

PLAN DE TRABAJO :: MODALIDAD ABIERTA ::

DATOS DE LA ASIGNATURA

Licenciaturas en que se imparte:	Lic. Administración 5° semestre		
Nombre:	PLAN DE MERCADOTECNIA		
Clave(s):	1526		
Tipo:	Obligatoria		
Plan de Estudios:	2012 (actualizado al 2016)		

FECHAS DEL SEMESTRE

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

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

OBJETIVO GENERAL

El alumno será capaz de dirigir y/o desarrollar los diversos planes de tipo comercial en las organizaciones de diferente tipo.

CONTENIDO TEMATICO

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

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

12	Plan de precios	6
	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.**

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

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 ALUMNADO 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.

Es tu derecho y obligación el preguntar a tu asesor todas aquellas dudas e inquietudes que se vayan presentando durante el curso.

Para aprobar esta asignatura deberás realizar lo siguiente:

1. **Leer detenidamente el plan de trabajo** de la asignatura, así como los **criterios que seguirá el asesor para evaluar** cada actividad en el sistema de evaluación.
2. Una vez hecha esta revisión, es importante que **desarrolles las diferentes actividades** programadas para cada unidad, las cuales presentarás **en orden secuencial** para que lleves un correcto proceso de enseñanza.
3. Al inicio del documento en donde se presente la actividad se deberá incluir la siguiente leyenda: ***“Esta actividad es de mi autoría y no fue copiada de internet”***.
4. Los alumnos que presenten **actividades extraídas de internet** o información de **Blogs y páginas web** que contengan trabajos escolares de esta o cualquier otra institución, **automáticamente se invalidarán**.

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

5. Las actividades que se detecte que **copiaron y pegaron información** de apuntes y/o libros digitales **sin que se cite y se haga un análisis y redacción propia** de éste, **se invalidarán y las autoridades correspondientes decidirán cuál será la sanción** por haber cometido **plagio**.
6. En el caso de los **foros** se espera una **participación colectiva** por lo que es importante que realices réplicas a tus compañeros y tus comentarios enriquezcan la aportación del compañero.
7. Las actividades con **errores de ortografía y sintaxis** se evaluarán con un **punto menos**.
8. Las actividades asignadas deberán realizarse de forma individual y en caso de **haber trabajos iguales se anularán su entrega** y la calificación que se asigne será cero.
9. Una vez que hayas entregado las actividades de cada unidad se recomienda **leer la retroalimentación del asesor para mejorar la entrega de tus trabajos posteriores**.
10. Deberán revisar los **mensajes del foro general** a través de los cuales se proporcionará información o lecturas adicionales a las contenidas en la plataforma.
11. **Todas las actividades** deberán ser adjuntadas o subidas a la sección de tareas de la plataforma y **elaborarse con las siguientes características:**
 - Carátula o encabezado con: Nombre completo, Número y nombre de unidad, Número de actividad y Grupo
 - La elaboración de los trabajos académicos solicitados, implican construcciones analíticas y argumentadas
 - Tipografía Arial 12
 - Interlineado 1.5
 - Justificadoen textos de Word
- Para presentaciones Power point el tamaño de letra será mínimo 22
- Documentos y presentaciones con número de página.
- **Los archivos se guardarán** con las abreviaciones del número de unidad y actividad y su nombre iniciando con apellidos.
 - **Ejemplo:** si Luisa Morales Estrada enviara la Actividad 1 de la Unidad 3, guardará su archivo de la siguiente manera:
U3A1_Morales Estrada Luisa.

12. Las actividades deberán presentarse para ser consideradas y calificadas **oportunamente antes de presentar los exámenes parciales de las unidades que correspondan a dicho parcial.**

Recuerda que **una investigación** requiere **consultar más de dos fuentes y contrastar información**, esto quiere decir, que cada **tópico/tema debes buscarlo en al menos 3 fuentes confiables** (libros, revistas, artículos científicos y académicos) para cerciorarte que lo que encuentres primero es correcto y también te sirve para complementar la información. Además, se debe hacer la cita de las fuentes consultadas al final de cada documento en formato APA, ya que, si no lo haces incurres en plagio.

