidado la sintaxis, ortografía y signos de puntuación			<p>Plan de Mercadotecnia , Apuntes (disponible en plataforma).</p> <p>Plan de Mercadotecnia , FCA Publishing</p>	5 pts
CRITERIO	SI	NO																				
Carátula con nombre completo																						
Resumen con los puntos importantes del artículo																						
Reflexión sobre mi capacidad para elaborar un plan																						
Resumen y reflexión en un máximo de 2 cuartillas																						
He cuidado la sintaxis, ortografía y signos de puntuación																						

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)														
		<table border="1" data-bbox="661 272 1474 360"> <tr> <td>Incluye la referencia del artículo en formato APA</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Mi archivo está en formato PDF</td> <td></td> <td></td> </tr> </table> <p data-bbox="579 407 972 435">La rúbrica para esta actividad es:</p> <table border="1" data-bbox="579 444 1551 922"> <thead> <tr> <th data-bbox="579 444 1415 488">CRITERIO</th> <th data-bbox="1415 444 1551 488">ESCALA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="579 488 1415 708"> Resumen y reflexión El documento denota la capacidad de síntesis e incluye los puntos importantes del artículo. Incluye la reflexión sobre la capacidad para realizar un plan de forma objetiva y realista. </td> <td data-bbox="1415 488 1551 708">1 a 7 puntos</td> </tr> <tr> <td data-bbox="579 708 1415 878"> Sintaxis, ortografía, signos de puntuación Se ha cuidado que las frases sean claras, tengan concordancia de género y número, así como la ortografía y signos de puntuación. </td> <td data-bbox="1415 708 1551 878">1 a 3 puntos</td> </tr> <tr> <td data-bbox="579 878 1415 922" style="text-align: right;">Total</td> <td data-bbox="1415 878 1551 922"></td> </tr> </tbody> </table>	Incluye la referencia del artículo en formato APA			Mi archivo está en formato PDF			CRITERIO	ESCALA	Resumen y reflexión El documento denota la capacidad de síntesis e incluye los puntos importantes del artículo. Incluye la reflexión sobre la capacidad para realizar un plan de forma objetiva y realista.	1 a 7 puntos	Sintaxis, ortografía, signos de puntuación Se ha cuidado que las frases sean claras, tengan concordancia de género y número, así como la ortografía y signos de puntuación.	1 a 3 puntos	Total			
Incluye la referencia del artículo en formato APA																		
Mi archivo está en formato PDF																		
CRITERIO	ESCALA																	
Resumen y reflexión El documento denota la capacidad de síntesis e incluye los puntos importantes del artículo. Incluye la reflexión sobre la capacidad para realizar un plan de forma objetiva y realista.	1 a 7 puntos																	
Sintaxis, ortografía, signos de puntuación Se ha cuidado que las frases sean claras, tengan concordancia de género y número, así como la ortografía y signos de puntuación.	1 a 3 puntos																	
Total																		
Unidad 2. Modelo de negocio	Actividad complementaria 1	Modelo de Osterwalder para BLife. BLife es una marca de suplementos y cuidado personal con productos naturales y de la más alta calidad. Realiza lo siguiente: <ol style="list-style-type: none"> 1. Entra a https://www.youtube.com/c/FCAUNAMOFICIAL/search e identifica “Diseña tu modelo de negocios” (12 partes, cápsulas de 2 minutos) para que te familiarices con el lienzo de Osterwalder. 2. Entra a https://blife.mx/ 3. Visita todo el sitio Web e identifica la información que necesitas para realizar el lienzo para el modelo de Osterwalder. 4. Elabora el modelo de negocio de BLife. 	Plan de Mercadotecnia , Apuntes (disponible en plataforma). Plan de Mercadotecnia	5 pts														

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)																							
		<p>5. Puedes usar la plantilla que te acomode o usar la que está disponible en la siguiente liga: https://modelocanvas.pro/plantilla-excel/</p> <p>Elabora esta actividad en Word, guarda con formato PDF y sube el archivo en la plataforma del SUAYED, utiliza la nomenclatura U1_A2_ Nombre – Apellido</p> <p>NOTAS IMPORTANTES.</p> <ol style="list-style-type: none"> Tu archivo debe tener una carátula que incluya tu nombre completo. El modelo de negocio de Osterwalder para BLife debe contener en cada módulo frases concisas y claras, no explicaciones de lo que hace la empresa. Antes de subir tu archivo a plataforma, revisa la siguiente Lista de Cotejo. <table border="1" data-bbox="653 773 1482 1003"> <thead> <tr> <th>CRITERIO</th> <th>SI</th> <th>NO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Carátula con nombre completo</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>El lienzo contiene en cada módulo frases concisas y claras</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>He cuidado la sintaxis, ortografía y signos de puntuación</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Mi archivo está en formato PDF</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>La rúbrica para esta actividad es:</p> <table border="1" data-bbox="579 1089 1551 1390"> <thead> <tr> <th>CRITERIO</th> <th>ESCALA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Lienzo de Osterwalder</td> <td>1 a 7 puntos</td> </tr> <tr> <td>Cada uno de los módulos del lienzo tiene la información requerida. Las frases son concisas y claras.</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Sintaxis, ortografía, signos de puntuación</td> <td>1 a 3 puntos</td> </tr> </tbody> </table>	CRITERIO	SI	NO	Carátula con nombre completo			El lienzo contiene en cada módulo frases concisas y claras			He cuidado la sintaxis, ortografía y signos de puntuación			Mi archivo está en formato PDF			CRITERIO	ESCALA	Lienzo de Osterwalder	1 a 7 puntos	Cada uno de los módulos del lienzo tiene la información requerida. Las frases son concisas y claras.		Sintaxis, ortografía, signos de puntuación	1 a 3 puntos	, FCA Publishing	
CRITERIO	SI	NO																									
Carátula con nombre completo																											
El lienzo contiene en cada módulo frases concisas y claras																											
He cuidado la sintaxis, ortografía y signos de puntuación																											
Mi archivo está en formato PDF																											
CRITERIO	ESCALA																										
Lienzo de Osterwalder	1 a 7 puntos																										
Cada uno de los módulos del lienzo tiene la información requerida. Las frases son concisas y claras.																											
Sintaxis, ortografía, signos de puntuación	1 a 3 puntos																										

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)				
		<table border="1"> <tr> <td data-bbox="579 269 1409 358">Se ha cuidado que las frases sean claras, tengan concordancia de género y número, así como la ortografía y signos de puntuación.</td> <td data-bbox="1409 269 1556 358"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="579 358 1409 402" style="text-align: right;">Total</td> <td data-bbox="1409 358 1556 402"></td> </tr> </table>	Se ha cuidado que las frases sean claras, tengan concordancia de género y número, así como la ortografía y signos de puntuación.		Total			
Se ha cuidado que las frases sean claras, tengan concordancia de género y número, así como la ortografía y signos de puntuación.								
Total								
Unidad 3: Plan de mercadotecnia	Actividad complementaria 1	<p>Plan de mercadotecnia para BLife.</p> <p>BLife es una marca de suplementos y cuidado personal con productos naturales y de la más alta calidad. Elabora el Plan de Mercadotecnia que contenga lo siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Datos relevantes de la empresa, misión, visión y valores. 2. Modelo de negocio. 3. Análisis PEST y FODA. 4. 2 objetivos de mercadotecnia. 5. 2 estrategias de mercadotecnia para BLife. <ol style="list-style-type: none"> a. 1 estrategia para el mercado meta de suplementos alimenticios. b. 2 estrategia para la línea de suplementos alimenticios. 6 Cronograma. <p>Elabora esta actividad en Word, guarda con formato PDF y sube el archivo en la plataforma del SUAYED, utiliza la nomenclatura U1_A3_ Nombre – Apellido</p> <p>NOTAS IMPORTANTES.</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Evita presentar tu documento como si estuvieras resolviendo un cuestionario. DEBE TENER LA FORMA DE UN PLAN DE MERCADOTECNIA. b. Tu archivo debe tener una carátula que incluya tu nombre. 	Plan de Mercadotecnia , Apuntes (disponible en plataforma). Plan de Mercadotecnia , FCA Publishing	5 pts				

