



PLAN DE TRABAJO

DATOS DE LA ASIGNATURA

Nombre:	Mercadotecnia
Clave(s):	1908
Tipo:	Obligatoria
Plan de Estudios:	Plan 2012

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:	

LICENCIATURAS EN QUE SE IMPARTE

1. Informática 5to. semestre

DATOS GENERALES

Objetivo general:

El alumno conocerá los sistemas informáticos que requiere el área de mercadotecnia, así como el sistema de apoyo de información organizacional para la toma de decisiones. El alumno comprenderá la importancia de contar con sistemas informáticos para la administración de datos para la toma de decisiones mercadológicas.

Contenido temático:

Tema		Teóricas	Prácticas
1	Importancia de la informática en la mercadotecnia	4	
2	Sistemas de información de gestión organizacional	4	
3	Conceptos fundamentales de mercadotecnia	12	
4	Sistemas de información de mercadotecnia (CRM)	12	
5	Sistema de apoyo a las decisiones (SAD)	12	
6	Herramientas de BI para la toma de decisiones	12	
7	La mercadotecnia y la internet	8	
Total		64	
Suma total de horas		64	

BIENVENIDA

Mi nombre es Carlos Alberto Rodas Arroyo y seré tu asesor en esta asignatura durante este semestre. Me encantaría poder ayudarte en tu proceso de aprendizaje y que alcances tus metas académicas.

En mis asesorías estaré disponible para resolver cualquier duda que tengas. No importa si es algo que no entiendes en el material de estudio, si tienes alguna dificultad con una tarea o si simplemente quieres conversar sobre la asignatura. Estoy aquí para ayudarte a aprender.

También revisaré tus cuestionarios y actividades de aprendizaje en la plataforma. Te enviaré un comentario a cada una de ellas a más tardar una semana después de la fecha de envío. Esto te ayudará a identificar tus áreas de oportunidad y a mejorar tu desempeño.

Para que puedas acreditar los exámenes parciales, es importante que los presentes una vez que hayas entregado las tareas correspondientes de esas unidades y consideres que estás preparado.

Estoy seguro de que, trabajando juntos, podremos tener un semestre muy productivo.

¡Que tengas un buen inicio de clases!

PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

1. Importancia de la asignatura

La mercadotecnia es una asignatura importante para el estudiante de informática porque le brinda los conocimientos y habilidades necesarias para:

- Comprender el comportamiento del consumidor y las necesidades del mercado.
- Desarrollar estrategias de marketing efectivas para llegar a los clientes objetivo.
- Administrar y gestionar los procesos de marketing.

Estos conocimientos y habilidades son esenciales para el éxito profesional en el campo de la informática, ya que cada vez más las empresas utilizan la tecnología para comercializar sus productos y servicios.

2. Aplicación del contenido en su actividad académica y laboral

El contenido de la asignatura de mercadotecnia puede aplicarse en la actividad académica y laboral del estudiante de informática de diversas maneras, por ejemplo:

En la investigación académica, el estudiante puede utilizar los conocimientos de mercadotecnia para analizar el mercado de un producto o servicio, identificar las necesidades de los clientes y desarrollar estrategias de marketing.

En proyectos de desarrollo de software, el estudiante puede utilizar los conocimientos de mercadotecnia para diseñar interfaces de usuario que sean atractivas y fáciles de usar, o para desarrollar campañas de marketing digital.

En su actividad laboral, el estudiante puede utilizar los conocimientos de mercadotecnia para trabajar en el departamento de marketing de una empresa, o para desarrollar su propia empresa.

3. Vinculación con otras áreas o asignaturas

La mercadotecnia se vincula con otras áreas o asignaturas de la informática, como:

Diseño de interfaces de usuario: El estudiante puede utilizar los conocimientos de mercadotecnia para diseñar interfaces que sean atractivas y fáciles de usar, lo que puede ayudar a mejorar la experiencia del usuario y aumentar las ventas.

Desarrollo web: El estudiante puede utilizar los conocimientos de mercadotecnia para desarrollar sitios web y aplicaciones móviles que sean efectivos para llegar a los clientes objetivo.