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 .

El uso de la inteligencia artificial para la elaboración de actividades quedará a consideración del profesor, pero también deberán ser citadas en los trabajos.

Para la entrega extemporánea de actividades tendrás una semana más con una calificación máxima de 8.0

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	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
Unidad 1 Conceptos básicos de planeación estratégica	Actividad 1	<p>En esta actividad deberás combinar los conocimientos que has adquirido previamente en administración y mercadotecnia para realizar la siguiente actividad haz lo siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Revisa los videos adjuntos que hablan de lo que es la planeación estratégica en las organizaciones, la importancia que tiene dentro de las mismas. 2. ¿define lo que es la planeación estratégica? 3. La importancia en las organizaciones 4. Investiga 10 conceptos, variables, métodos o herramientas que hayas captado dentro de los videos que entiendas son significativos e importantes para conocer y entender de la planeación estratégica. <p>Videos youtube https://youtu.be/3GLPdI2dkvl?si=mCpj2kCAfZHDc8QD https://youtu.be/UCFaXHPqynI?si=wKATQ9gOtAEMGmn https://youtu.be/Kqp7Z4jiThw?si=er6-rrLjr8_mawks</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>Bibliografía</p> <p>David, F. (2003). <i>Conceptos de Administración Estratégica</i>. 9ª ed., México: Pearson</p> <p>Prentice Hall.</p> <p>Plan de Mercadotecnia,</p> <p>Apuntes (disponible en plataforma).</p> <p>Plan de Mercadotecnia, FCA Publishing</p>	5 pts

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

	Actividad 2 (colaborativa)		Foro de discusión	4 pts
Unidad 2 Modelo de negocio	Actividad 1	<p>Elige qué conceptos, herramientas, variables o métodos (Máximo 2) desarrollados en tú investigación que tienen mayor peso e importancia con base en tus conocimientos y en un foro exponlos y explica ¿Por qué los elegiste?</p> <p>En esta actividad realizaras un cuadro comparativo de modelo de negocio de la empresa PETCO y un negocio de tú localidad de venta de artículos y comida para animales respondiendo a las variables que abajo se detallan:</p> <p>Realiza lo siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Entra a los siguientes videos: https://youtu.be/OnvW8vbM02U?si=EH62oRmqd73f5E08 2. Entra a www.petco.com.mx 3. Visita todo el sitio Web e identifica la información que necesitas.. 4. Visita un negocio de venta de artículos y comida para mascotas pon el nombre del negocio que elegiste y su ubicación. 5. Define lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> ● ¿Qué propuesta de valor tiene cada uno? (PETCO y el negocio local) ● ¿A qué segmento de clientes se dirige cada modelo? ● ¿Cuáles son los canales de distribución utilizados por cada uno? ● ¿Qué tipo de relación establece con los clientes? ● ¿Cuáles son sus recursos clave físicos, humanos o intelectuales? ● ¿Qué ventaja competitiva tiene cada modelo? 	<p>Plan de Mercadotecnia,</p> <p>Apuntes (disponible en plataforma).</p> <p>Plan de Mercadotecnia, FCA</p> <p>Publishing</p>	6 pts

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

		<ul style="list-style-type: none"> ● Como conclusión define la escalabilidad que tiene cada negocio, los principales riesgos de cada modelo y su impacto social y ambiental. <p>Elabora esta actividad en Word, guarda con formato PDF y sube el archivo en la plataforma del SUAYED, utiliza la nomenclatura U2_A1_ Nombre – Apellido</p>		
<p>Unidad 3</p> <p>Plan de mercadotecnia</p>	<p>Actividad 1</p>	<p>Plan de mercadotecnia</p> <p>Elabora un plan de mercadotecnia con productos PETCO con alimentos para perros y gatos con un negocio propio en tú localidad desarrollando los siguientes puntos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Análisis FODA 2. Definición de objetivos con el método SMART 3. Identificación de público objetivo (Detallado) 4. Desarrolla de estrategias de marketing <ul style="list-style-type: none"> ● 2 de Posicionamiento (percepción de los consumidores) ● 2 de producto ● 2 de precio ● 2 de plaza ● 2 de promoción <p>Elabora esta actividad en Word, guarda con formato PDF y sube el archivo en la plataforma del SUAYED, utiliza la nomenclatura U3_A1_ Nombre – Apellido</p>	<p>Parmerlee, D. (2002). Como preparar un plan de marketing. México: Gestión 2000.</p> <p>Plan de Mercadotecnia, Apuntes (disponible en plataforma).</p> <p>Plan de Mercadotecnia, FCA Publishing</p>	<p>6 pts</p>

