

## I. Datos de la institución

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

## II. Datos del asesor

Nombre	PASCUAL MARQUEZ BEATRIZ ANDREA	Correo	andrea.unam.clasesmkt@gmail.com
--------	--------------------------------	--------	---------------------------------

## III. Datos de la asignatura

Nombre	GERENCIA DEL PRODUCTO	Clave	1033	Grupo	8652
Modalidad	Optativa	Plan	2012	Fecha de inicio del semestre	30 de enero de 2019
Horas de asesoría semanal	4	Horario	Miércoles: 14:00 - 16:00 hrs Viernes: 14:00 - 16:00 hrs	Fecha de término del semestre	07 de junio de 2019

## IV. Contenido temático

TEMA	HORAS		
	Total	Teoría	Práctica
I. Tipología, características de la administración del área de mercadotecnia	4	4	0
II. Análisis e inteligencia de mercados (Excel, Datos Estadísticos)	6	6	0
III. Pronóstico de ventas (Excel, Datos Estadísticos)	6	6	0
IV. Lanzamiento de nuevos productos y servicios	4	4	0

V. Administración de marca	4	4	0
VI. Estrategias de productos y servicios por familia y línea	4	4	0
VII. Estrategias por canal de distribución (mnprogram)	6	6	0
VIII. Estrategias de punto de venta (Datos estadísticos)	6	6	0
IX. Estrategias de precio por producto, línea y familia	6	6	0
X. Estrategias de Mezcla promocional por producto, línea y familia	6	6	0
XI. Administración de la fuerza de venta	4	4	0
XII. La responsabilidad social y ecológica	4	4	0
XIII. Presupuesto del área e indicadores (Quercusoft)	4	4	0

## V. Presentación general del programa

Estimado (a) alumno(a) de la asignatura **Gerencia de Producto**:

Soy Beatriz **Andrea Pascual Márquez** [Maestra en Mercadotecnia Integral, Especialista en Mercadotecnia y Licenciada en Diseño y Comunicación Visual]; seré tu asesora durante este curso.

Es mi responsabilidad apoyarte durante este semestre en tu proceso de aprendizaje de los conocimientos correspondientes a la **Gerencia de Producto**, un área en la que se debe poseer la habilidad de observar la empresa de arriba abajo y de lado a lado para conseguir una mentalidad multidisciplinaria, por lo que te ayudaré a resolver cualquier duda que tengas sobre la materia, así como la forma en que utilices los recursos y herramientas disponibles en la plataforma.

## VI. Forma en que el alumno deberá preparar la asignatura

Bienvenid@ a tu curso de Gerencia de producto...

Cuando te subes a un avión, previamente debiste marcar un rumbo hacia un determinado destino, tienes que saber que quienes trabajan con productos tienen que hacer lo mismo con el fin de buscar su camino a través de complejas organizaciones empresariales.

Un *product manager* o gerente de producto, tiene que conocer bien su producto, que es mucho más que una simple conjunción de características y funciones. Hay influencias complejas a entender antes de poder convertirse en experto en el producto, defensor del cliente y experto conocedor del dominio.

Antes de que inicies tu trabajo en línea, te presento las secciones de como se encuentra constituida esta asignatura. Cada sección es importante para tu estudio ya que te guiarán en el proceso de tu aprendizaje a distancia.

La estructura temática está integrada por **13 unidades**, algunas de ellas contienen un alto grado de información que debes conocer; en cada unidad, he colocado carpetas que incluyen Apuntes,

Infografías y Videos, en algunos casos también encontrarás material adicional para complementar tus conocimientos.

Los apuntes deberás estudiarlos muy bien y sacar tus propias notas para estudiar, ya que de ellos será de donde salgan las preguntas para tu examen final. (Cada apunte es importante y aunque no te pido memorices toda la información, si te pido que analices y extraigas lo más relevante. En las unidades donde se llegan a abordar fórmulas y estudios complejos, te pido solamente conozcas los procedimientos para que formen parte de tu formación. De igual forma las actividades, videos e infografías están diseñadas para complementar los conocimientos que obtengas de tus apuntes, por lo que te pido las realices de la forma más disciplinada posible. En caso de que tengas duda en conceptos y temas, será un placer poder apoyarte en el proceso.