Inteligencia artificial: El estudiante puede utilizar los conocimientos de mercadotecnia para desarrollar modelos de inteligencia artificial que ayuden a las empresas a comprender mejor el comportamiento del consumidor y las necesidades del mercado.

En conclusión, la mercadotecnia es una asignatura importante para el estudiante de informática porque le brinda los conocimientos y habilidades necesarios para tener éxito en su carrera profesional.

FORMA EN QUE EL ALUMNO DEBE PREPARAR LA ASIGNATURA

En esta asignatura trabajaremos de manera semipresencial y en línea, es decir, podrás acudir a asesorías presenciales y a presentar los exámenes de la misma forma, pero también habrá asesoría vía correo electrónico y a través del foro. Si por alguna razón no puedes acudir y necesitas una asesoría urgente, puedes hacerlo a través de los medios establecidos.

En caso de ocurrir un cierre de actividades presenciales, se utilizarán herramientas de comunicación diversas para que no pierdas el contacto con tu asesor(a) a través de los medios oficiales de la Facultad de Contaduría y Administración.

Es necesario que los cuestionarios y las actividades de aprendizaje, los adjuntes en la plataforma antes de presentar el examen correspondiente, ya que, la plataforma estará abierta todo el tiempo para que puedas hacerlo en el momento que consideres conveniente, siempre y cuando no rebases la fecha límite de término del semestre: 16 **de junio de 2024 a las 23:00.**

Podrás ingresar a la plataforma educativa a través de la página:

<https://suayed.fca.unam.mx/abierta/login/index.php>

De preferencia acude con tu asesor en la primera semana del semestre a conversar sobre este documento o bien, directamente en la plataforma después de haberte dado de alta, para intercambiar puntos de vista o dudas sobre la manera de trabajar.

No dudes en asistir a la asesoría cuando te surjan dudas o quieras intercambiar puntos de vista (con tu asesor o con los compañeros de grupo); si no puedes hacerlo de forma presencial puedes hacerlo a través del correo electrónico o del foro, lo cual es muy útil en estos casos.

AL PRESENTAR ACTIVIDADES

En general:

- **Enviar todas las actividades correspondientes antes del periodo de cada examen parcial.**
- **No enviar actividades escaneadas o en partes.**
- **No enviar actividades incompletas.**
- **Hay que responder completamente los cuestionarios y los casos prácticos.**
- Enviar las actividades vía plataforma en PDF.
- Toda actividad o tarea debe ser de autoría propia. La IA solamente puede ser complemento del contenido y debe citarse apropiadamente.
- Solamente se pondrá "NP" (no presentado) si no se ha realizado y/o entregado ninguna actividad y/o no se hizo ningún examen parcial.
- Se calificará con cero si se recibe alguna actividad idéntica a la de un compañer@.

- El asesor se reserva el derecho de resolver cualquier situación que no esté prevista en estas instrucciones. Los estudiantes deben ponerse en contacto con el asesor para obtener más información.

Por favor, considera lo siguiente:

- a) Portada: Incluye una portada con tu nombre y las unidades.
- b) Contenido:
Evita copiar y pegar contenido de otras fuentes.
Sé concreto y preciso para responder únicamente lo que se está preguntando.
Incluye una bibliografía al final con las fuentes de información que hayas utilizado.
Si incluyes citas textuales, utiliza comillas e inmediatamente después los datos del autor y el año correspondiente.
- c) Internet:
Reduce el uso de "copia y pega" de internet, ya que puede incurrir en plagio.
- d) Fechas:
Consulta las fechas establecidas por la Coordinación Académica para la inscripción y presentación de los exámenes parciales o el examen global.
- e) Imágenes:
Incluye la fuente de información de donde fueron obtenidas debajo de la imagen.
- f) Revisión:
Cuida la ortografía y redacción del documento.
Asegúrate de responder todas las preguntas y/o ejercicios requeridos.

g) Fuentes:

Utiliza prioritariamente fuentes oficiales como libros, artículos, revistas, etc. Para tal efecto, aprovecha el video curso BIDI que se encuentra en el siguiente enlace: <https://suayedfca.unam.mx/videosbidi>

h) Exámenes:

En caso de que se decida presentar un examen global, la calificación obtenida será la que se va a asentar en actas. Toda calificación anterior que se haya obtenido no será considerada para la calificación final.

i) Ritmo de trabajo:

Mantén estabilidad en el ritmo de trabajo en todas las asignaturas.

j) Prioridades:

Prioriza el estudio antes que la realización de actividades. Si se realizan las actividades y se tienen dudas, no existirá un aprendizaje significativo.

k) Formato:

Usa fondo blanco y letra negra.

