

PLAN DE TRABAJO

I. Datos de la institución

Plantel		UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA Modalidad: A Distancia		Grado o Licenciatura	Licenciatura en Administración
---------	---	--	---	----------------------	--------------------------------

II. Datos del asesor

Nombre	GARCIA ORTIZ MARIA EVELIA	Correo	igarcia@docencia.fca.unam.mx
--------	---------------------------	--------	------------------------------

III. Datos de la asignatura

Nombre	MERCADOTECNIA DIRECTA	Clave	2009	Grupo	8852
Modalidad	Optativa	Plan	2012	Fecha de inicio del semestre	12 de febrero de 2024
Horas de asesoría semanal	4	Horario	Lunes: 20:00 - 22:00 hrs Jueves: 07:00 - 09:00 hrs	Fecha de término del semestre	20 de junio de 2024

IV. Contenido temático

TEMA	HORAS		
	Total	Teoría	Práctica
I. Concepto e importancia de la mercadotecnia directa	4	4	0
II. Mercadotecnia Directa Integrada	6	6	0

III. Determinación estratégica del canal de venta y manejo del canal	6	6	0
IV. Componentes y tipología de los vendedores directos	4	4	0
V. Telemarketing	4	4	0
VI. Venta por correo directo	4	4	0
VII. Comercio electrónico	6	6	0
VIII. Costumer Relationship Management (CRM)	6	6	0
IX. Opciones adicionales y futuras de la mercadotecnia Directa	6	6	0
X. Plan de mercadotecnia directa	6	6	0
XI. Pronósticos de mercadotecnia directa	4	4	0
XII. Presupuestos y programas de mercadotecnia directa	4	4	0
XIII. Indicadores de gestión de mercadotecnia directa	4	4	0

V. Presentación general del programa

La asignatura es totalmente en línea. El alumno deberá trabajar en la plataforma de Licenciaturas en Línea. La materia es Mercadotecnia Directa. Asignatura optativa de la Licenciatura en Administración. Todo el material de la materia estará disponible vía Internet.

El Plan de Trabajo también estará disponible para su consulta en la plataforma.

Objetivo general: El alumno explicará los conceptos fundamentales y la aplicación de las diversas técnicas y modalidades de mercadotecnia directa, así como su importancia para el desarrollo de la organización y para el crecimiento y la expansión del mercado. igualmente el alumno será capaz de identificar su relación con las demás tareas funcionales y su papel en un contexto eminentemente globalizado.

Sesiones Vía Zoom:

- 1) lunes 12 de febrero 2024 - de las 20:00 a las 22:00 - Tema: Bienvenida a la asignatura y explicación del Plan de Trabajo.
- 2) lunes 11 de marzo 2024 - de las 20:00 a las 22:00 - Tema: Dudas y aclaraciones del curso.
- 3) lunes 08 de abril 2024 - de las 20:00 a las 22:00 - Tema: Retroalimentación de temas donde haya dudas por parte del alumno.
- 4) lunes 13 de mayo 2024 - de las 20:00 a las 22:00 - Tema: Repaso general del curso y explicación del examen final.

VI. Forma en que el alumno deberá preparar la asignatura

El alumno deberá elaborar las actividades de aprendizaje obligatorias que el asesor explicará detalladamente en el plan de trabajo que aparecerá en la plataforma de Licenciaturas en Línea.

Se especifica de forma clara y sencilla lo que el alumno deberá presentar para acreditar la asignatura de Mercadotecnia Directa.

Los trabajos deberán presentarse con una carátula, instrucción de la actividad de aprendizaje, así como el desarrollo de la investigación de dicha actividad y una conclusión por parte del alumno así como bibliografía consultada, formato APA.

El alumno presentará un examen final de toda la asignatura y este examen constará de las trece unidades que integran la asignatura.

Examen Final. Al finalizar el semestre presentará un examen que contempla todos los temas de la asignatura (programa de la asignatura Plan 2012). Debes tener presente que sólo tienes

un intento para contestarlo y que al terminar ese tiempo se cerrará automáticamente, enviando la calificación obtenida.
 ! Bienvenidas y Bienvenidos y mucho éxito!