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)																														
		<p>c. Para el punto 2 debes insertar el lienzo que realizaste previamente en la unidad 2. No olvides incluir un párrafo que proporcione el contexto del modelo de negocio de BLife.</p> <p>d. El análisis PEST se hace en el contexto de la industria de suplementos alimenticios y productos de cuidado personal.</p> <p>e. El análisis FODA debe mostrar en el cuadrante de Oportunidades y Amenazas los factores identificados previamente en el análisis PEST, según corresponda.</p> <p>f. Los objetivos de mercadotecnia deben cumplir el criterio SMART. Se recomienda leer el artículo “¿Sabe por qué y cómo diseñar objetivos?” por Ana Luisa Nava López, disponible en la liga https://emprendedores.unam.mx/articulo.php?id_articulo=655, así como los apuntes de Administración de semestres previos y ver los videos disponibles en la plataforma.</p> <p>g. El cronograma puede presentarse usando un diagrama de Gantt o similar.</p> <p>h. Antes de subir tu archivo a plataforma, revisa la siguiente Lista de Cotejo.</p>																																
		<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="569 846 1434 902">CRITERIO</th> <th data-bbox="1434 846 1486 902">SI</th> <th data-bbox="1486 846 1566 902">NO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="569 902 1434 943">Carátula con nombre completo</td> <td data-bbox="1434 902 1486 943"></td> <td data-bbox="1486 902 1566 943"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="569 943 1434 984">Datos relevantes de la empresa, misión, visión y valores</td> <td data-bbox="1434 943 1486 984"></td> <td data-bbox="1486 943 1566 984"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="569 984 1434 1073">Modelo de negocio (elaborado en la unidad previa) con un párrafo de contexto</td> <td data-bbox="1434 984 1486 1073"></td> <td data-bbox="1486 984 1566 1073"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="569 1073 1434 1114">El análisis PEST presenta en cada cuadrante frases concisas y claras</td> <td data-bbox="1434 1073 1486 1114"></td> <td data-bbox="1486 1073 1566 1114"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="569 1114 1434 1154">El análisis FODA presenta en cada cuadrante frases concisas y claras</td> <td data-bbox="1434 1114 1486 1154"></td> <td data-bbox="1486 1114 1566 1154"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="569 1154 1434 1243">En el cuadrante de Oportunidades y Amenazas aparecen factores que se identificaron previamente en el análisis PEST</td> <td data-bbox="1434 1154 1486 1243"></td> <td data-bbox="1486 1154 1566 1243"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="569 1243 1434 1333">He formulado 2 objetivos de mercadotecnia que cumplen con el criterio SMART.</td> <td data-bbox="1434 1243 1486 1333"></td> <td data-bbox="1486 1243 1566 1333"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="569 1333 1434 1373">He formulado una estrategia para mercado meta</td> <td data-bbox="1434 1333 1486 1373"></td> <td data-bbox="1486 1333 1566 1373"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="569 1373 1434 1424">He formulado 2 estrategias para línea de suplementos alimenticios</td> <td data-bbox="1434 1373 1486 1424"></td> <td data-bbox="1486 1373 1566 1424"></td> </tr> </tbody> </table>	CRITERIO	SI	NO	Carátula con nombre completo			Datos relevantes de la empresa, misión, visión y valores			Modelo de negocio (elaborado en la unidad previa) con un párrafo de contexto			El análisis PEST presenta en cada cuadrante frases concisas y claras			El análisis FODA presenta en cada cuadrante frases concisas y claras			En el cuadrante de Oportunidades y Amenazas aparecen factores que se identificaron previamente en el análisis PEST			He formulado 2 objetivos de mercadotecnia que cumplen con el criterio SMART.			He formulado una estrategia para mercado meta			He formulado 2 estrategias para línea de suplementos alimenticios				
CRITERIO	SI	NO																																
Carátula con nombre completo																																		
Datos relevantes de la empresa, misión, visión y valores																																		
Modelo de negocio (elaborado en la unidad previa) con un párrafo de contexto																																		
El análisis PEST presenta en cada cuadrante frases concisas y claras																																		
El análisis FODA presenta en cada cuadrante frases concisas y claras																																		
En el cuadrante de Oportunidades y Amenazas aparecen factores que se identificaron previamente en el análisis PEST																																		
He formulado 2 objetivos de mercadotecnia que cumplen con el criterio SMART.																																		
He formulado una estrategia para mercado meta																																		
He formulado 2 estrategias para línea de suplementos alimenticios																																		

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)									
		<table border="1"> <tr> <td data-bbox="579 269 1432 315">Incluye el cronograma (Diagrama de Gantt o similar)</td> <td data-bbox="1432 269 1486 315"></td> <td data-bbox="1486 269 1549 315"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="579 315 1432 360">He cuidado la sintaxis, ortografía y signos de puntuación</td> <td data-bbox="1432 315 1486 360"></td> <td data-bbox="1486 315 1549 360"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="579 360 1432 406">Mi archivo está en formato PDF</td> <td data-bbox="1432 360 1486 406"></td> <td data-bbox="1486 360 1549 406"></td> </tr> </table>	Incluye el cronograma (Diagrama de Gantt o similar)			He cuidado la sintaxis, ortografía y signos de puntuación			Mi archivo está en formato PDF				
Incluye el cronograma (Diagrama de Gantt o similar)													
He cuidado la sintaxis, ortografía y signos de puntuación													
Mi archivo está en formato PDF													
UNIDAD 4 Entorno del plan de mercadotecnia	Actividad complementaria 1	FORO. <ol style="list-style-type: none"> 1. Entra al foro de discusión. 2. Da clic donde aparece mi foto y nombre. Es la única liga que se usará para interactuar. Si abres tu propia liga será eliminada y no será calificada. 3. Realiza una infografía sobre la industria de suplementos alimenticios que contenga los siguientes puntos: <ol style="list-style-type: none"> a. ¿Qué es un suplemento alimenticio? b. Datos relacionados con los suplementos alimenticios en México: valor de mercado, principales empresas mexicanas e internacionales de suplementos alimenticios, crecimiento del mercado, principales tendencias de consumo. c. Datos curiosos (información que consideras interesante, útil y/o novedosa). d. Fuentes consultadas. 4. Sube tu infografía en plataforma para que tus compañeros/as la puedan ver directamente en Moodle. En caso de que no sea posible, comparte la liga al sitio donde realizaste tu infografía. 5. Comenta una de las infografías. Recuerda que debes ser respetuoso con tus compañeros. 	Plan de Mercadotecnia , Apuntes (disponible en plataforma). Plan de Mercadotecnia , FCA Publishing	5 pts									