No agregues marcas de agua ni imágenes no relacionadas con el contenido.

l) IA:

La IA es una herramienta útil para la investigación, pero no debe reemplazar el trabajo intelectual del estudiante.

Si se utiliza IA, el estudiante debe ser capaz de explicar cómo se utilizó y detallar la fuente de información utilizada, incluyendo el nombre de la herramienta, la fecha de acceso y las páginas específicas consultadas de internet.

El profesor puede invalidar el trabajo si considera que no se ha utilizado la IA de forma adecuada.

La forma inadecuada de utilización de IA es:

- **Reemplaza el trabajo intelectual del estudiante.** La IA no debe utilizarse para que el estudiante no tenga que pensar por sí mismo. El estudiante debe ser capaz de comprender la información que proporciona la IA y aplicarla de forma crítica.
- **No se documenta adecuadamente.** Es importante documentar cómo se ha utilizado la IA en el trabajo. Esto ayudará al profesor a comprender cómo se ha utilizado la herramienta y a evaluar la calidad del trabajo.
- **Se utiliza para cometer plagio.** La IA no debe utilizarse para copiar contenido de otras fuentes sin citarlas. El estudiante debe ser capaz de comprender la información que proporciona la IA y aplicarla de forma crítica, y debe citar siempre las fuentes de la información que utiliza.

A continuación, se presentan algunos ejemplos de cómo se puede utilizar la IA de forma inadecuada en la elaboración de actividades:

- Copiar y pegar contenido de un motor de búsqueda de IA sin citar la fuente. Esto es plagio.
- Utilizar una herramienta de generación de contenido de IA para escribir todo el trabajo. Esto no demuestra que el estudiante haya aprendido nada.
- Utilizar una herramienta de análisis de datos de IA para obtener resultados sin comprenderlos. Esto es solo copiar y pegar resultados sin entenderlos.

EN CUANTO A LOS EXÁMENES

1. Si se van a presentar exámenes parciales:

Presentarás tres exámenes parciales; el primero comprenderá las unidades 1, 2 y 3 el segundo, las unidades 4 y 5 y el tercero las unidades 6 y 7.

Es requisito indispensable, la presentación de las actividades correspondientes antes de presentar cada examen parcial.

- Antes de presentar el primer parcial, es necesario realizar y presentar en plataforma las actividades correspondientes a las unidades 1, 2 y 3 de la asignatura.

- Antes de presentar el segundo parcial, es necesario realizar y presentar en plataforma las actividades correspondientes a las unidades 4 y 5 de la asignatura.
- Antes de presentar el tercer parcial, es necesario realizar y presentar en plataforma las actividades correspondientes a las unidades 6 y 7 de la asignatura.

La calificación final que se asentará en actas tomará en cuenta que las actividades hayan sido entregadas antes de presentar los exámenes parciales.

De no presentar las actividades antes de presentar cada examen parcial, se puede invalidar el derecho a presentar actividades de las unidades correspondientes.

2. Si se va a presentar examen global:

- Estarás renunciando a todas las calificaciones que hayas obtenido anteriormente.
- La calificación que se asentará en actas será la que hayas obtenido en el examen global.
- Es recomendable que solamente presentes este examen, si ya has estudiado lo suficiente o tienes un antecedente de estudio de la asignatura. Si no cuentas con alguna de las características mencionadas, es recomendable que esperes el siguiente semestre a recurrar la asignatura.

- **NO hay requisito para la presentación del examen global.**

- **EL ASESOR NO PUEDE DARTE UNA GUÍA DE TEMAS PARA EL EXAMEN. SI LO VAS A PRESENTAR, PREPÁRATE BIEN ESTUDIANDO TODOS LOS TEMAS QUE VIENEN EN EL TEMARIO Y CONSULTANDO LAS FUENTES DE INFORMACIÓN SUGERIDAS EN ESTE DOCUMENTO.**

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 Video clases, que contiene los vínculos a videos que tu profesor ha grabado para ti.