<p>Unidad 4 Entorno del plan de mercadotecnia</p>	<p>Actividad 1</p>	<p>Entorno del plan de mercadotecnia</p> <p>Elabora un documento y un cuadro comparativo en dónde expliques los siguientes puntos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué es el entorno de un plan de mercadotecnia? ¿Por qué es importante entender el entorno? ¿Qué elementos o variables componen el entorno? Estos se dividen en microentorno (cercaos) y macroentorno (que son más amplios). 2. Elabora un cuadro comparativo de tú emprendimiento ficticio del Local de alimentos para perros y gatos Vs PETCO en el que compares como les afectan las variables micro y macro en su entorno a cada uno. <p>Elabora esta actividad en Word, guarda con formato PDF y sube el archivo en la plataforma del SUAYED, utiliza la nomenclatura U4_A1_ Nombre – Apellido</p>	<p>Kotler, P. (2001). Dirección de Marketing (La edición del milenio). 10ª ed., México: Pearson Prentice Hall.</p> <p>8. Kotler, P., y G. Armstrong. (2003). Fundamentos de Marketing. 6ª ed., México: Pearson Prentice Hall.</p> <p>Kotler, P., y G. Armstrong. (2001). Marketing. 8ª ed., México: Pearson Prentice Hall.</p> <p>Plan de Mercadotecnia, Apuntes (disponible en plataforma).</p>	
---	---------------------------	--	--	--

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

			Plan de Mercadotecni a, FCA Publishing	
--	--	--	---	--

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

<p>Unidad 5</p> <p>Pronósticos y presupuesto (SPSS, Project Manager, Excel)</p>	<p>Actividad 1</p>	<p>Pronósticos y presupuestos (SPSS, Project Manager, Excel)</p> <p>En esta actividad deberás elaborar un documento en donde expliques ¿qué es un pronóstico? ¿qué es un presupuesto?, ¿cuáles son sus similitudes y diferencias? Define al sistema SPSS, el sistema Project Manager y la herramienta excel explicando como ayudan estas tres herramientas en la elaboración de pronósticos y presupuestos a la mercadotecnia.</p> <p>Te invito a elaborar el siguiente presupuesto personal para involucrarte en estas herramientas en excel que dan pie a entender un presupuesto corporativo desde tú mismo ejemplo del mismo modo puedes pronosticar tus posibles ingresos para cubrir tus gastos dentro del presupuesto.</p> <p>Ejemplo Presupuesto Personal. xlsx</p>	<p>Plan de Mercadotecnia, Apuntes (disponible en plataforma).</p> <p>Plan de Mercadotecnia, FCA Publishing</p>	<p>6 pts</p>
<p>Unidad 6</p> <p>Plan de</p>	<p>Actividad 1</p>	<p>Plan de producto: Análisis de producto existente de PETCO.</p> <p>Elabora el siguiente análisis abarcando los siguientes puntos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ingresa a la página de: www.petco.com.mx 2. Selecciona un producto específico de petco (alimento para perros) 3. Análisis FODA: Realizarás un análisis FODA detallando el producto, considerando sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en el mercado. 4. Análisis de la competencia: Investigarás los principales competidores del producto seleccionando y analizando sus características, precios y estrategias de marketing 	<p>Plan de Mercadotecnia, Apuntes (disponible en plataforma).</p> <p>Plan de Mercadotecnia, FCA Publishing</p>	<p>6 pts</p>