**Secciones:**

- **Bienvenid@**
- **Actividades General:**
  1. Actividades de aprendizaje
  2. Casos Harvard: Incluye casos y una carpeta con apuntes de la metodología del caso
  3. Lectura de libro: Contiene las indicaciones de la lectura que deberás hacer y lo que debes entregar como actividad
  4. Mapas mentales
  5. Trabajo final
- **Material Adicional:**
  1. Guías para un *Product Manager*: Todas las guías están en inglés, sin embargo son un material de gran utilidad en caso de que quieras incursionar en el área de manera profesional.
  2. Libro de consulta: Contiene un libro que será de gran apoyo para consultar diversos temas, las unidad 8 y 9 son trascendentales para esta materia, por lo tanto estudia bien esas unidades ya que de ahí también se tomarán preguntas para tu examen final.
- **U1 ¿Qué es marketing?**
- **U2 Inteligencia de mercados**
- **U3 Pronósticos de ventas**
- **U4 Lanzamiento de Nuevos Productos**
- **U5 Administración de marca**
- **U6 Estrategias de Productos por familia y línea**
- **U7-Estrategias por canal de distribución**
- **U8-Estrategias de Punto de venta**
- **U9-Estrategias de fijación de precio**
- **U10-Estrategias de mezcla promocional**
- **U11-Administración de la fuerza de ventas**
- **U12-La Responsabilidad Social y ecológica**
- **U13-Presupuesto del área e indicadores**

**CALENDARIO DE ACTIVIDADES**

Fecha	No. Unidad	No. Actividad	Descripción de la de actividad de acuerdo a la plataforma	Ponderación
-------	------------	---------------	---	-------------

15 de febrero de 2019	UNIDAD 1: Tipología, características de la administración del área de mercadotecnia	Actividad 1	<p>Revisa tu PDF de las actividades de aprendizaje, ahí encontrarás los detalles de cada actividad</p> <p><b>Unidad 1. Actividad 1</b>  <b>Actividad de Aprendizaje (Obligatoria)</b>  Valor: 1% /100%</p> <p><b>Resolver en la plataforma:</b>  Ésta actividad est. dividida en 2 partes*  Después de leer el Apunte “Los Conceptos Básicos del Marketing”, contesta las preguntas señaladas directamente en la plataforma.</p> <p>1. <b>PARTE 1</b>  <b>PREGUNTAS VERDADERO O FALSO ( 10 preguntas)</b></p> <p>2. <b>PARTE 2</b>  <b>PREGUNTAS DE ELECCIÓN MÚLTIPLE</b></p>	1 %
20 de febrero de 2019	UNIDAD 2: Análisis e inteligencia de mercados (Excel, Datos Estadísticos)	Actividad 1	<p><i>Revisa tu PDF de las actividades de aprendizaje, ahí encontrarás los detalles de cada actividad</i></p> <p><b>Análisis e inteligencia de mercados</b>  <b>Unidad 2. Actividad 1</b>  <b>Actividad de Aprendizaje (Obligatoria)</b>  Valor: 1% /100%</p> <p><b>Apunte:</b> Inteligencia de cliente en la era del marketing basado en datos.  <b>Adjuntar archivo:</b> Después de leer el apunte “Inteligencia de cliente en la era del marketing basado en datos”, contesta las preguntas (23 preguntas que deberás enviarle resueltas a tu asesora)</p>	1 %