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
Unidad 1: Importancia de la informática en la mercadotecnia	Actividad 1	<p>Lea completamente la 1era. unidad de los apuntes digitales y responda las siguientes preguntas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuál es la importancia de la informática en la mercadotecnia? 2. ¿Qué son los sistemas de información de gestión organizacional y cuál es su importancia? 3. ¿Cuáles son los conceptos fundamentales de mercadotecnia? 4. ¿Qué son los sistemas de información de mercadotecnia (CRM) y cuál es su papel en la estrategia de negocios? 5. ¿Qué son los sistemas de apoyo a las decisiones (SAD) y cuál es su relación con los sistemas de información de gestión organizacional? 	<p>Rodas Arroyo, C. (2023). <i>Mercadotecnia</i>. Recuperado el 4 de diciembre de 2023, de https://sway.office.com/6SOVkJtzRTVgEgrB?ref=Link</p> <p>Sánchez Solís, A. (2023). <i>Mercadotecnia [Apuntes digitales]</i>. Recuperado el 4 de diciembre de 2023, de https://ponteonlinea.fca.unam.mx/apuntes</p> <p>Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2011). <i>Marketing (11a. ed.)</i>. Boston, MA: Cengage Learning.</p>	5 puntos

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>6. ¿Cómo se integra la información obtenida mediante las herramientas de BI y qué tipos de bases de datos se usan?</p> <p>7. ¿Cuál es la relación e impacto entre Internet y mercadotecnia?</p> <p>8. En un entorno cada vez más digital y globalizado, ¿cómo ha evolucionado el concepto de mercadotecnia? Discuta cómo las nuevas tecnologías y plataformas digitales han cambiado la forma en que las empresas se relacionan con los consumidores y promocionan sus productos o servicios</p>		
<p>Unidad 1: Importancia de la informática en la mercadotecnia</p>	<p>Actividad 2 (colaborativa) FORO</p>	<p>Elija una empresa en la que trabaje o conozca y realice una investigación acerca de lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Historia y contexto de la empresa. • Descripción de la estrategia de marketing utilizada. • Descripción de la tecnología utilizada. 	<p>Puede consultar el siguiente enlace para un ejemplo acerca de la actividad: ejemplo foro MKT.docx</p> <p>Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2011). <i>Marketing (11a. ed.)</i>. Boston, MA: Cengage Learning.</p>	<p>5 puntos</p>

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<ul style="list-style-type: none"> Resultados obtenidos. Análisis crítico de la estrategia y la tecnología utilizada. <p>Por favor una sola persona deberá abrir el tema y las demás deberán incluir las participaciones en el mismo. Por cada participación que se ponga en el foro, se deberán comentar las aportaciones de dos compañeros. Se deben señalar las fuentes de información utilizadas.</p>		
Unidad 2: Sistemas de información de gestión organizacional	Actividad 1	<p>Lea completamente la 2da unidad de los apuntes digitales y el enlace sugerido de Hubspot.</p> <p>Responda las siguientes preguntas:</p> <ol style="list-style-type: none"> ¿Qué es un sistema de información de gestión organizacional y para qué sirve? ¿Cuáles son los componentes de un sistema de información? ¿Cómo se crea un sistema de información? ¿Cómo se analiza la información y se toman 	<p>Sánchez Solís, A. (2023). <i>Mercadotecnia [Apuntes digitales]</i>. Recuperado el 4 de diciembre de 2023, de https://ponteonlinea.fca.unam.mx/apuntes</p> <p>HubSpot. (2023, 20 de julio). <i>Sistema de información de marketing: qué es, elementos y ejemplos</i>. Blog de HubSpot. https://blog.hubspot.es/marketing/sistema-informacion</p>	5 puntos