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

producto		<p>5. Propuesta de mejora: Basándose en el análisis realizado deberás proponer al menos 3 mejoras al producto o nuevas características que podrían agregar valor para los clientes.</p> <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>		
Unidad 7 Plan de distribución	Actividad 1	<p>Plan de distribución para Royal Canin Alimento Seco para Cachorro (raza pequeña)</p> <p>Elabora el Plan de Distribución que contenga lo siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Selección del Producto: Ingresa a: https://www.petco.com.mx/petco/en/ <ul style="list-style-type: none"> • Elige un producto Petco de la siguiente categoría: Royal Canin Alimento Seco para Cachorro (raza pequeña). 2. Menciona 2 objetivos de distribución. 3. Análisis del Mercado: <ul style="list-style-type: none"> • Identifica el mercado objetivo y sus necesidades de compra (por ejemplo, clientes que prefieren compras en línea vs. tienda física). 4. Descripción de los canales de distribución: <ul style="list-style-type: none"> • Investiga y selecciona canales (tiendas Petco, Amazon, sitio web de Petco, alianzas, etc). • Define si incluye solo venta en línea, venta en tiendas físicas, o una combinación de ambas. 5. Logística y Almacenamiento: <ul style="list-style-type: none"> • Describe cómo planifica la distribución en función del inventario. 	Plan de Mercadotecnia, Apuntes (disponible en plataforma). Plan de Mercadotecnia, FCA Publishing.	6 pts

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

- Indica cómo garantizarán la disponibilidad del producto en las tiendas y en línea.
6. **Promoción de Distribución:**
- Desarrolla una estrategia de marketing de distribución (por ejemplo, promociones en línea, incentivos para compra en tienda).
7. **Plan de Evaluación:**
- Define KPIs para medir el éxito de la distribución (tiempo de entrega, satisfacción del cliente, ventas por canal).

Elabora esta actividad en Word, **guarda con formato PDF** y sube el archivo en la plataforma del SUAYED, utiliza la nomenclatura U1_A7_ Nombre - Apellido

NOTAS IMPORTANTES.

- a. Evita presentar tu documento como si estuvieras resolviendo un cuestionario. NO INCLUIR LAS INSTRUCCIONES, DEBE TENER LA FORMA DE UN PLAN DE DISTRIBUCIÓN.
- b. Tu archivo debe tener una carátula que incluya tu nombre.
- c. Los objetivos deben cumplir con el criterio SMART.
- d. En la descripción de los canales de distribución puedes usar imágenes y/o esquemas, gráficas.
- e. Antes de subir tu archivo a plataforma, revisa la siguiente **Lista de Cotejo**.

CRITERIO	SI	NO
Carátula con nombre completo		
He formulado 2 objetivos de distribución que cumplen con el criterio SMART		
He descrito los canales de distribución		
He formulado las estrategias de distribución		

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

		He cuidado la sintaxis, ortografía y signos de puntuación Mi archivo está en formato PDF										
		La rúbrica para esta actividad es:										
		<table border="1"> <thead> <tr> <th>CRITERIO</th> <th>ESCALA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> 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>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>1 a 3 puntos</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	CRITERIO	ESCALA	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			
CRITERIO	ESCALA											
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	Actividad 1	Plan de promoción de ventas para Transportadora para Perro o Gato, Grande Elabora el Plan de promoción de ventas que contenga lo siguiente: <ol style="list-style-type: none"> Selección del Producto: Ingresa a: https://www.petco.com.mx/petco/en/ Elige un producto Petco de la siguiente categoría: Transportadora Rígida Clásica para Perro o Gato, Grande. Menciona 2 objetivos de promoción de ventas hacia el consumidor. Análisis de la promoción de venta de los competidores. Selección de 3 herramientas de promoción de ventas hacia el consumidor (1 para aplicar en redes sociales). Elaboración del programa de actividades de la promoción de ventas. Cronograma. 	Plan de Mercadotecnia, Apuntes (disponible en plataforma). Plan de Mercadotecnia, FCA Publishing.	7 pts								