22 de febrero de 2019	UNIDAD 2: Análisis e inteligencia de mercados (Excel, Datos Estadísticos)	Actividad 2	<p>Revisa tu PDF de las actividades de aprendizaje, ahí encontrarás los detalles de cada actividad</p> <p><b>Unidad 2. Actividad 2</b>  <b>Actividad de Aprendizaje (Obligatoria)</b>  <b>Tema: Segmentación, Necesidades y Deseos</b>  <b>Valor: 1% /100%</b></p> <p>Esta actividad está dividida en 2 partes, por lo tanto, deberás entregar en el mismo archivo ambas actividades que se te solicitan:</p> <p><b>PARTE 1:</b>  <b>Contenido que debe incluir tu trabajo a entregar:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Marca</li> <li>2. Producto (s)</li> <li>3. Rango de precios</li> <li>4. ¿Dónde se promociona?</li> <li>5. Necesidades y Deseos que cubren</li> <li>6. Target   Perfil del consumidor</li> </ol> <p><b>Adjuntar Archivo:</b> Después de leer y analizar tus apuntes referentes a las Necesidades Humanas, el Target, la segmentación y el perfil del consumidor, llena la tabla con los rubros enlistados arriba, te puedes auxiliar de revistas, sitios web, blogs etc. Al inicio de la tabla tienes un ejemplo del contenido que debe llevar, tienes la libertad de incluir mayor información, cambiar el diseño etc.</p> <p><b>PARTE 2:</b>  <b>Apuntes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Niveles Socioeconómicos</li> <li>• Actualización regla AMAI 8x7</li> <li>• Infografías: En qué gasta el mexicano   ¿Y tu familia en qué gasta?</li> </ul> <p><b>Adjuntar Archivo:</b>  Después de leer tus apuntes de la Unidad 2 referentes a los Niveles Socioeconómicos, realiza una investigación en libros, revistas físicas y electrónicas, <i>papers</i>, páginas web etc. con el objetivo de encontrar ¿Cuáles son los hábitos de consumo de cada nivel socioeconómico (7 niveles), es decir, en qué gastan su dinero los consumidores, qué productos y marcas compran, en cuestión de entretenimiento, educación, alimentación etc...</p> <p>De tu investigación y lo que leíste en tus apuntes, deberás crear un ordenador gráfico, infografía, mapa mental, tablas, díptico, folleto etc. (el que tu decidas). No olvides que la información principal que debe incluir es:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuáles son los hábitos de consumo de cada nivel socioeconómico: <ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿En qué gastan su dinero? (Distribución del gasto)</li> <li>- ¿Qué tipo de productos y marcas compran? (en cuestión de entretenimiento, educación, alimentación etc.)</li> </ul> </li> </ul>	1 %
-----------------------	---	-------------	---	-----

27 de febrero de 2019	UNIDAD 2: Análisis e inteligencia de mercados (Excel, Datos Estadísticos)	Actividad 3	<p><i>Revisa tu PDF de las actividades de aprendizaje, ahí encontrarás los detalles de cada actividad</i>  <b>Unidad 2. Actividad 3</b>  <b>Actividad de Aprendizaje (Obligatoria)</b>          Valor: 1% /100%  <b>Temas: Conducta del consumidor y Marketing de influencers</b>  <b>Adjuntar Archivo:</b> Ésta actividad está dividida en 2 partes, por lo tanto, deberás entregar en el mismo archivo ambas actividades que se te solicitan:  <b>PARTE 1</b>          Ver la película “Amor por contrato“ (The Joneses) y elaborar un trabajo escrito (ensayo) que incluyas los siguientes aspectos:  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Opinión personal del Fenómeno “<i>Influencers</i>”</li> <li>• Aspectos positivos del marketing de “<i>Influencers</i>”</li> <li>• Aspectos negativos o implicaciones sociales negativas del fenómeno “<i>influencers</i>”</li> <li>• Que conceptos (<i>marketing</i>) de la unidad 2 encuentras en la película ( Explica y ejemplifica tus respuestas)</li> </ul> <b>PARTE 2</b>          Ver el video: “Influencer Marketing: qué es y cómo usarlo en tu estrategia de comunicación [ENTREVISTA]”  <b>Adjuntar Archivo:</b>          Después de ver el video, contesta las 13 preguntas:</p>	1 %
01 de marzo de 2019	UNIDAD 2: Análisis e inteligencia de mercados (Excel, Datos Estadísticos)	Actividad 4	<p><i>Revisa tu PDF de las actividades de aprendizaje, ahí encontrarás los detalles de cada actividad</i>  <b>Unidad 2. Actividad 4</b>  <b>Actividad de Aprendizaje (Obligatoria)</b>          Valor: 1% /100%  <b>Temas: Conducta del consumidor y Marketing de influencers</b>  <b>Adjuntar Archivo:</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hacer una investigación en la web y con ello un ensayo dónde hagas un análisis sobre la boda de la <i>Influencer</i> Italiana “Chiara Ferragni”.</li> <li>• En el trabajo escrito deberás incluir:            1. Datos estadísticos (Números, cifras, inversión y ganancias etc.) de las marcas que participaron en la boda.            2. ¿De qué forma estuvieron involucradas las marcas            3. ¿Qué estrategias consideras que usaron para lograr sus objetivos?            4. ¿Cuál fue la ganancia económica que obtuvo la <i>influencer</i> Chiara Ferragni?            5. ¿De qué forma, además de económica, se vieron beneficiadas las marcas? Menciona datos estadísticos relevantes. (Followers, audiencia, engagement, niveles de conversación etc.)</li> </ul> </p>	1 %
06 de marzo de 2019	UNIDAD 3: Pronóstico de ventas (Excel, Datos Estadísticos)	Actividad 1	<p><i>Revisa tu PDF de las actividades de aprendizaje, ahí encontrarás los detalles de cada actividad</i>  <b>Unidad 3. Actividad 1</b>  <b>Actividad de Aprendizaje (Obligatoria)</b>          Valor: 1% /100%  <b>Apuntes:</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuantificación y pronóstico de la demanda del mercado</li> <li>• Potencial del Mercado y Pronóstico</li> <li>• Métodos de pronósticos de ventas cualitativos</li> </ul> <b>Adjuntar Archivo:</b> Después de leer detalladamente los apuntes enlistados arriba, contesta las preguntas (ver PDF de las actividades)</p>	1 %