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>decisiones para la gestión organizacional?</p> <p>5. ¿Qué beneficios tiene un sistema de información de gestión organizacional?</p> <p>6. ¿Cómo se pueden aplicar los conceptos básicos de un sistema de información en la vida cotidiana?</p> <p>7. ¿Cómo se pueden mejorar los sistemas de información de gestión organizacional?</p> <p>8. ¿Cómo se pueden utilizar los apoyos tecnológicos y humanos para mejorar la gestión organizacional?</p> <p>9. ¿Qué tipos de sistemas de información existen y qué funciones cumplen?</p> <p>10. ¿Qué fases tiene el ciclo de vida de un sistema de información?</p>		
Unidad 2: Sistemas de información de gestión organizacional	Actividad 2	Identifica un sistema de información de gestión organizacional que conozcas o uses en tu vida cotidiana, como el de una tienda en línea, una aplicación de transporte, una red social, etcétera.	Sánchez Solís, A. (2023). <i>Mercadotecnia [Apuntes digitales]</i> . Recuperado el 4 de diciembre de 2023, de https://ponteonlinea.fca.unam.mx/apuntes	5 puntos

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Describe los componentes de ese sistema de información, como los datos de entrada, el proceso de transformación, los productos o servicios de salida, la retroalimentación y la homeostasis. 2. Explica qué apoyos tecnológicos y humanos se requieren para crear y operar ese sistema de información, como el hardware, el software, las redes, las bases de datos, el personal, etcétera. 3. Enuncia y explica los requisitos funcionales del sistema de información de gestión organizacional. 		
Unidad 3: Conceptos fundamentales de mercadotecnia	Actividad 1	Lea completamente la 3era. unidad de los apuntes digitales y consulte la bibliografía sugerida. Responda las siguientes preguntas:	Rodas Arroyo, C. (2023). <i>Mercadotecnia</i> . Recuperado el 4 de diciembre de 2023, de https://sway.office.com/6SOVkJtzRTVgEgrB?ref=Link Rodas Arroyo, C. (2023). <i>Mercadotecnia</i> . Recuperado el 4 de diciembre de 2023, de	5 puntos

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué es el posicionamiento? 2. Defina con un ejemplo: envase, empaque y embalaje. 3. ¿Qué es la logística? Y ¿cuál es la importancia de la logística inversa? 4. ¿Qué es la mezcla promocional? Y con un ejemplo, explique la diferencia entre publicidad y promoción considerando los tiempos, costos y objetivos de cada una. 5. ¿Cómo difiere la propaganda de la publicidad? 6. Defina con sus palabras el concepto de mercadotecnia. 7. Explique detalladamente la mezcla de la mercadotecnia. 8. Relacione el ciclo de vida del producto con la matriz Boston Consulting Group. 9. ¿Cuál es la importancia del análisis del mercado objetivo en el proceso de mercadotecnia? Explique cómo identificar y comprender las características demográficas, psicográficas y 	<p>https://sway.office.com/XwzwegoghYYhwtBnM?ref=Link</p> <p>Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2011). <i>Marketing (11a. ed.)</i>. Boston, MA: Cengage Learning.</p> <p>Sánchez Solís, A. (2023). <i>Mercadotecnia [Apuntes digitales]</i>. Recuperado el 4 de diciembre de 2023, de https://ponteonlinea.fca.unam.mx/apuntes</p>	

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>conductuales del mercado objetivo puede influir en el desarrollo de estrategias efectivas de mercadotecnia.</p> <p>10. Explica la pirámide de Maslow y su relación con la mercadotecnia.</p>		
Unidad 3: Conceptos fundamentales de mercadotecnia	Actividad 2	<p>Elija una empresa en la que trabaje o conozca y realice una investigación acerca de lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ejemplifique mezcla y línea de productos. • Ejemplifique amplitud o variedad y profundidad <p>Proporcione ejemplos distintos de los que se encuentran en los apuntes digitales.</p>	<p>Rodas Arroyo, C. (2023). <i>Mercadotecnia</i>. Recuperado el 4 de diciembre de 2023, de https://sway.office.com/6SOVkTtzRTVgEgrB?ref=Link</p> <p>Rodas Arroyo, C. (2023). <i>Mercadotecnia</i>. Recuperado el 4 de diciembre de 2023, de https://sway.office.com/XwzwegoghYYhwtBnM?ref=Link</p> <p>Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2011). <i>Marketing (11a. ed.)</i>. Boston, MA: Cengage Learning.</p> <p>Sánchez Solís, A. (2023). <i>Mercadotecnia [Apuntes digitales]</i>. Recuperado el 4 de diciembre de 2023, de https://ponteonlinea.fca.unam.mx/apuntes</p>	5 puntos
Unidad 4: Sistemas de información de mercadotecnia	Actividad 1	<p>Lea completamente la 4ta. unidad de los apuntes digitales y consulte la bibliografía sugerida.</p>	<p>Sánchez Solís, A. (2023). <i>Mercadotecnia [Apuntes digitales]</i>. Recuperado el 4 de diciembre de 2023, de https://ponteonlinea.fca.unam.mx/apuntes</p>	5 puntos