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)																											
		Pulsa sobre Tema , lee las aportaciones y comentarios de tus compañeros. Ve al vínculo Responder y sube tu infografía en el cuadro de texto. Cuando concluyas tu comentario activa el botón Enviar al foro .																													
UNIDAD 5 Pronósticos y presupuestos (SPSS, Project Manager y Excel)	Actividad complementaria 1	<p>Pronósticos y punto de equilibrio para BLife.</p> <p>BLife es una marca de suplementos y cuidado personal con productos naturales y de la más alta calidad. Realiza lo siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Imagina que la línea A (suplementos alimenticios) registra un 15% más de ventas y que la línea B (cuidado personal) muestra un 20%. Los precios tendrán un incremento del 8% para el siguiente año con los datos mostrados en la siguiente tabla. Realiza el pronóstico de ventas para el trimestre que está por comenzar. <table border="1" data-bbox="579 797 1341 1378"> <thead> <tr> <th data-bbox="579 797 835 899">DATOS</th> <th data-bbox="835 797 1087 899">VENTAS ANUALES ACTUALES</th> <th data-bbox="1087 797 1341 899">PRONÓSTICO VENTAS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="3" data-bbox="579 899 1341 959">LÍNEA A (15%)</td> </tr> <tr> <td data-bbox="579 959 835 1019">Unidades</td> <td data-bbox="835 959 1087 1019">50</td> <td data-bbox="1087 959 1341 1019"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="579 1019 835 1079">Precio por unidad</td> <td data-bbox="835 1019 1087 1079">\$1000</td> <td data-bbox="1087 1019 1341 1079"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="579 1079 835 1140">Importe de ventas</td> <td data-bbox="835 1079 1087 1140">\$50000</td> <td data-bbox="1087 1079 1341 1140"></td> </tr> <tr> <td colspan="3" data-bbox="579 1140 1341 1200">LÍNEA B (20%)</td> </tr> <tr> <td data-bbox="579 1200 835 1260">Unidades</td> <td data-bbox="835 1200 1087 1260">70</td> <td data-bbox="1087 1200 1341 1260"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="579 1260 835 1320">Precio por unidad</td> <td data-bbox="835 1260 1087 1320">\$500</td> <td data-bbox="1087 1260 1341 1320"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="579 1320 835 1378">Importe de ventas</td> <td data-bbox="835 1320 1087 1378">\$35000</td> <td data-bbox="1087 1320 1341 1378"></td> </tr> </tbody> </table>	DATOS	VENTAS ANUALES ACTUALES	PRONÓSTICO VENTAS	LÍNEA A (15%)			Unidades	50		Precio por unidad	\$1000		Importe de ventas	\$50000		LÍNEA B (20%)			Unidades	70		Precio por unidad	\$500		Importe de ventas	\$35000		Plan de Mercadotecnia , Apuntes (disponible en plataforma). Plan de Mercadotecnia , FCA Publishing	6 pts
DATOS	VENTAS ANUALES ACTUALES	PRONÓSTICO VENTAS																													
LÍNEA A (15%)																															
Unidades	50																														
Precio por unidad	\$1000																														
Importe de ventas	\$50000																														
LÍNEA B (20%)																															
Unidades	70																														
Precio por unidad	\$500																														
Importe de ventas	\$35000																														

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción			Bibliografía sugerida	Valor (enteros)															
		TOTAL VENTAS	\$85000																		
		<p>2. Calcula el punto de equilibrio de cada producto y el importe necesario para alcanzarlo, considerando los siguientes costos.</p>																			
		<table border="1"> <thead> <tr> <th>LÍNEA</th> <th>COSTOS FIJOS</th> <th>COSTOS VARIABLES UNITARIOS</th> <th>PUNTO DE EQUILIBRIO</th> <th>IMPORTE</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>A</td> <td>\$9000</td> <td>\$250</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>B</td> <td>\$6000</td> <td>\$170</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	LÍNEA	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES UNITARIOS	PUNTO DE EQUILIBRIO	IMPORTE	A	\$9000	\$250			B	\$6000	\$170						
LÍNEA	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES UNITARIOS	PUNTO DE EQUILIBRIO	IMPORTE																	
A	\$9000	\$250																			
B	\$6000	\$170																			
		<p>Elabora esta actividad en Excel y sube el archivo en la plataforma del SUAYED, utiliza la nomenclatura U1_A5_ Nombre - Apellido</p>																			
		<p>NOTAS IMPORTANTES.</p> <p>a. No olvides tener en cuenta los supuestos que se mencionan en las instrucciones porque de lo contrario tus cálculos serán incorrectos.</p> <p>b. Procura usar la función “Fórmulas” para realizar los cálculos solicitados ya que de esa forma muestras que puedes llevar a cabo estas operaciones en Excel.</p> <p>c. Antes de subir tu archivo a plataforma, revisa la siguiente Lista de Cotejo.</p>																			
		<table border="1"> <thead> <tr> <th>CRITERIO</th> <th>SI</th> <th>NO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Carátula con nombre completo</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Apliqué los supuestos en los rubros correspondientes</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	CRITERIO	SI	NO	Carátula con nombre completo			Apliqué los supuestos en los rubros correspondientes												
CRITERIO	SI	NO																			
Carátula con nombre completo																					
Apliqué los supuestos en los rubros correspondientes																					

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)						
		<table border="1"> <tr> <td data-bbox="579 269 1432 358">Mis resultados fueron obtenidos aplicando la función "Fórmula" correspondiente</td> <td data-bbox="1432 269 1486 358"></td> <td data-bbox="1486 269 1549 358"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="579 358 1432 402">Mi archivo está en formato Excel</td> <td data-bbox="1432 358 1486 402"></td> <td data-bbox="1486 358 1549 402"></td> </tr> </table>	Mis resultados fueron obtenidos aplicando la función "Fórmula" correspondiente			Mi archivo está en formato Excel				
Mis resultados fueron obtenidos aplicando la función "Fórmula" correspondiente										
Mi archivo está en formato Excel										
UNIDAD 6 Plan de producto	Actividad complementaria 1	<p>Plan de producto para BLife.</p> <p>BLife es una marca de suplementos y cuidado personal con productos naturales y de la más alta calidad. Elabora el Plan de Producto que contenga lo siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Datos relevantes de la empresa, misión, visión y valores. 2. Análisis de portafolio de productos. 3. Descripción del segmento de mercado de BLife para suplementos alimenticios. 4. Análisis de la competencia para la línea de suplementos alimenticios. 5. Matriz BCG para BLife. 6. Describe la estrategia de posicionamiento de la BLife para la línea de suplementos alimenticios. <p>Elabora esta actividad en Word, guarda con formato PDF y sube el archivo en la plataforma del SUAYED, utiliza la nomenclatura U1_A6_ Nombre - Apellido</p> <p>NOTAS IMPORTANTES.</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Evita presentar tu documento como si estuvieras resolviendo un cuestionario. DEBE TENER LA FORMA DE UN PLAN DE PRODUCTO. b. Tu archivo debe tener una carátula que incluya tu nombre. 	Plan de Mercadotecnia , Apuntes (disponible en plataforma). Plan de Mercadotecnia , FCA Publishing	6 pts						