08 de marzo de 2019	UNIDAD 4: Lanzamiento de nuevos productos y servicios	Actividad 1	<p>Revisa tu PDF de las actividades de aprendizaje, ahí encontrarás los detalles de cada actividad</p> <p><b>Lanzamiento de Nuevos Productos</b></p> <p><b>Unidad 4. Actividad 1</b></p> <p><b>Actividad de Aprendizaje (Obligatoria)</b></p> <p><b>PROPUESTA DE INNOVACIÓN DISRUPTIVA &amp; USO DE LA METODOLOGÍA DESIGN THINKING</b></p> <p>Valor: 1% /100%</p> <p>Crear un nuevo modelo de negocios, producto o servicio: Esta actividad te servirá como preparación previa para tu proyecto final, deberás entregarla adjuntando tu archivo con los datos que se piden en el formato. (Revisa tu PDF de actividades)</p> <p>Analiza tus opciones para tu trabajo final, ve al archivo donde se describen los requisitos del trabajo final y ten un panorama más claro de lo que se pide.</p> <p>En el rubro de propuesta de valor, necesitas llenar porque tu proyecto es: Importante, Distintivo, Superior, cómo es comunicable, exclusivo, costeable, y redituable.</p>	1 %
13 de marzo de 2019	UNIDAD 5: Administración de marca	Actividad 1	<p>Revisa tu PDF de las actividades de aprendizaje, ahí encontrarás los detalles de cada actividad</p> <p><b>Administración de marca</b></p> <p><i>“La marca, en algunos casos, es el activo intangible con más valor para una empresa”</i></p> <p><b>Unidad 5. Actividad 1</b></p> <p><b>Actividad de Aprendizaje (Obligatoria)</b></p> <p>Valor: 1% /100%</p> <p><b>Adjuntar archivo:</b></p> <p>Ingresar a la página web de <i>Interbrand</i> (<a href="https://www.interbrand.com/">https://www.interbrand.com/</a>)* donde realizarás una investigación detallada sobre:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuáles son las 100 mejores marcas del 2018?</li> <li>• Metodología de <i>Interbrand</i> con la que se evalúan las marcas para poder ser incluidas en este ranking ( Explica en qué consiste cada una de las piezas claves de dicha metodología. Tip: son 3)</li> <li>• Menciona los 10 factores clave que según <i>Interbrand</i> hacen a una marca, ser una marca fuerte, explica brevemente cada uno.</li> </ul> <p>*Deberás ser minucioso al realizar tu investigación, no te quedes en la primera página, revisa todas las secciones del sitio (nacional e internacional) para argumentar tu trabajo.</p>	1 %
20 de marzo de 2019	UNIDAD 5: Administración de marca	Actividad 2	<p>Revisa tu PDF de las actividades de aprendizaje, ahí encontrarás los detalles de cada actividad</p> <p><b>Unidad 5. Actividad 2</b></p> <p><b>Actividad de Aprendizaje (Obligatoria)</b></p> <p>* Esta actividad tiene un valor de 2% de tu calificación total</p> <p><b>Adjuntar archivo: Crea tu marca personal</b></p> <p><b>¿Qué debes hacer?</b></p> <p>Lee el artículo que se encuentra en tus apuntes de la unidad, el artículo se llama “ 60 consejos prácticos para mejorar tu imagen de Marca personal”, además, revisa las infografías sobre el tema de marca personal para que tengas un panorama más amplio, si lo decides puedes investigar en otras fuentes para apoyar la elaboración de tu marca personal.</p> <p>Nota: Consulta los detalles y anexos</p>	2 %