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
CRM		<p>Responda las siguientes preguntas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué es un CRM y cómo se usa en marketing? 2. ¿Cuáles son los componentes de un sistema de información de marketing? 3. ¿Cuál es la diferencia entre la investigación de mercado cualitativa y cuantitativa? 4. ¿Cuáles son algunos tipos específicos de investigación de mercado? 5. ¿Cómo se analiza la información en un sistema de información de marketing? 6. ¿Cuáles son algunos beneficios de usar un CRM en un negocio? 7. ¿Cómo puede un CRM ayudar a las empresas a navegar en el mundo post-pandémico? 8. ¿Cuáles son algunos ejemplos de software de CRM? Mencione 2 gratuitos y 2 de pago. 	<p>Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2011). <i>Marketing (11a. ed.)</i>. Boston, MA: Cengage Learning.</p> <p>HubSpot. (2015, 31 de agosto). <i>¿Qué es un CRM?</i> [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=cgNTtM44-Dk</p>	

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
Unidad 4: Sistemas de información de mercadotecnia CRM	Actividad 2	<p>Compare el grupo de enfoque y la entrevista de profundidad.</p> <p>Para tal efecto realice una tabla donde se indique lo siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué es? 2. ¿Cómo se desarrolla? 3. Mencione dos ejemplos de cada concepto aplicables en la mercadotecnia relacionados con la informática. 	<p>Sánchez Solís, A. (2023). <i>Mercadotecnia [Apuntes digitales]</i>. Recuperado el 4 de diciembre de 2023, de https://ponteonlinea.fca.unam.mx/apuntes</p> <p>Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2011). <i>Marketing (11a. ed.)</i>. Boston, MA: Cengage Learning.</p>	5 puntos
Unidad 5: Sistema de apoyo a las decisiones (SAD)	Actividad 1	<p>Lea completamente la 5ta. unidad de los apuntes digitales y consulte la bibliografía sugerida. Responda las siguientes preguntas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuál es el concepto del sistema de apoyo a las decisiones? 2. ¿Cuáles son los componentes del sistema de apoyo a las decisiones? 3. ¿Cuál es la clasificación del sistema de apoyo a las decisiones? 4. ¿Cuáles son las características del sistema de apoyo a las decisiones? 5. ¿Cuál es la importancia de la toma de decisiones en el lugar de trabajo? 	<p>Sánchez Solís, A. (2023). <i>Mercadotecnia [Apuntes digitales]</i>. Recuperado el 4 de diciembre de 2023, de https://ponteonlinea.fca.unam.mx/apuntes</p> <p>Rodríguez, J. (N.D.). ¿Qué son los sistemas de apoyo a la toma de decisiones y cómo implementarlos? HubSpot. https://blog.hubspot.es/sales/sistemas-apoyo-toma-de-decisiones</p> <p>Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2011). <i>Marketing (11a. ed.)</i>. Boston, MA: Cengage Learning.</p>	5 puntos