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

<p>de ventas (Redes sociales)</p>		<p>8. Presupuesto de promoción de ventas hacia el consumidor.</p> <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> <p>NOTAS IMPORTANTES.</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Evita presentar tu documento como si estuvieras resolviendo un cuestionario. NO INCLUIR LAS INSTRUCCIONES, DEBE TNER LA FORMA DE UN PLAN DE PROMOCIÓN DE VENTAS. b. Tu archivo debe tener una carátula que incluya tu nombre. c. Los objetivos deberán cumplir el criterio SMART. d. Con los competidores previamente identificados en la unidad 6, identifica el tipo de promoción de ventas que usan de forma que Petco pueda prever las probables respuestas hacia la promoción de ventas que se llevará a cabo. e. Dos de las herramientas de promoción de ventas propuestas se llevarán a forma de forma física (muestra gratis, por ejemplo) y una se aplicará en redes sociales. f. Para cada una de las herramientas de promoción de ventas propuesta, elabora la lista de actividades que deben llevarse a cabo para implementar la promoción de ventas. Esta lista te servirá para elaborar el cronograma. g. Elabora el cronograma. Puedes usar Diagrama de Gantt u otro similar. h. 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. Ejemplo: 		
--	--	--	--	--

HERRAMIENTA DE PROMOCIÓN DE VENTAS	PONDERACIÓN, %
Oferta complementaria	40
Muestras gratis	20
Cupón en línea	40

i. Antes de subir tu archivo a plataforma, revisa la siguiente **Lista de Cotejo**.

CRITERIO	SI	NO
Carátula con nombre completo		
He formulado 2 objetivos que cumplen con el criterio SMART		
He analizado el tipo de promociones de ventas que usan los competidores		
He propuesto 3 herramientas de promoción de ventas hacia el consumidor y una de ellas está enfocada a redes sociales		
He elaborado el programa de actividades para cada una de las 3 herramientas de promoción de ventas propuestas		
He elaborado el cronograma, considerando el programa de actividades descrito previamente		
El presupuesto muestra las herramientas de promoción de ventas y su correspondiente ponderación, junto con un párrafo explicativo		
He cuidado la sintaxis, ortografía y signos de puntuación		
Mi archivo está en formato PDF		

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

		<p>La rúbrica para esta actividad es:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>CRITERIO</th> <th>ESCALA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Plan de promoción de ventas</td> <td>1 a 7 puntos</td> </tr> <tr> <td>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></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> <tr> <td>Total</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	CRITERIO	ESCALA	Plan de promoción de ventas	1 a 7 puntos	El documento tiene la forma de un plan de promoción de ventas. Contiene todos los puntos solicitados, con las consideraciones de en las instrucciones.		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.		Total			
CRITERIO	ESCALA															
Plan de promoción de ventas	1 a 7 puntos															
El documento tiene la forma de un plan de promoción de ventas. Contiene todos los puntos solicitados, con las consideraciones de en las instrucciones.																
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.																
Total																
<p>Unidad 9 Plan de publicidad</p>	<p>Actividad 1</p>	<p>Plan de publicidad para Cama Rectangular para perro.</p> <p>Elabora el Plan de publicidad que contenga lo siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> Selección del Producto: Ingresa a: https://www.petco.com.mx/petco/en/ <ul style="list-style-type: none"> Elige un producto Petco de la siguiente categoría: Cama Rectangular para perro Menciona 2 objetivos de publicidad. Identificación de las estrategias publicitarias de la competencia. Análisis de los medios de comunicación, incluidas redes sociales que usa Petco. Diseño de un banner para redes sociales (Facebook). Cronograma. Presupuesto de publicidad. <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>	<p>Plan de Mercadotecnia, Apuntes (disponible en plataforma).</p> <p>Plan de Mercadotecnia, FCA Publishing.</p>	<p>7 pts</p>												

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

(Redes sociales)