22 de marzo de 2019	UNIDAD 6: Estrategias de productos y servicios por familia y línea	Actividad 1	<p><i>Revisa tu PDF de las actividades de aprendizaje, ahí encontrarás los detalles de cada actividad</i></p> <p><b>Unidad 6. Actividad 1</b>  <b>Actividad de Aprendizaje (Obligatoria)</b>            Valor: 1% /100%            Tema: Conceptos Fundamentales  <b>Adjuntar Archivo:</b> Realiza una lectura de los capítulos 8 y 9 (Páginas 234 - 305) del libro Marketing, versión para Latinoamérica*            Contesta las preguntas asignadas            *Incluido en tu material como libro de consulta</p>	1 %
27 de marzo de 2019	UNIDAD 6: Estrategias de productos y servicios por familia y línea	Actividad 2	<p><i>Revisa tu PDF de las actividades de aprendizaje, ahí encontrarás los detalles de cada actividad</i></p> <p><b>Unidad 6. Actividad 2</b>  <b>Actividad de Aprendizaje (Obligatoria)</b>            Tema: Ciclo de vida del producto (Obsolescencia planeada)  <b>Video:</b> Documental Comprar tirar comprar – Español Link : <a href="https://youtu.be/csOOQlyTdHs">https://youtu.be/csOOQlyTdHs</a>            Valor: 1% /100%  <b>Adjuntar Archivo:</b> Ver el documental “Comprar, tirar, comprar”, y contestar las siguientes preguntas; tus respuestas deben provenir de una reflexión analítica sobre lo que se dice en el documental, no requiero respuestas de <i>copy paste</i> o literales del video, cada uno de ustedes posee un criterio y opinión diferente que es lo que deseo conocer.            Revisa tu PDF de Actividades donde encontrarás las preguntas</p>	1 %
03 de abril de 2019	UNIDAD 6: Estrategias de productos y servicios por familia y línea	Actividad 3	<p><i>Revisa tu PDF de las actividades de aprendizaje, ahí encontrarás los detalles de cada actividad</i></p> <p><b>Unidad 6. Actividad 3</b>  <b>Actividad de Aprendizaje (Obligatoria)</b>            Valor: 1% /100%            Tema: Cartera de productos  <b>Adjuntar archivo:</b> Para tener un panorama más completo sobre cómo un gerente de producto maneja una cartera de productos, deberás entregar un trabajo escrito-ilustrado (puede ser en forma de trabajo de texto o una presentación con slides o diapositivas) de una marca o producto dónde desarrolles los siguientes conceptos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Longitud</li> <li>• Amplitud</li> <li>• Profundidad</li> <li>• Consistencia</li> </ul> <p>Revisa los detalles en tu archivo de actividades de aprendizaje, dónde también encontrarás un ejemplo</p>	1 %