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>6. investiga: ¿Cómo se puede implementar un sistema de apoyo a las decisiones en una organización?</p> <p>7. ¿Cuál es el papel de un sistema de apoyo a las decisiones en una empresa?</p> <p>8. ¿Cuál es la diferencia entre un sistema de apoyo a las decisiones y un sistema de información de gestión?</p>		
Unidad 5: Sistema de apoyo a las decisiones (SAD)	Actividad 2	<p>Estudio de caso:</p> <p>Una empresa de servicios financieros está buscando implementar un sistema de apoyo a las decisiones (SAD) para mejorar la eficiencia y la eficacia de su proceso de toma de decisiones. La empresa tiene varios departamentos, incluyendo banca personal, banca comercial, banca de inversión y seguros. Cada departamento tiene diferentes necesidades y objetivos, pero todos dependen de la información precisa y oportuna para tomar decisiones informadas.</p>	<p>Sánchez Solís, A. (2023). <i>Mercadotecnia [Apuntes digitales]</i>. Recuperado el 4 de diciembre de 2023, de https://ponteonlinea.fca.unam.mx/apuntes</p> <p>Lucena Lizarazo, C. J., & Porras Díaz, H. (2006). <i>Sistemas de apoyo a las decisiones: génesis y evolución</i>. Revista UIS Ingenierías, 5(1), 11-24. Disponible en: https://revistas.uis.edu.co/index.php/revistausingenierias/article/view/1763/2145</p> <p>Rodríguez, J. (N.D.). ¿Qué son los sistemas de apoyo a la toma de decisiones y cómo implementarlos? HubSpot. https://blog.hubspot.es/sales/sistemas-apoyo-toma-de-decisiones</p>	5 puntos

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		A. Detalla los pasos que debe implementar la empresa para establecer un SAD .		
Unidad 6: Herramientas de BI para la toma de decisiones	Actividad 1	<p>Lea completamente la 5ta. unidad de los apuntes digitales y consulte la bibliografía sugerida. Responda las siguientes preguntas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué es Business Intelligence y cómo se utiliza en las empresas? 2. ¿Cuáles son los beneficios de los sistemas de información ejecutiva? 3. ¿Cómo se diferencia un datamart de un datawarehouse? 4. ¿Cuál es la importancia de las bases de datos OLTP en el contexto de Business Intelligence? 5. ¿Cómo se utilizan las bases de datos OLAP en la toma de decisiones empresariales? 6. ¿Qué son las plataformas de Business Intelligence y cómo se integran con otras herramientas de BI? 7. ¿Cómo se pueden utilizar las herramientas de BI para mejorar la eficiencia y la 	<p>Sánchez Solís, A. (2023). <i>Mercadotecnia [Apuntes digitales]</i>. Recuperado el 4 de diciembre de 2023, de https://ponteonlinea.fca.unam.mx/apuntes</p> <p>Contreras, D. [A2 Capacitación]. (2023, marzo 21). <i>¿Qué es un Business Intelligence Analyst?</i> [Video]. https://www.youtube.com/watch?v=DtONK8ALWI8&t=5s</p> <p>El Tío Tech. [El Tío Tech]. (2023, abril 24). <i>Curso de Power BI desde cero (2023)</i> [Video]. https://www.youtube.com/watch?v=NI1udeBvlww</p> <p>Appvizer. (2023, 29 de marzo). <i>Herramientas de business intelligence: ¿qué son y cómo elegir la mejor?</i> Recuperado de https://www.appvizer.es/revista/analitica-web/business-intelligence/herramientas-business-intelligence</p>	5 puntos

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>productividad de una empresa?</p> <p>8. ¿Cómo se pueden utilizar los tipos de bases de datos más comunes en las empresas para dar soporte a los sistemas de información ejecutiva y mejorar la toma de decisiones?</p>		
Unidad 6: Herramientas de BI para la toma de decisiones	Actividad 2	<p>Consulta ambos videos y las fuentes de información que se encuentran en la bibliografía sugerida.</p> <p>Elabora un informe acerca de cómo plantearías el uso de Business Intelligence en una empresa donde trabajes o conozcas en una extensión máxima de dos hojas.</p>	<p>A2 Capacitación. (2019, 24 de mayo). Dan Contreras: “Minicurso de Business Intelligence en Excel” - Tablas Dinámicas, Gráficas y Dashboards - Parte 1” [Video]. Youtube https://www.youtube.com/watch?v=TgcGa0cnlpg&t=2503s</p> <p>A2 Capacitación. (2019, 24 de mayo). Dan Contreras: “Minicurso de Business Intelligence en Excel” - Tablas Dinámicas, Gráficas y Dashboards - Parte 2” [Video]. Youtube https://www.youtube.com/watch?v=ucJM-wpuoKg&t=303s</p> <p>IEBSchool. (2023, 6 de diciembre). <i>Herramientas de Business Intelligence para Digital Business</i>. Recuperado el 6 de diciembre de 2023, de https://www.iebschool.com/blog/herramientas-business-intelligence-digital-business/</p>	5 puntos