- a. Evita presentar tu documento como si estuvieras resolviendo un cuestionario. NO INCLUIR LAS INSTRUCCIONES, DEBE TENER LA FORMA DE UN PLAN DE PUBLICIDAD.
- b. Tu archivo debe tener una carátula que incluya tu nombre.
- c. Los objetivos deberán cumplir el criterio SMART.
- d. Analiza los medios de comunicación, incluidas redes sociales, que usan los competidores de Petco para que sea efectiva en la publicidad.
- e. Identifica los medios de comunicación, incluidas redes sociales, que usa Petco para anunciar sus líneas de productos y en una tabla indica cuáles son las características relevantes de cada uno de los medios usados. Puedes incluir imágenes como evidencia. NO DESCRIBAS LAS VENTAJAS/DESVENTAJAS de usar TV, radio u otro medio para anunciar la marca.
- f. En las redes sociales oficiales de Petco encontrarás posts y diseñarás tu propuesta para Petco. Puedes usar plantillas disponibles en Canva u otro sitio similar.
- g. Elabora el cronograma. En él debes mostrar en qué meses aparecerá la publicidad para este producto, incluidas redes sociales. Puedes usar Diagrama de Gantt u otro similar.
- h. 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. Ejemplo:

MEDIO DE COMUNICACIÓN	PONDERACIÓN, %
TV	40
Radio	10
Revistas	10
Redes sociales	40

i. Antes de subir tu archivo a plataforma, revisa la siguiente **Lista de Cotejo**.

CRITERIO	SI	NO
Carátula con nombre completo		

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

		<p>He formulado 2 objetivos que cumplen con el criterio SMART</p> <p>He identificado los medios de comunicación, incluidas redes sociales, que usan los competidores</p> <p>He realizado el análisis de los medios de comunicación, incluidas redes sociales, que usa Petco para anunciarse</p> <p>He diseñado un banner para Petco, para Facebook</p> <p>He elaborado el cronograma</p> <p>El presupuesto muestra los medios de comunicación y su correspondiente ponderación, junto con un párrafo explicativo</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"> <thead> <tr> <th>CRITERIO</th> <th>ESCALA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Plan de publicidad</td> <td>1 a 7 puntos</td> </tr> <tr> <td>El documento tiene la forma de un plan de publicidad. Contiene todos los puntos solicitados, con las consideraciones de en las instrucciones.</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> <tr> <td>Total</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	CRITERIO	ESCALA	Plan de publicidad	1 a 7 puntos	El documento tiene la forma de un plan de publicidad. Contiene todos los puntos solicitados, con las consideraciones de en las instrucciones.		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.		Total			
CRITERIO	ESCALA															
Plan de publicidad	1 a 7 puntos															
El documento tiene la forma de un plan de publicidad. Contiene todos los puntos solicitados, con las consideraciones de en las instrucciones.																
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.																
Total																
	Actividad 1	<p>Plan de ventas Creación de un Video Promocional Navideño de un producto específico de Petco para TikTok</p> <p>Elabora el Plan de ventas que contenga lo siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> Selección del Producto: Ingresar a: https://www.petco.com.mx/petco/en/ <ul style="list-style-type: none"> Elige un producto de Petco (por ejemplo, ropa navideña para mascotas, juguetes o camas temáticas). Crea un video corto y creativo para promocionar un producto específico de Petco en la temporada navideña, pensado para la audiencia de TikTok. 	Plan de Mercadotecnia, Apuntes (disponible en plataforma).	5 pts												
			Plan de Mercadotecnia, FCA Publishing.													

<p>Unidad 10</p> <p>Plan de ventas</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Guión del Video: <ul style="list-style-type: none"> ○ Describe el uso del producto y su valor en esta temporada. ○ Incluye una escena que muestre cómo la mascota disfruta el producto. • Elementos Navideños: Añade música festiva, efectos y filtros que reflejen la temporada navideña. Utiliza hashtags como #NavidadPetco o #RegalosParaMascotas. • Duración y Formato: Mantén el video entre 15 y 30 segundos para captar la atención. • Subida y Promoción: Imagina un título atractivo y una breve descripción para acompañar el video en TikTok. <ol style="list-style-type: none"> 3. Entra al foro de discusión. 4. Sube tu video 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 video. 5. Comenta uno de los videos. Recuerda que debes ser respetuoso con tus compañeros. 6. TENDRÁS CALIFICACIÓN SI CUMPLES CON ESTOS REQUISITOS: VIDEO + COMENTARIO, en caso contrario será evaluada con CERO. <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>a. Antes de subir tu archivo a plataforma, revisa la siguiente Lista de Cotejo.</p> <table border="1" data-bbox="663 1271 1476 1401"> <thead> <tr> <th>CRITERIO</th> <th>SI</th> <th>NO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Video corto y creativo</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Guión del Video</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	CRITERIO	SI	NO	Video corto y creativo			Guión del Video				
CRITERIO	SI	NO											
Video corto y creativo													
Guión del Video													