10 de abril de 2019	UNIDAD 13: Presupuesto del área e indicadores (Quercusoft)	Actividad 1	<p><i>Revisa tu PDF de las actividades de aprendizaje, ahí encontrarás los detalles de cada actividad</i>  <b>RESOLUCIÓN DE CASOS*</b>  *Este caso, está integrado en la unidad 13, sin embargo no es un caso específico del área de Presupuesto, está en esta unidad, ya que es un caso integrador de todo el curso y por ello los coloqué al final del curso, pues como podrás ver al leerlos, engloban muchos de los temas que componen este temario en la materia de Gerencia de Producto.  <b>1. Starbucks: Brindando servicio al cliente [ 1% resolución de caso]</b>  <b>NOTA:</b> Consulta los detalles en tu PDF de Actividades de Aprendizaje y los manuales de metodología del caso  <b>¿Qué debes hacer?:</b>  Deberás leer, tomar apuntes, y analizar a detalle cada caso para poder resolverlos, para ello te presento un esquema fundamental para trabajar los casos, el cuál encontrarás al final de este documento, además en tu carpeta de casos tienes diversos apuntes sobre la metodología del caso por si tienes dudas o curiosidad sobre esta metodología, que es una de las dinámicas actuales del proceso de enseñanza-aprendizaje en el área de negocios.</p>	1 %
24 de abril de 2019	UNIDAD 13: Presupuesto del área e indicadores (Quercusoft)	Actividad 2	<p><i>Revisa tu PDF de las actividades de aprendizaje, ahí encontrarás los detalles de cada actividad</i>  <b>RESOLUCIÓN DE CASOS*</b>  *Este caso, está integrado en la unidad 13, sin embargo no es un caso específico del área de Presupuesto, está en esta unidad, ya que es un caso integrador de todo el curso y por ello los coloqué al final del curso, pues como podrás ver al leerlos, engloban muchos de los temas que componen este temario en la materia de Gerencia de Producto.  <b>2. The Blonde Salad [ 1% resolución de caso]</b>  <b>NOTA:</b> Consulta los detalles en tu PDF de Actividades de Aprendizaje y los manuales de metodología del caso  <b>¿Qué debes hacer?:</b>  Deberás leer, tomar apuntes, y analizar a detalle cada caso para poder resolverlos, para ello te presento un esquema fundamental para trabajar los casos, el cuál encontrarás al final de este documento, además en tu carpeta de casos tienes diversos apuntes sobre la metodología del caso por si tienes dudas o curiosidad sobre esta metodología, que es una de las dinámicas actuales del proceso de enseñanza-aprendizaje en el área de negocios.</p>	1 %

03 de mayo de 2019	UNIDAD 13: Presupuesto del área e indicadores (Quercusoft)	Actividad 3	<p>Revisa tu PDF de la LECTURA DE LIBRO, ahí encontrarás los detalles para la entrega de tu trabajo.</p> <p><b>LECTURA DE LIBRO..</b>  <b>Harry Potter Como igualar un modelo de Negocios Impecable</b>  <a href="http://www.editorialpatria.com.mx/detalle-de-libros.php?ID=280&amp;IDN=3">http://www.editorialpatria.com.mx/detalle-de-libros.php?ID=280&amp;IDN=3</a>  Autor: Gunelius, Susan  Precio: \$129.00  224 páginas, 15.5 X 22.5 cm, rústica, 1a ed.  ISBN:9786074380040  <b>Valor curricular:</b> 10% de tu calificación final  <b>Actividad a realizar:</b>  <b>MODELO DE NEGOCIOS CANVAS   HARRY POTTER</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Leer el libro completo (En tu examen final, puedes encontrar preguntas referentes al libro)</li> <li>• Entregar un trabajo escrito con una extensión de 5 páginas como mínimo (No cuenta la carátula y bibliografía), en el que plasmes los 9 bloques del modelo canvas, el contenido de este modelo será referente al Modelo de Negocios de la Marca Harry Potter. Tu fuente de información principal, debe ser el libro<sup>[1]</sup>, sin embargo si deseas realizar una investigación extra para complementar tu trabajo, será valorado y tomado en cuenta para tu calificación.</li> <li>• El contenido de tu modelo deberá ir desarrollado y organizado por secciones (5 páginas como mínimo):</li> </ul> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Propuesta de valor</li> <li>2. Segmentos de clientes</li> <li>3. Canales</li> <li>4. Relaciones con clientes</li> <li>5. Fuentes de ingresos</li> <li>6. Recursos clave</li> <li>7. Actividades clave</li> <li>8. Socios Clave</li> <li>9. Estructura de costes</li> </ol> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Al final de tu trabajo, incluye tu lienzo canvas en una sola página, puedes ver un esquema del lienzo al final de este documento ( Consulta en tu PDF de LECTURA DE LIBRO)</li> </ul> <hr/> <p><sup>[1]</sup> Gunelius, Susan. Harry Potter. Cómo igualar un modelo de negocios impecable</p>	10 %
--------------------	---	-------------	---	------