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)																											
		<p>c. Para el punto 1 debes usar la misma información que presentaste en la unidad 3.</p> <p>d. El análisis de portafolio de productos consiste en indicar la amplitud, profundidad de cada línea de productos y longitud de la mezcla de productos de BLife. Se recomienda que retomes los apuntes de “Fundamentos de Mercadotecnia”, unidad 3.</p> <p>e. Para la descripción del segmento de mercado, considera la mayor cantidad de variables de segmentación y no sólo las variables demográficas.</p> <p>f. Para hacer el análisis de la competencia considera factores como propuesta de valor, competencias centrales, características del producto.</p> <p>g. Para realizar la matriz BCG intuye qué cuadrante ocupa cada una de las líneas de productos de BLife e incluye uno o dos párrafos que expliquen tu razonamiento.</p> <p>h. Antes de subir tu archivo a plataforma, revisa la siguiente Lista de Cotejo.</p>																													
		<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="569 852 1434 906">CRITERIO</th> <th data-bbox="1434 852 1486 906">SI</th> <th data-bbox="1486 852 1566 906">NO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="569 906 1434 951">Carátula con nombre completo</td> <td data-bbox="1434 906 1486 951"></td> <td data-bbox="1486 906 1566 951"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="569 951 1434 997">Datos relevantes de la empresa, misión, visión y valores</td> <td data-bbox="1434 951 1486 997"></td> <td data-bbox="1486 951 1566 997"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="569 997 1434 1127">Análisis de portafolio de productos: se muestra la amplitud, profundidad de cada línea de productos y longitud de la mezcla de productos</td> <td data-bbox="1434 997 1486 1127"></td> <td data-bbox="1486 997 1566 1127"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="569 1127 1434 1211">Descripción del segmento de mercado para suplementos alimenticios (variables demográficas, geográficas, psicográficas, etc.)</td> <td data-bbox="1434 1127 1486 1211"></td> <td data-bbox="1486 1127 1566 1211"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="569 1211 1434 1300">Análisis de la competencia (propuesta de valor, competencias centrales, características del producto)</td> <td data-bbox="1434 1211 1486 1300"></td> <td data-bbox="1486 1211 1566 1300"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="569 1300 1434 1346">Matriz BCG</td> <td data-bbox="1434 1300 1486 1346"></td> <td data-bbox="1486 1300 1566 1346"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="569 1346 1434 1391">Descripción de la estrategia de posicionamiento</td> <td data-bbox="1434 1346 1486 1391"></td> <td data-bbox="1486 1346 1566 1391"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="569 1391 1434 1429">He cuidado la sintaxis, ortografía y signos de puntuación</td> <td data-bbox="1434 1391 1486 1429"></td> <td data-bbox="1486 1391 1566 1429"></td> </tr> </tbody> </table>	CRITERIO	SI	NO	Carátula con nombre completo			Datos relevantes de la empresa, misión, visión y valores			Análisis de portafolio de productos: se muestra la amplitud, profundidad de cada línea de productos y longitud de la mezcla de productos			Descripción del segmento de mercado para suplementos alimenticios (variables demográficas, geográficas, psicográficas, etc.)			Análisis de la competencia (propuesta de valor, competencias centrales, características del producto)			Matriz BCG			Descripción de la estrategia de posicionamiento			He cuidado la sintaxis, ortografía y signos de puntuación				
CRITERIO	SI	NO																													
Carátula con nombre completo																															
Datos relevantes de la empresa, misión, visión y valores																															
Análisis de portafolio de productos: se muestra la amplitud, profundidad de cada línea de productos y longitud de la mezcla de productos																															
Descripción del segmento de mercado para suplementos alimenticios (variables demográficas, geográficas, psicográficas, etc.)																															
Análisis de la competencia (propuesta de valor, competencias centrales, características del producto)																															
Matriz BCG																															
Descripción de la estrategia de posicionamiento																															
He cuidado la sintaxis, ortografía y signos de puntuación																															

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)								
		<p>Mi archivo está en formato PDF</p> <p>La rúbrica para esta actividad es:</p> <table border="1" data-bbox="579 415 1556 889"> <thead> <tr> <th data-bbox="579 415 1409 456">CRITERIO</th> <th data-bbox="1409 415 1556 456">ESCALA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="579 456 1409 675"> Plan de producto El documento tiene la forma de un plan de producto. Contiene todos los puntos solicitados, con las consideraciones solicitadas en las instrucciones. </td> <td data-bbox="1409 456 1556 675">1 a 7 puntos</td> </tr> <tr> <td data-bbox="579 675 1409 846"> Sintaxis, ortografía, signos de puntuación Se ha cuidado que las frases sean claras, tengan concordancia de género y número, así como la ortografía y signos de puntuación. </td> <td data-bbox="1409 675 1556 846">1 a 3 puntos</td> </tr> <tr> <td data-bbox="579 846 1409 889" style="text-align: right;">Total</td> <td data-bbox="1409 846 1556 889"></td> </tr> </tbody> </table>	CRITERIO	ESCALA	Plan de producto El documento tiene la forma de un plan de producto. Contiene todos los puntos solicitados, con las consideraciones solicitadas en las instrucciones.	1 a 7 puntos	Sintaxis, ortografía, signos de puntuación Se ha cuidado que las frases sean claras, tengan concordancia de género y número, así como la ortografía y signos de puntuación.	1 a 3 puntos	Total			
CRITERIO	ESCALA											
Plan de producto El documento tiene la forma de un plan de producto. Contiene todos los puntos solicitados, con las consideraciones solicitadas en las instrucciones.	1 a 7 puntos											
Sintaxis, ortografía, signos de puntuación Se ha cuidado que las frases sean claras, tengan concordancia de género y número, así como la ortografía y signos de puntuación.	1 a 3 puntos											
Total												
UNIDAD 7 Plan de distribución	Actividad complementaria 1	<p>Plan de distribución para BLife.</p> <p>BLife es una marca de suplementos y cuidado personal con productos naturales y de la más alta calidad. Elabora el Plan de Distribución que contenga lo siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Datos relevantes de la empresa, misión, visión y valores. 2. 2 objetivos de distribución. 3. Descripción de los canales de distribución de BLife. 4. Estrategia de distribución de BLife. 	Plan de Mercadotecnia , Apuntes (disponible en plataforma). Plan de Mercadotecnia , FCA Publishing	6 pts								

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)																												
		<p>Elabora esta actividad en PowerPoint, guarda con formato PDF y sube el archivo en la plataforma del SUAYED, utiliza la nomenclatura U1_A7_ Nombre - Apellido</p> <p>NOTAS IMPORTANTES.</p> <ol style="list-style-type: none"> Evita presentar tu documento como si estuvieras resolviendo un cuestionario. DEBE TENER LA FORMA DE UN PLAN DE DISTRIBUCIÓN. Tu archivo debe tener una carátula que incluya tu nombre. Para el punto 1 debes usar la misma información que presentaste en las unidades previas. Los objetivos deben cumplir con el criterio SMART. En la descripción de los canales de distribución puedes usar imágenes y/o esquemas, gráficas. Antes de subir tu archivo a plataforma, revisa la siguiente Lista de Cotejo. <table border="1" data-bbox="583 813 1551 1216"> <thead> <tr> <th>CRITERIO</th> <th>SI</th> <th>NO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Carátula con nombre completo</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Datos relevantes de la empresa, misión, visión y valores</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>He formulado 2 objetivos de distribución que cumplen con el criterio SMART</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>He descrito los canales de distribución de BLife</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>He formulado la estrategia de distribución de BLife</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>He cuidado la sintaxis, ortografía y signos de puntuación</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Mi archivo está en formato PDF</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>La rúbrica para esta actividad es:</p> <table border="1" data-bbox="583 1304 1551 1343"> <thead> <tr> <th>CRITERIO</th> <th>ESCALA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	CRITERIO	SI	NO	Carátula con nombre completo			Datos relevantes de la empresa, misión, visión y valores			He formulado 2 objetivos de distribución que cumplen con el criterio SMART			He descrito los canales de distribución de BLife			He formulado la estrategia de distribución de BLife			He cuidado la sintaxis, ortografía y signos de puntuación			Mi archivo está en formato PDF			CRITERIO	ESCALA				
CRITERIO	SI	NO																														
Carátula con nombre completo																																
Datos relevantes de la empresa, misión, visión y valores																																
He formulado 2 objetivos de distribución que cumplen con el criterio SMART																																
He descrito los canales de distribución de BLife																																
He formulado la estrategia de distribución de BLife																																
He cuidado la sintaxis, ortografía y signos de puntuación																																
Mi archivo está en formato PDF																																
CRITERIO	ESCALA																															