Atentamente
 Dra. Maria Evelia García Ortiz

CALENDARIO DE ACTIVIDADES

Fecha	No. Unidad	No. Actividad	Descripción de la de actividad de acuerdo a la plataforma	Ponderación
04 de marzo de 2024	UNIDAD 1: Concepto e importancia de la mercadotecnia directa	Act. de aprendizaje 1	Unidad 1 - actividad 1 Lee el material de mercadotecnia básica y realiza un cuadro sinóptico con las características de la mercadotecnia, sus principales conceptos, no olvidando describir los elementos de la mezcla promocional.	3 %
14 de marzo de 2024	UNIDAD 2: Mercadotecnia Directa Integrada	Act. de aprendizaje 1	Unidad 2 - actividad 1 Lee el material Planeación de la Mercadotecnia (documento que se encuentra en la plataforma), explica el proceso de la planeación en la mercadotecnia y sus objetivos por medio de un Mapa Mental.	6 %
21 de marzo de 2024	UNIDAD 3: Determinación estratégica del canal de venta y manejo del canal	Act. de aprendizaje 1	Unidad 3 - actividad 1 Leer el material Mercadotecnia Directa, y buscar 5 ejemplos en materiales como revistas, sitios de internet, publicidad en diversos medios, videos, donde se demuestre que la promoción de este producto y/o servicio se realiza mediante la utilización de las herramientas de la Mercadotecnia Directa integrada.	6 %
01 de abril de 2024	UNIDAD 4: Componentes y tipología de los vendedores directos	Act. de aprendizaje 1	Unidad 4 actividad 1 Revisar y analizar el material bases de datos y realizar un modelo de bases de datos (MS EXCEL) que propongas para que las empresas lo utilicen como un recurso de apoyo a su mercadotecnia directa; esta base de datos debe contener los principales datos que la empresa requeriría de sus clientes para lograr la fidelización adecuada.	6 %
08 de abril de 2024	UNIDAD 5: Telemarketing	Act. de aprendizaje 1	Unidad 5 actividad 1 Revisar y analizar el material Telemarketing y realizar un cuadro comparativo donde analices las ventajas y desventajas del telemarketing. Recordar que el objetivo central de la materia es comprender los elementos promocionales que utiliza la empresa para posicionarse en el mercado.	3 %
18 de abril de 2024	UNIDAD 6: Venta por correo directo	Act. de aprendizaje 1	Unidad 6 actividad 1 Revisar y analizar el material Correo Directo y realizar un cuadro comparativo dónde analices las ventajas y desventajas de este medio de comunicación con los clientes.	3 %

25 de abril de 2024	UNIDAD 7: Comercio electrónico	Act. de aprendizaje 1	Unidad 7 actividad 1 Llevar a cabo una búsqueda de tres sitios de internet de empresas que promuevan sus productos y/o servicios y realizar una comparación de la eficacia de estos sitios para promover los productos y/o servicios; deberás hacer hincapié en analizar si este sitio ayuda a mejorar la venta y el acercamiento al consumidor.	6 %
29 de abril de 2024	UNIDAD 8: Customer Relationship Management (CRM)	Act. de aprendizaje 1	Unidad 8 actividad 1 Customer Relationship Management (tema muy importante en la mercadotecnia directa), elabora un Mapa Mental con los elementos más importantes del CRM.	6 %
06 de mayo de 2024	UNIDAD 9: Opciones adicionales y futuras de la mercadotecnia Directa	Act. de aprendizaje 1	Unidad 9 actividad 1 Revisar y analizar el material Opciones Adicionales y Futuras de la Mercadotecnia y elaborar un Mapa Mental donde se incluyan los aspectos más importantes de este tema.	3 %
13 de mayo de 2024	UNIDAD 10: Plan de mercadotecnia directa	Act. de aprendizaje 1	Unidad 10 actividad 1 En esta unidad deberas explicar los pasos mas importantes que tiene el Plan de Mercadotecnia Directa, y deberas elaborar un Mapa Mental para esta actividad.	3 %
20 de mayo de 2024	UNIDAD 11: Pronósticos de mercadotecnia directa	Act. de aprendizaje 1	Unidad 11 actividad 1 Lee el material de Pronòsticos de Mercadotecnia Directa y explica en un Mapa Mental la importancia de este tema para la mercadotecnia directa.	3 %
27 de mayo de 2024	UNIDAD 12: Presupuestos y programas de mercadotecnia directa	Act. de aprendizaje 1	Unidad 12 actividad 1 Revisar y analizar el material de Presupuestos y Programas de Mercadotecnia. Por medio de un mapa mental, explica el tema presupuestos y programas de mercadotecnia. Incluye un ejemplo de presupuesto donde demuestres la importancia de contar con un presupuesto en el àrea de mercadotecnia.	6 %
03 de junio de 2024	UNIDAD 13: Indicadores de gestión de mercadotecnia directa	Act. de aprendizaje 1	Unidad 13 - actividad 1 Revisar y analizar el material de Indicadores de Gestión de Mercadotecnia Directa. Explicalo mediante un mapa mental, asi mismo, presenta un ejemplo de indicadores donde demuestres la importancia de contar con indicadores de gestión en el àrea de mercadotecnia.	6 %