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
			Sánchez Solís, A. (2023). <i>Mercadotecnia [Apuntes digitales]</i> . Recuperado el 4 de diciembre de 2023, de https://ponteonline.fca.unam.mx/apuntes	
Unidad 7: La mercadotecnia y la internet	Actividad 1	<p>Lea completamente la 7ma. unidad de los apuntes digitales y consulte la bibliografía sugerida. Responda las siguientes preguntas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuál es la relación entre el Internet y la mercadotecnia? 2. ¿Cuáles son algunas nuevas tendencias en la mercadotecnia? 3. ¿Cuáles son los beneficios de la mercadotecnia en el Internet? 4. ¿Cuáles son los principales usos de la mercadotecnia en el Internet? 5. ¿Cuál es la responsabilidad de usar la mercadotecnia en el Internet? 6. ¿Cuál es la definición del Internet? 7. ¿Cuál es el porcentaje de la población mexicana que utiliza el Internet? 8. ¿Cuáles son algunos de los beneficios de usar el Internet con fines de mercadotecnia? 	<p>Sánchez Solís, A. (2023). <i>Mercadotecnia [Apuntes digitales]</i>. Recuperado el 4 de diciembre de 2023, de https://ponteonline.fca.unam.mx/apuntes</p> <p>La Asociación de Internet.mx. (s. f.). Asociación de Internet.mx. Recuperado 6 de diciembre de 2023, de https://www.asociaciondeinternet.mx/</p> <p>Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2011). <i>Marketing (11a. ed.)</i>. Boston, MA: Cengage Learning.</p>	5 puntos

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
Unidad 7: La mercadotecnia y la internet	Actividad 2	<p>Vea el video de la fuente de información sugerida y responda las siguientes preguntas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué es el capitalismo de vigilancia y cómo afecta a la soberanía de la población y a las democracias? 2. ¿Qué medidas se están tomando en Estados Unidos y en Europa para limitar el poder de los imperios digitales? 3. ¿Qué beneficios y riesgos tiene el uso de los datos personales por parte de los gigantes de internet como Google y Facebook? 4. ¿Qué criterios se deberían aplicar para determinar si una empresa viola la ley antimonopolio? 5. ¿Qué impacto ha tenido la pandemia en el crecimiento y la rentabilidad de los cuatro grandes: Apple, Amazon, Google y Facebook? 	<p>DW Documental. (2022, 19 de mayo). Google, Facebook, Amazon- El poder ilimitado de los consorcios digitales DW Documental DW Documental [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=A3cGMNxRNJ0&t</p> <p>Sánchez Solís, A. (2023). <i>Mercadotecnia [Apuntes digitales]</i>. Recuperado el 4 de diciembre de 2023, de https://ponteonlinea.fca.unam.mx/apuntes</p>	5 puntos
Ponderación total de las actividades				70 puntos

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 y 3	10 puntos
2do.	4y 5	10 puntos
3ro.	6 y 7	10 puntos

- **Global. Examen único**

Valor	Requisitos	Aplicación de global
100%	Ninguno	15 y del 17 al 21 de junio de 2023

Porcentajes de evaluación:

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

Escala de evaluación:

Rango	Calificación
1.00 a 5.99	5
6.00 a 6.54	6
6.55 a 7.54	7
7.55a 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.
5. El asesor se reserva el derecho de resolver cualquier situación que no esté prevista en este documento. Los estudiantes deben ponerse en contacto con el asesor para obtener más información.

DATOS DEL ASESOR O GRUPO DE ASESORES

Nombre	Correo electrónico
Carlos Alberto Rodas Arroyo	ca.rodas@outlook.com