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)						
		<table border="1"> <tr> <td data-bbox="579 269 1409 488">Plan de distribución El documento tiene la forma de un plan de distribución. Contiene todos los puntos solicitados, con las consideraciones de en las instrucciones.</td> <td data-bbox="1409 269 1556 488">1 a 7 puntos</td> </tr> <tr> <td data-bbox="579 488 1409 659">Sintaxis, ortografía, signos de puntuación Se ha cuidado que las frases sean claras, tengan concordancia de género y número, así como la ortografía y signos de puntuación.</td> <td data-bbox="1409 488 1556 659">1 a 3 puntos</td> </tr> <tr> <td data-bbox="579 659 1409 708" style="text-align: right;">Total</td> <td data-bbox="1409 659 1556 708"></td> </tr> </table>	Plan de distribución El documento tiene la forma de un plan de distribución. Contiene todos los puntos solicitados, con las consideraciones de en las instrucciones.	1 a 7 puntos	Sintaxis, ortografía, signos de puntuación Se ha cuidado que las frases sean claras, tengan concordancia de género y número, así como la ortografía y signos de puntuación.	1 a 3 puntos	Total			
Plan de distribución El documento tiene la forma de un plan de distribución. Contiene todos los puntos solicitados, con las consideraciones de en las instrucciones.	1 a 7 puntos									
Sintaxis, ortografía, signos de puntuación Se ha cuidado que las frases sean claras, tengan concordancia de género y número, así como la ortografía y signos de puntuación.	1 a 3 puntos									
Total										
UNIDAD 8 Plan de promoción de ventas	Actividad complementaria 1	<p>Plan de promoción de ventas para BLife.</p> <p>BLife es una marca de suplementos y cuidado personal con productos naturales y de la más alta calidad. Elabora el Plan de promoción de ventas que contenga lo siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Datos relevantes de la empresa, misión, visión y valores. 2. 2 objetivos de promoción de ventas. 3. Presupuesto de promoción de ventas al consumidor. 4. 2 estrategias de promoción de ventas dirigidos a los consumidores. 5. Cuatro indicadores de promoción de ventas. <p>Elabora esta actividad en Word, guarda con formato PDF y sube el archivo en la plataforma del SUAYED, utiliza la nomenclatura U1_A8_ Nombre – Apellido</p>	Plan de Mercadotecnia , Apuntes (disponible en plataforma). Plan de Mercadotecnia , FCA Publishing	7 pts						

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)																								
		<p>NOTAS IMPORTANTES.</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Evita presentar tu documento como si estuvieras resolviendo un cuestionario. DEBE TNER LA FORMA DE UN PLAN DE PROMOCIÓN DE VENTAS. b. Tu archivo debe tener una carátula que incluya tu nombre. c. Los datos relevantes de la empresa serán los mismos que describiste en unidades previas. d. Los objetivos deberán cumplir el criterio SMART. e. En el presupuesto indicarás en una tabla, en la primera columna, las herramientas de promoción de ventas al consumidor y, en la segunda columna, la ponderación que asignarás a cada herramienta. Incluye un párrafo que explique tus argumentos para considerar esas herramientas de promoción de ventas y el peso que le has dado a cada una de esas herramientas. f. Antes de subir tu archivo a plataforma, revisa la siguiente Lista de Cotejo. <table border="1" data-bbox="579 919 1551 1396"> <thead> <tr> <th>CRITERIO</th> <th>SI</th> <th>NO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Carátula con nombre completo</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Datos relevantes de la empresa, misión, visión y valores</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>He formulado 2 objetivos que cumplen con el criterio SMART</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>El presupuesto muestra las herramientas de promoción de ventas y su correspondiente ponderación, junto con un párrafo explicativo</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>He formulado 2 estrategias de promoción de ventas dirigidas a los consumidores</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>He propuesto 4 indicadores de promoción de ventas congruentes con los objetivos y herramientas de promoción de ventas</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>He cuidado la sintaxis, ortografía y signos de puntuación</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	CRITERIO	SI	NO	Carátula con nombre completo			Datos relevantes de la empresa, misión, visión y valores			He formulado 2 objetivos que cumplen con el criterio SMART			El presupuesto muestra las herramientas de promoción de ventas y su correspondiente ponderación, junto con un párrafo explicativo			He formulado 2 estrategias de promoción de ventas dirigidas a los consumidores			He propuesto 4 indicadores de promoción de ventas congruentes con los objetivos y herramientas de promoción de ventas			He cuidado la sintaxis, ortografía y signos de puntuación				
CRITERIO	SI	NO																										
Carátula con nombre completo																												
Datos relevantes de la empresa, misión, visión y valores																												
He formulado 2 objetivos que cumplen con el criterio SMART																												
El presupuesto muestra las herramientas de promoción de ventas y su correspondiente ponderación, junto con un párrafo explicativo																												
He formulado 2 estrategias de promoción de ventas dirigidas a los consumidores																												
He propuesto 4 indicadores de promoción de ventas congruentes con los objetivos y herramientas de promoción de ventas																												
He cuidado la sintaxis, ortografía y signos de puntuación																												

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)								
		<p>Mi archivo está en formato PDF</p> <p>La rúbrica para esta actividad es:</p> <table border="1" data-bbox="583 402 1551 878"> <thead> <tr> <th data-bbox="583 402 1413 448">CRITERIO</th> <th data-bbox="1413 402 1551 448">ESCALA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="583 448 1413 662"> Plan de promoción de ventas El documento tiene la forma de un plan de promoción de ventas. Contiene todos los puntos solicitados, con las consideraciones de en las instrucciones. </td> <td data-bbox="1413 448 1551 662">1 a 7 puntos</td> </tr> <tr> <td data-bbox="583 662 1413 834"> Sintaxis, ortografía, signos de puntuación Se ha cuidado que las frases sean claras, tengan concordancia de género y número, así como la ortografía y signos de puntuación. </td> <td data-bbox="1413 662 1551 834">1 a 3 puntos</td> </tr> <tr> <td data-bbox="583 834 1413 878" style="text-align: right;">Total</td> <td data-bbox="1413 834 1551 878"></td> </tr> </tbody> </table>	CRITERIO	ESCALA	Plan de promoción de ventas El documento tiene la forma de un plan de promoción de ventas. Contiene todos los puntos solicitados, con las consideraciones de en las instrucciones.	1 a 7 puntos	Sintaxis, ortografía, signos de puntuación Se ha cuidado que las frases sean claras, tengan concordancia de género y número, así como la ortografía y signos de puntuación.	1 a 3 puntos	Total			
CRITERIO	ESCALA											
Plan de promoción de ventas El documento tiene la forma de un plan de promoción de ventas. Contiene todos los puntos solicitados, con las consideraciones de en las instrucciones.	1 a 7 puntos											
Sintaxis, ortografía, signos de puntuación Se ha cuidado que las frases sean claras, tengan concordancia de género y número, así como la ortografía y signos de puntuación.	1 a 3 puntos											
Total												
UNIDAD 9 Plan de publicidad	Actividad complementari a 1	<p>Plan de publicidad para BLife.</p> <p>BLife es una marca de suplementos y cuidado personal con productos naturales y de la más alta calidad. Elabora el Plan de publicidad que contenga lo siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Datos relevantes de la empresa, misión, visión y valores. 2. 2 objetivos de publicidad. 3. Análisis de los medios de comunicación, incluidas redes sociales. 4. Presupuesto de publicidad. 5. Diseño de un anuncio impreso para redes sociales (Facebook e Instagram). 	Plan de Mercadotecnia , Apuntes (disponible en plataforma). Plan de Mercadotecnia , FCA Publishing	7 pts								