VII. Sistema de evaluación

FACTORES	DESCRIPCIÓN
----------	-------------

Requisitos: Deberán mandar las actividades de aprendizaje en archivo PDF con carátula, instrucción de la actividad de aprendizaje, un buen desarrollo de la investigación así como una conclusión de parte del alumno y bibliografía consultada, formato APA.

Rubrica de actividades:

1 punto: archivo PDF

1 punto: Carátula e Instrucción de la actividad

4 puntos: Desarrollo de la investigación (en este apartado es importante que contestes la actividad de aprendizaje lo más completa y dando respuestas a lo que se te esté solicitando)

2 puntos: Conclusión (en este apartado deberás presentar una conclusión de lo que hayas aprendido de la actividad de aprendizaje, tratar de hacerlo lo mejor posible)

2 puntos. Bibliografía formato APA (deberás poner dos libros de texto consultados y un sitio de internet consultado, en formato APA)

Requisitos

Nota Importante: Cuando la realización de una actividad implique hacer una investigación, deberás buscar fuentes oficiales, como libros, revistas, artículos, etcétera, en dos fuentes mesográficas diferentes a los apuntes electrónicos y hacer la cita de los mismos en formato APA ya que si no lo haces incurres en plagio. Lo subirás a la plataforma en el día solicitado y con horario máximo de las 23:59 horas CDMX.

Las actividades que sean entregadas después de la fecha marcada y hasta siete días naturales serán evaluadas sobre 9.0 (Nueve). Más de siete días naturales después de la fecha de entrega no podrán evaluarse ya que la plataforma se cierra y serán calificadas con CERO (esto es por respeto a todos aquellos alumnos que entregan sus actividades en tiempo y forma). La última actividad de aprendizaje (Unidad 13 - Act 1) tiene como fecha límite el día 03 de junio 2024 a las 23:59 CDMX y para esta no hay extensión en el tiempo de entrega. Finalmente, te invito a que pongas tu mayor esfuerzo en este proyecto personal que escogiste por libre voluntad. No estás sola(o) en este proyecto académico, yo siempre estaré acompañándote en el curso.

Todas tus dudas o comentarios con respecto a la materia me podrás escribir en el mensajero de la plataforma, el cual atenderé y revisaré de lunes a viernes y en breve tendrás comentarios que respondan tu inquietud.

Bienvenida(o) y ánimo que estamos juntos en este proyecto para sacarlo adelante.

Pd: Para que tengas éxito, en este proyecto deberás planear y organizarte debidamente para que puedas cumplir con las materias que deberás cursar en éste semestre así como revisar la totalidad de los materiales de cada unidad.

Porcentajes	Act. de aprendizaje	60 %
	Examen Final	40 %
	TOTAL	100 %

La calificación final de la asignatura está en función de la ponderación del asesor, no de la que se visualiza en la plataforma. Es necesario solicitar por correo electrónico la calificación final al asesor.

VIII. Recursos y estrategias didácticas

Trabajos de Investigación	(X)
Elaboración de Actividades de Aprendizaje	(X)
Plataforma Educativa	(X)
Foro Electrónico	(X)
Chat	(X)

Correo Electrónico	(X)
Plan de Trabajo	(X)