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

		<table border="1"> <tr><td>Elementos Navideños</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Duración y Formato</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Subida y Promoción en FORO</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Comenta uno de los videos</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> </table> <p>La rúbrica para esta actividad es:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>CRITERIO</th> <th>ESCALA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Entrega de video promocional</td> <td>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>1 a 3 puntos</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Elementos Navideños			Duración y Formato			Subida y Promoción en FORO			Comenta uno de los videos			He cuidado la sintaxis, ortografía y signos de puntuación			Mi archivo está en formato PDF			CRITERIO	ESCALA	Entrega de video promocional	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			
Elementos Navideños																														
Duración y Formato																														
Subida y Promoción en FORO																														
Comenta uno de los videos																														
He cuidado la sintaxis, ortografía y signos de puntuación																														
Mi archivo está en formato PDF																														
CRITERIO	ESCALA																													
Entrega de video promocional	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																														
	Actividad colaborativa	<p>Plan de relaciones públicas para artículos de viaje para mascota de Petco.</p> <p>Elabora el Plan de relaciones públicas que contenga lo siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> Selección del Producto: Ingresa a: https://www.petco.com.mx/petco/en/ <ul style="list-style-type: none"> Elige un producto Petco de la siguiente categoría: Artículos de viaje para mascota de Petco. 2 objetivos de relaciones públicas. Descripción de públicos de Petco. Auditoría digital de Petco. 	<p>Plan de Mercadotecnia, Apuntes (disponible en plataforma).</p> <p>Plan de Mercadotecnia, FCA Publishing.</p>	6 pts																										
		<table border="1"> <thead> <tr> <th>RED SOCIAL</th> <th># Suscriptores/Seguidores</th> <th>TIPO DE INTERACCIÓN</th> <th>COMENTARIOS GENERALES</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	RED SOCIAL	# Suscriptores/Seguidores	TIPO DE INTERACCIÓN	COMENTARIOS GENERALES																								
RED SOCIAL	# Suscriptores/Seguidores	TIPO DE INTERACCIÓN	COMENTARIOS GENERALES																											

Unidad 11 Plan de relaciones públicas			ENTRE LOS USUARIOS	
	Facebook			
	Twitter			
	YouTube			
<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> <ol style="list-style-type: none"> a. Evita presentar tu documento como si estuvieras resolviendo un cuestionario. NO INCLUIR LAS INSTRUCCIONES, DEBE TENER LA FORMA DE UN PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS. b. Tu archivo debe tener una carátula que incluya tu nombre. c. Los objetivos deberán cumplir el criterio SMART. d. Para descripción de públicos debes considerar la mayor cantidad de públicos que tienen relación con la empresa. e. 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. Añade 2 o tres párrafos que describan tus principales hallazgos de la auditoría y si sugieres que Petco use Instagram y TikTok para llegar al mercado meta. f. Antes de subir tu archivo a plataforma, revisa la siguiente Lista de Cotejo. 				

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

		CRITERIO	SI	NO		
		Carátula con nombre completo				
		He formulado 2 objetivos que cumplen con el criterio SMART				
		He descrito a todos los públicos con los que está relacionado Petco				
		He completado todos los datos solicitados para realizar la auditoría digital de Petco				
		He cuidado la sintaxis, ortografía y signos de puntuación				
		Mi archivo está en formato PDF				
		La rúbrica para esta actividad es:				
		CRITERIO	ESCALA			
		Plan de relaciones públicas	1 a 7 puntos			
		El documento tiene la forma de un plan de relaciones públicas. Contiene todos los puntos solicitados, con las consideraciones de en las instrucciones.				
		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.				
		Total				
Actividad 1	<p>Estrategias de fijación de precios para Petco Royal Canin Alimento Húmedo Perro (lata) Todas Razas, Receta Pollo</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>Plan de Mercadotecnia, Apuntes (disponible en plataforma).</p> <p>Plan de Mercadotecnia, FCA Publishing.</p>				6 pts