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)															
		<p>6. Medición de resultados (4indicadores).</p> <p>Elabora esta actividad en Word, guarda con formato PDF y sube el archivo en la plataforma del SUAYED, utiliza la nomenclatura U1_A9_ Nombre - Apellido</p> <p>NOTAS IMPORTANTES.</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Evita presentar tu documento como si estuvieras resolviendo un cuestionario. DEBE TENER LA FORMA DE UN PLAN DE PUBLICIDAD. b. Tu archivo debe tener una carátula que incluya tu nombre. c. Los datos relevantes de la empresa serán los mismos que describiste en unidades previas. d. Los objetivos deberán cumplir el criterio SMART. e. Identifica los medios de comunicación que usa BLife para anunciarse y en una tabla indica cuáles son las características relevantes de cada medio usado. f. En el presupuesto indicarás en una tabla, en la primera columna, los medios de comunicación y, en la segunda columna, la ponderación que asignarás a cada medio. g. Para hacer tu propuesta de diseño de anuncio impreso para redes sociales puedes usar las plantillas disponibles en Canva o sitio similar. h. Antes de subir tu archivo a plataforma, revisa la siguiente Lista de Coetjo. <table border="1" data-bbox="583 1149 1551 1421"> <thead> <tr> <th data-bbox="583 1149 1434 1200">CRITERIO</th> <th data-bbox="1434 1149 1486 1200">SI</th> <th data-bbox="1486 1149 1551 1200">NO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="583 1200 1434 1247">Carátula con nombre completo</td> <td data-bbox="1434 1200 1486 1247"></td> <td data-bbox="1486 1200 1551 1247"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="583 1247 1434 1294">Datos relevantes de la empresa, misión, visión y valores</td> <td data-bbox="1434 1247 1486 1294"></td> <td data-bbox="1486 1247 1551 1294"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="583 1294 1434 1341">He formulado 2 objetivos que cumplen con el criterio SMART</td> <td data-bbox="1434 1294 1486 1341"></td> <td data-bbox="1486 1294 1551 1341"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="583 1341 1434 1421">He realizado el análisis de los medios de comunicación, incluidas redes sociales, que usa BLife para anunciarse</td> <td data-bbox="1434 1341 1486 1421"></td> <td data-bbox="1486 1341 1551 1421"></td> </tr> </tbody> </table>	CRITERIO	SI	NO	Carátula con nombre completo			Datos relevantes de la empresa, misión, visión y valores			He formulado 2 objetivos que cumplen con el criterio SMART			He realizado el análisis de los medios de comunicación, incluidas redes sociales, que usa BLife para anunciarse				
CRITERIO	SI	NO																	
Carátula con nombre completo																			
Datos relevantes de la empresa, misión, visión y valores																			
He formulado 2 objetivos que cumplen con el criterio SMART																			
He realizado el análisis de los medios de comunicación, incluidas redes sociales, que usa BLife para anunciarse																			

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)								
		<p>El presupuesto muestra los medios de comunicación y su correspondiente ponderación, junto con un párrafo explicativo</p> <p>He diseñado un anuncio impreso para redes sociales</p> <p>He propuesto 4 indicadores congruentes con los objetivos y medios de comunicación</p> <p>He cuidado la sintaxis, ortografía y signos de puntuación</p> <p>Mi archivo está en formato PDF</p> <p>La rúbrica para esta actividad es:</p> <table border="1" data-bbox="579 662 1556 1141"> <thead> <tr> <th data-bbox="579 662 1409 708">CRITERIO</th> <th data-bbox="1409 662 1556 708">ESCALA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="579 708 1409 922"> Plan de publicidad El documento tiene la forma de un plan de publicidad. Contiene todos los puntos solicitados, con las consideraciones de en las instrucciones. </td> <td data-bbox="1409 708 1556 922">1 a 7 puntos</td> </tr> <tr> <td data-bbox="579 922 1409 1097"> Sintaxis, ortografía, signos de puntuación Se ha cuidado que las frases sean claras, tengan concordancia de género y número, así como la ortografía y signos de puntuación. </td> <td data-bbox="1409 922 1556 1097">1 a 3 puntos</td> </tr> <tr> <td data-bbox="579 1097 1409 1141" style="text-align: right;">Total</td> <td data-bbox="1409 1097 1556 1141"></td> </tr> </tbody> </table>	CRITERIO	ESCALA	Plan de publicidad El documento tiene la forma de un plan de publicidad. Contiene todos los puntos solicitados, con las consideraciones de en las instrucciones.	1 a 7 puntos	Sintaxis, ortografía, signos de puntuación Se ha cuidado que las frases sean claras, tengan concordancia de género y número, así como la ortografía y signos de puntuación.	1 a 3 puntos	Total			
CRITERIO	ESCALA											
Plan de publicidad El documento tiene la forma de un plan de publicidad. Contiene todos los puntos solicitados, con las consideraciones de en las instrucciones.	1 a 7 puntos											
Sintaxis, ortografía, signos de puntuación Se ha cuidado que las frases sean claras, tengan concordancia de género y número, así como la ortografía y signos de puntuación.	1 a 3 puntos											
Total												
UNIDAD 10 Plan de ventas	Actividad complementaria 1	<p>El clima laboral como parte de la remuneración.</p> <p>Realiza lo siguiente.</p> <p>4. Entra a la siguiente liga https://emprendedores.unam.mx/articulo.php?id_articulo=630 y descarga el</p>	Plan de Mercadotecnia , Apuntes	6 pts								

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)																						
		<p>artículo “El clima laboral puede ser parte de la remuneración” por Ana Luisa Nava López.</p> <p>5. Lee con atención el artículo.</p> <p>6. Realiza un mapa conceptual. Lo puedes hacer en sitios como CMapTools, Canva o similar.</p> <p>Guarda con formato PDF y sube el archivo en la plataforma del SUAYED, utiliza la nomenclatura U1_A1_ Nombre – Apellido</p> <p>NOTAS IMPORTANTES.</p> <p>e. El mapa conceptual debe tener la idea central y subordinadas bien jerarquizadas.</p> <p>f. El mapa conceptual debe tener nodos con información clara y concisa.</p> <p>g. El mapa conceptual debe tener descriptores y conectores.</p> <p>h. Antes de subir tu archivo a plataforma, revisa la siguiente Lista de Cotejo.</p> <table border="1" data-bbox="579 850 1551 1167"> <thead> <tr> <th>CRITERIO</th> <th>SI</th> <th>NO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>El mapa conceptual tiene la idea principal y subordinadas bien jerarquizadas</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>El mapa conceptual tiene nodos con información clara y concisa</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>El mapa conceptual tiene descriptores y conectores</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>He cuidado la sintaxis, ortografía y signos de puntuación</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Mi archivo está en formato PDF</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>La rúbrica para esta actividad es:</p> <table border="1" data-bbox="579 1253 1551 1383"> <thead> <tr> <th>CRITERIO</th> <th>ESCALA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Mapa conceptual</td> <td>1 a 7 puntos</td> </tr> </tbody> </table>	CRITERIO	SI	NO	El mapa conceptual tiene la idea principal y subordinadas bien jerarquizadas			El mapa conceptual tiene nodos con información clara y concisa			El mapa conceptual tiene descriptores y conectores			He cuidado la sintaxis, ortografía y signos de puntuación			Mi archivo está en formato PDF			CRITERIO	ESCALA	Mapa conceptual	1 a 7 puntos	<p>(disponible en plataforma).</p> <p>Plan de Mercadotecnia , FCA Publishing</p>	
CRITERIO	SI	NO																								
El mapa conceptual tiene la idea principal y subordinadas bien jerarquizadas																										
El mapa conceptual tiene nodos con información clara y concisa																										
El mapa conceptual tiene descriptores y conectores																										
He cuidado la sintaxis, ortografía y signos de puntuación																										
Mi archivo está en formato PDF																										
CRITERIO	ESCALA																									
Mapa conceptual	1 a 7 puntos																									