24 de mayo de 2019	UNIDAD 13: Presupuesto del área e indicadores (Quercusoft)	Actividad 4	<p><i>Revisa tu PDF del TRABAJO FINAL, ahí encontrarás los detalles de cada actividad a realizar así como los materiales necesarios para desarrollarlo.</i></p> <p><b>TRABAJO FINAL</b>  <b>TRABAJO FINAL GERENCIA DE PRODUCTO</b>  <b>PROPUESTA DE INNOVACIÓN DISRUPTIVA (INÉDITO)</b></p> <p><b>Actividades a realizar:</b>          Crear un nuevo modelo de negocios, producto o servicio, a través del modelo canvas, basado en la innovación disruptiva y la metodología <i>Design Thinking</i>. Para ello, recurrirás a todo el contenido temático del semestre de la asignatura Gerencia de Producto como fundamento a tu contenido teórico.</p> <p><b>Materiales a entregar:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo escrito de mínimo 15 cuartillas (no incluye portada, bibliografía e imagen)</li> <li>• Lienzo canvas elaborado de forma profesional (información sintetizada en el esquema)</li> </ul> <p><b>Requisitos y parámetros a calificar:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Propuesta de negocios, producto o servicio</li> <li>• Extensión del escrito</li> <li>• Calidad técnica y de contenido de la información</li> <li>• Portada, bibliografía, notas finales y conclusiones</li> <li>• Contenido temático completo</li> <li>• Creatividad</li> <li>• Grado de disrupción en la propuesta de negocios, producto o servicio</li> <li>• Síntesis y análisis de la información</li> <li>• Ortografía y redacción</li> <li>• Contenido de Imagen, esquemas, infografías etc. ( No se incluyen en el contenido mínimo de la extensión del trabajo escrito)</li> </ul> <p><b>Metodologías:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Modelo Canvas</li> <li>2. Design Thinking</li> </ol> <p><b>Secciones del Proyecto:</b>          Tu trabajo, debe dar respuesta a las preguntas de cada sección, sin embargo no debes entregar un trabajo como cuestionario resuelto, debe ser un proyecto integral, producto de una propuesta real (inédita) de innovación disruptiva basado en la metodología <i>design thinking</i>, dividido en secciones, pero escrito a texto corrido y producto de un análisis minucioso y respaldado por un contenido teórico.</p> <p>*Consulta detalles en la carpeta correspondiente al trabajo final.</p>	25 %
--------------------	---	-------------	--	------