<p>Unidad 12</p> <p>Plan de precios</p>		<p>Imagina que eres el encargado/a de realizar el análisis detallado de las estrategias de fijación de precios de la línea de Petco Royal Canin Alimento Húmedo Perro (lata) Todas Razas, Receta Pollo y sus principales competidores en el mercado. Utiliza el siguiente cuadro comparativo para comparar las estrategias de precios y considera diversos factores.</p> <p>Realiza lo siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Selección del Producto: Ingresa a: https://www.petco.com.mx/petco/en/ <ul style="list-style-type: none"> • Elige y localiza la siguiente presentación: Royal Canin Alimento Húmedo Perro (lata) Todas Razas, Receta Pollo . 2. Considera 4 de sus competidores en el mercado para esta presentación. 3. Completa cada casilla del cuadro comparativo que aparece a continuación, proporcionando información específica. 4. 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. 5. Considera la posición de mercado, la percepción de la marca, la calidad del producto y otros elementos relevantes para la fijación de precios. 6. 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. 7. 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 Royal Canin Alimento Húmedo Perro (lata) Todas Razas, Receta Pollo</p>		
---	--	--	--	--

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

Empresa / Producto	Estrategia de Fijación de Precios	Precio de Actual	Descuentos / Ofertas	Política de Descuentos	Razón de Precio
PETCO	_____	\$ _____	_____ (descuentos, promociones)	_____ (descuentos por volumen, programas de lealtad)	_____ (calidad, innovación, características únicas)
Competidor 1	_____	\$ _____	_____ (descuentos estacionales, paquetes)	_____ (precios competitivos)	_____ (relación calidad-precio, funciones avanzadas)
Competidor 2	_____	\$ _____	_____ (promociones especiales, regalos)	_____ (descuentos para clientes frecuentes)	_____ (valor agregado, exclusividad)
Competidor 3	_____	\$ _____	_____ (programas de recompra, accesorios gratuitos)	_____ (política de precios premium)	_____ (estatus de marca, diseño exclusivo)

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

Competidor 4	_____	\$ _____	_____ (descuentos de lanzamiento o, garantías extendidas)	_____ (ofertas bundle con otros productos)	_____ (tecnología de punta, experiencia del usuario)
---------------------	-------	----------	---	--	--

Elaborar esta actividad en Word, **guardar con formato PDF** y subir el archivo en la plataforma del SUAYED, utilizando la nomenclatura U12_ Nombre - Apellido

NOTAS IMPORTANTES.

- El archivo debe tener una carátula que incluya su nombre completo.
- En caso de que los competidores no tengan la presentación con la misma cantidad, elegir la opción más cercana posible.
- Incluya al final de su documento las referencias consultadas.
- Antes de subir su archivo a plataforma, revisar la siguiente **Lista de cotejo**.

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		

La **rúbrica** para esta actividad es:

CRITERIO	ESCALA
----------	--------

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

		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 analizar los precios de los competidores.			
		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.			
		Total			
				Ponderación total	70 pts

EXÁMENES

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

Para esta asignatura están programados de la siguiente manera:

- **Exámenes Parciales:**

Deberás entregar las actividades de aprendizaje de las unidades implicadas en cada parcial, **antes de que inicie el periodo de aplicación, si las entregas durante la aplicación del examen se consideran extemporáneas**. Es importante que te inscribas en cada periodo y cumplas con los lineamientos para su presentación.

NÚMERO	UNIDADES (que lo integran)	VALOR (núm. enteros)
1ro.	1, 2, 3, 4	10

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

2do.	5, 6, 7, 8	10
3ro.	9, 10,11, 12	10

- **Global. Examen único**

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

PORCENTAJES Y ESCALA DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

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

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

- **Escala de evaluación:**

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

FUNCIONES DEL ASESOR

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

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

DATOS DEL ASESOR O GRUPO DE ASESORES

Nombre	Correo electrónico
Tania Muñoz Perez	tany.munoz@hotmail.com
Jorge Meneses Antonio	jmeneses154@gmail.com

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