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)																				
		El mapa conceptual tiene bien jerarquizadas las ideas principales y subordinadas. Cuenta con descriptores, conectores y nodos con información clara y concisa.																						
		Sintaxis, ortografía, signos de puntuación Se ha cuidado que las frases sean claras, tengan concordancia de género y número, así como la ortografía y signos de puntuación.	1 a 3 puntos																					
		Total																						
UNIDAD 11 Plan de relaciones públicas	Actividad complementaria 1	<p>Plan de relaciones públicas para BLife.</p> <p>BLife es una marca de suplementos y cuidado personal con productos naturales y de la más alta calidad. Elabora el Plan de relaciones públicas que contenga lo siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Datos relevantes de la empresa, misión, visión y valores. 2. 2 objetivos de relaciones públicas. 3. Descripción de públicos de BLife. 4. Auditoría digital de BLife. <table border="1" data-bbox="583 1052 1518 1399"> <thead> <tr> <th data-bbox="583 1052 772 1227">RED SOCIAL</th> <th data-bbox="772 1052 1098 1227"># Suscriptores/Seguidores</th> <th data-bbox="1098 1052 1304 1227">TIPO DE INTERACCIÓN ENTRE LOS USUARIOS</th> <th data-bbox="1304 1052 1518 1227">COMENTARIOS GENERALES</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="583 1227 772 1271">Facebook</td> <td data-bbox="772 1227 1098 1271"></td> <td data-bbox="1098 1227 1304 1271"></td> <td data-bbox="1304 1227 1518 1271"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="583 1271 772 1315">Instagram</td> <td data-bbox="772 1271 1098 1315"></td> <td data-bbox="1098 1271 1304 1315"></td> <td data-bbox="1304 1271 1518 1315"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="583 1315 772 1359">TikTok</td> <td data-bbox="772 1315 1098 1359"></td> <td data-bbox="1098 1315 1304 1359"></td> <td data-bbox="1304 1315 1518 1359"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="583 1359 772 1399">YouTube</td> <td data-bbox="772 1359 1098 1399"></td> <td data-bbox="1098 1359 1304 1399"></td> <td data-bbox="1304 1359 1518 1399"></td> </tr> </tbody> </table>	RED SOCIAL	# Suscriptores/Seguidores	TIPO DE INTERACCIÓN ENTRE LOS USUARIOS	COMENTARIOS GENERALES	Facebook				Instagram				TikTok				YouTube				Plan de Mercadotecnia , Apuntes (disponible en plataforma). Plan de Mercadotecnia , FCA Publishing	6 pts
RED SOCIAL	# Suscriptores/Seguidores	TIPO DE INTERACCIÓN ENTRE LOS USUARIOS	COMENTARIOS GENERALES																					
Facebook																								
Instagram																								
TikTok																								
YouTube																								

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)															
		<p>Elabora esta actividad en Word, guarda con formato PDF y sube el archivo en la plataforma del SUAYED, utiliza la nomenclatura U11_A11_ Nombre - Apellido</p> <p>NOTAS IMPORTANTES.</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Evita presentar tu documento como si estuvieras resolviendo un cuestionario. DEBE TENER LA FORMA DE UN PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS. b. Tu archivo debe tener una carátula que incluya tu nombre. c. Los datos relevantes de la empresa serán los mismos que describiste en unidades previas. d. Los objetivos deberán cumplir el criterio SMART. e. Para descripción de públicos debes considerar la mayor cantidad de públicos que tienen relación con la empresa. f. La auditoría digital consiste en el análisis de la comunicación que tiene la empresa en redes sociales. En el tipo de interacción resalta si se trata de “likes”, compartir contenido, temas que interesan a los usuarios. En comentarios generales puedes anotar aspectos como frecuencia de publicación de contenido. Puedes incluir imágenes de cada red social. También debes indicar la fecha de consulta de cada red social. g. Antes de subir tu archivo a plataforma, revisa la siguiente Lista de Cotejo. <table border="1" data-bbox="579 1143 1551 1362"> <thead> <tr> <th>CRITERIO</th> <th>SI</th> <th>NO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Carátula con nombre completo</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Datos relevantes de la empresa, misión, visión y valores</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>He formulado 2 objetivos que cumplen con el criterio SMART</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>He descrito a todos los públicos con los que está relacionado BLife</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	CRITERIO	SI	NO	Carátula con nombre completo			Datos relevantes de la empresa, misión, visión y valores			He formulado 2 objetivos que cumplen con el criterio SMART			He descrito a todos los públicos con los que está relacionado BLife				
CRITERIO	SI	NO																	
Carátula con nombre completo																			
Datos relevantes de la empresa, misión, visión y valores																			
He formulado 2 objetivos que cumplen con el criterio SMART																			
He descrito a todos los públicos con los que está relacionado BLife																			

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)																	
		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 70%;">He completado todos los datos solicitados para realizar la auditoría digital de BLife</td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>He cuidado la sintaxis, ortografía y signos de puntuación</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Mi archivo está en formato PDF</td> <td></td> <td></td> </tr> </table> <p>La rúbrica para esta actividad es:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 70%;">CRITERIO</th> <th style="width: 30%;">ESCALA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Plan de relaciones públicas El documento tiene la forma de un plan de relaciones públicas. Contiene todos los puntos solicitados, con las consideraciones de en las instrucciones.</td> <td style="text-align: center;">1 a 7 puntos</td> </tr> <tr> <td>Sintaxis, ortografía, signos de puntuación Se ha cuidado que las frases sean claras, tengan concordancia de género y número, así como la ortografía y signos de puntuación.</td> <td style="text-align: center;">1 a 3 puntos</td> </tr> <tr> <td style="text-align: right;">Total</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	He completado todos los datos solicitados para realizar la auditoría digital de BLife			He cuidado la sintaxis, ortografía y signos de puntuación			Mi archivo está en formato PDF			CRITERIO	ESCALA	Plan de relaciones públicas El documento tiene la forma de un plan de relaciones públicas. Contiene todos los puntos solicitados, con las consideraciones de en las instrucciones.	1 a 7 puntos	Sintaxis, ortografía, signos de puntuación Se ha cuidado que las frases sean claras, tengan concordancia de género y número, así como la ortografía y signos de puntuación.	1 a 3 puntos	Total			
He completado todos los datos solicitados para realizar la auditoría digital de BLife																					
He cuidado la sintaxis, ortografía y signos de puntuación																					
Mi archivo está en formato PDF																					
CRITERIO	ESCALA																				
Plan de relaciones públicas El documento tiene la forma de un plan de relaciones públicas. Contiene todos los puntos solicitados, con las consideraciones de en las instrucciones.	1 a 7 puntos																				
Sintaxis, ortografía, signos de puntuación Se ha cuidado que las frases sean claras, tengan concordancia de género y número, así como la ortografía y signos de puntuación.	1 a 3 puntos																				
Total																					
UNIDAD 12 Plan de precios	Actividad complementaria 1	<p>Estrategias de fijación de precios para BLife.</p> <p>Esta actividad te ayudará a comprender cómo las empresas utilizan estrategias de fijación de precios para posicionar sus productos en el mercado y cómo factores como la competencia y la propuesta de valor influyen en estas decisiones.</p> <p>Indicaciones:</p> <p>Imagina que eres el encargado/a de realizar el análisis detallado de las estrategias de fijación de precios de la línea de suplementos alimenticios de BLife y sus</p>	Plan de Mercadotecnia , Apuntes (disponible en plataforma). Plan de Mercadotecnia	6 pts																	