31 de mayo de 2019	UNIDAD 13: Presupuesto del área e indicadores (Quercusoft)	Actividad 5	<p>Revisa tu PDF de Mapas Mentales, ahí encontrarás los detalles de cada actividad, Así como un manual para poder elaborar correctamente los mapas mentales.</p> <p><b>MAPAS MENTALES</b> Valor: 10% del 100% total</p> <p><b>ELABORACIÓN DE MAPAS MENTALES COMO PREPACIÓ N PARA EL EXAMEN FINAL</b></p> <p><b>Actividades a realizar:</b> Elaborar 1 mapa mental por cada una de las unidades, es decir deberás entregar un documento de 13 mapas mentales.</p> <p><b>Materiales a entregar:</b></p> <p><b>Requisitos y parámetros a calificar:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Puedes apoyarte con algún software para hacerlos de manera digital (Consulta el manual de mapas mentales incluido en tu material, o puedes elaborarlos a mano y escanearlos para poderme hacer llegar tu trabajo.</li> <li>• Toda la información que requieres para elaborar tus mapas la encontrarás en tu material de cada unidad (apuntes, videos, infografías, manuales, libros etc., si tu lo consideras puedes usar otras fuentes de información, sólo revisa que sean fuentes confiables.</li> <li>• Debes entregar cada mapa por separado, es decir una página (del tamaño que sea) para cada mapa</li> <li>• Los formatos en que recibiré los mapas son PDF o JPG</li> <li>• La calificación de los mapas estará integrada por varios rubros: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Información completa y relevante sobre la unidad</li> <li>- Grado de síntesis de los temas</li> <li>- Modo analítico para presentar la información ( Que el mapa pueda ser entendido por cualquier persona aún sin información o formación previa en la materia)</li> <li>- Que sea una guía para que apruebes con éxito tu examen final de la materia</li> <li>- Debe demostrar un esfuerzo intelectual de integrar toda la información de la unidad</li> <li>- Creatividad</li> <li>- Uso de imágenes y materiales visuales colores, líneas, etc.</li> <li>- Limpieza</li> <li>- Profesionalismo</li> </ul> </li> </ul> <p>En tu archivo sobre mapas mentales te dejo una serie temas por unidad, como un apoyo para que elabores tus mapas, dichas listas no deberás entregarlas resueltas, sin embargo te serán útiles a igual que los mapas para prepararte para tu examen final.</p>	10 %
--------------------	---	-------------	--	------

## VII. Sistema de evaluación

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

Tu calificación será un reflejo del trabajo que realices o dejes de realizar, de forma más específica estará integrado por la evaluación de los siguientes aspectos:  
**PORCENTAJES**

Actividades de aprendizaje	15%
Mapas mentales finales (Cuestionarios de Reforzamiento)	10%
Lectura de libro	10%
Trabajo Final	25%
Examen Final	40%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

**Requisitos**

Las actividades de aprendizaje son de carácter obligatorio (14 actividades) cada una tiene un valor de 1%, excepto de la personal branding que vale 2% de tu calificación final; considera las fechas de entrega, te recomiendo que elabores un calendario para facilitar la organización de las entregas para la materia y demás asignaturas que llevas y de esta forma no olvidarás alguna entrega. Sigue las instrucciones que he marcado para cada actividad, en caso de que existan dudas de lo que debes realizar puedes consultarme para poder aclararlas previamente antes de las fechas límite. Toma en cuenta que la plataforma puede recibir las actividades aún cuando la fecha límite de entrega ya haya pasado, por lo que las entregas que no estén en tiempo **NO SERÁN CALIFICADAS**.

No olvides que la calificación en la plataforma se asigna en base de 10 puntos, es decir una actividad que esté muy bien y es entregada a tiempo, recibirá una calificación de 10, si le hace falta algo recibirá un 9 y así sucesivamente, pero los valores porcentuales son de 1% por actividad, dando un total de 15% para actividades obligatorias de aprendizaje, 10% mapas mentales de repaso( El sistema lo marca como cuestionarios de reforzamiento), 10 % Lectura de libro, Trabajo final 25% y finalmente 40% tu examen.

Lleva un registro de tus calificaciones obtenidas y el puntaje correspondiente, ya que la plataforma no arroja el promedio real. La comunicación asesor-alumno será continua, iré evaluando tus actividades y entregas marcadas conforme las vayan entregando, en cada caso obtendrás una retroalimentación y/o observaciones del trabajo realizado. La retroalimentación será a través de diversos medios: comentarios directos en la plataforma o consultas específicas a través de las sesiones del chat en los días y horarios establecidos para la materia; foros de discusión para temas particulares que se van realizando. Todas las actividades

<b>Porcentajes</b>	deberán fomentar la reflexión y análisis de los temas por estudiar.	
	Act. de aprendizaje	15 %
	Cuestionario de reforzamiento	10 %
	Examen Final	40 %
	Act. complementaria	35 %
	<b>TOTAL</b>	<b>100 %</b>

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

### VIII. Recursos y estrategias didácticas

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