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)						
		<p>principales competidores en el mercado. Utiliza el siguiente cuadro comparativo para comparar las estrategias de precios y considera diversos factores.</p> <ol style="list-style-type: none"> Entra a https://blife.mx/collections/vitaminas-y-suplementos y localiza la siguiente presentación: Vitamina A (A Blend). Considera 4 de sus competidores en el mercado para esta presentación de vitaminas. Completa cada casilla del cuadro comparativo que aparece a continuación, proporcionando información específica. Investiga sobre las estrategias de precios de cada empresa competidora, incluyendo factores como descuentos, ofertas, políticas de descuentos y la razón detrás de sus precios. Considera la posición de mercado, la percepción de la marca, la calidad del producto y otros elementos relevantes para la fijación de precios. Reflexiona sobre la razón detrás de cada estrategia de precios identificando si se centra en la competencia, la percepción de valor o la diferenciación del producto. La mejor oferta de acuerdo a tu criterio y análisis, deberás ponerla en la primera opción del cuadro comparativo (columna 5). Añade un párrafo de reflexión de la importancia de realizar este tipo de análisis de precios y la forma en que ayuda a realizar un plan de precios. <p>Cuadro comparativo de precios de la Vitamina C de BLife y competidores.</p> <table border="1" data-bbox="579 1198 1549 1292"> <thead> <tr> <th data-bbox="579 1198 716 1292">Empresa / Producto</th> <th data-bbox="716 1198 932 1292">Estrategia de Fijación de Precios</th> <th data-bbox="932 1198 1064 1292">Precio Actual</th> <th data-bbox="1064 1198 1226 1292">Descuentos / Ofertas</th> <th data-bbox="1226 1198 1388 1292">Política de Descuentos</th> <th data-bbox="1388 1198 1549 1292">Razón de Precio</th> </tr> </thead> </table>	Empresa / Producto	Estrategia de Fijación de Precios	Precio Actual	Descuentos / Ofertas	Política de Descuentos	Razón de Precio	, FCA Publishing	
Empresa / Producto	Estrategia de Fijación de Precios	Precio Actual	Descuentos / Ofertas	Política de Descuentos	Razón de Precio					

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción					Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		BLife Vitamina C	_____	\$ _____	_____	_____	_____	
		Competidor 1	_____	\$ _____	_____	_____	_____	
		Competidor 2	_____	\$ _____	_____	_____	_____	
		Competidor 3	_____	\$ _____	_____	_____	_____	
		Competidor 4	_____	\$ _____	_____	_____	_____	
		<p>Elabora esta actividad en Word, guarda con formato PDF y sube el archivo en la plataforma del SUAYED, utiliza la nomenclatura U12_A8_ Nombre - Apellido</p> <p>NOTAS IMPORTANTES.</p>						

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)																															
		<p>h. Tu archivo debe tener una carátula que incluya tu nombre.</p> <p>i. En caso de que los competidores no tengan la presentación de la Vitamina C de BLife con la misma cantidad de cápsulas y/o dosis, elige la opción más cercana posible.</p> <p>j. Incluye al final de tu documento las referencias.</p> <p>k. Antes de subir tu archivo a plataforma, revisa la siguiente Lista de Cotejo.</p> <table border="1" data-bbox="583 509 1551 902"> <thead> <tr> <th>CRITERIO</th> <th>SI</th> <th>NO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Carátula con nombre completo</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Todas las casillas del cuadro comparativo tienen la información solicitada</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tiene mi reflexión sobre la importancia de analizar las estrategias de precio</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Incluye las referencias consultadas</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>He cuidado la sintaxis, ortografía y signos de puntuación</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Mi archivo está en formato PDF</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>La rúbrica para esta actividad es:</p> <table border="1" data-bbox="583 998 1551 1429"> <thead> <tr> <th>CRITERIO</th> <th>ESCALA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Cuadro comparativo</td> <td>1 a 7 puntos</td> </tr> <tr> <td>El cuadro comparativo tiene todas las casillas con la información requerida de forma clara y concisa. El párrafo presenta claramente mi reflexión sobre la importancia de la fijación de precios.</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Sintaxis, ortografía, signos de puntuación</td> <td>1 a 3 puntos</td> </tr> <tr> <td>Se ha cuidado que las frases sean claras, tengan concordancia de género y número, así como la ortografía y signos de puntuación.</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	CRITERIO	SI	NO	Carátula con nombre completo			Todas las casillas del cuadro comparativo tienen la información solicitada			Tiene mi reflexión sobre la importancia de analizar las estrategias de precio			Incluye las referencias consultadas			He cuidado la sintaxis, ortografía y signos de puntuación			Mi archivo está en formato PDF			CRITERIO	ESCALA	Cuadro comparativo	1 a 7 puntos	El cuadro comparativo tiene todas las casillas con la información requerida de forma clara y concisa. El párrafo presenta claramente mi reflexión sobre la importancia de la fijación de precios.		Sintaxis, ortografía, signos de puntuación	1 a 3 puntos	Se ha cuidado que las frases sean claras, tengan concordancia de género y número, así como la ortografía y signos de puntuación.			
CRITERIO	SI	NO																																	
Carátula con nombre completo																																			
Todas las casillas del cuadro comparativo tienen la información solicitada																																			
Tiene mi reflexión sobre la importancia de analizar las estrategias de precio																																			
Incluye las referencias consultadas																																			
He cuidado la sintaxis, ortografía y signos de puntuación																																			
Mi archivo está en formato PDF																																			
CRITERIO	ESCALA																																		
Cuadro comparativo	1 a 7 puntos																																		
El cuadro comparativo tiene todas las casillas con la información requerida de forma clara y concisa. El párrafo presenta claramente mi reflexión sobre la importancia de la fijación de precios.																																			
Sintaxis, ortografía, signos de puntuación	1 a 3 puntos																																		
Se ha cuidado que las frases sean claras, tengan concordancia de género y número, así como la ortografía y signos de puntuación.																																			

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		Total		
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, 3, 4	10
2do.	5, 6, 7, 8	10
3ro.	9. 10. 11. 12	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	65 %
Actividades colaborativas	5 %
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
7.55 a 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
	Rosaura Arteaga Rojas	rarteaga@docencia.fca.unam.mx
	Tania Muñoz Pérez	tany.munoz@hotmail.com

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

Paulo Freire