

I. Datos de la institución

Plantel	 <p style="text-align: center;"> UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA Modalidad: A Distancia </p> 	Grado o Licenciatura	Licenciatura en Contaduría
---------	---	----------------------	----------------------------

II. Datos del asesor

Nombre	CABALLERO VALDERRAMA MARIA ISABEL	Correo	mcaballe@docencia.fca.unam.mx
--------	-----------------------------------	--------	-------------------------------

III. Datos de la asignatura

Nombre	DIAGNOSTICO DE MERCADOS	Clave	1213	Grupo	8202
Modalidad	Obligatoria	Plan	2012	Fecha de inicio del semestre	28 de enero de 2019
Horas de asesoría semanal	4	Horario	Lunes: 15:00 - 17:00 hrs Jueves: 15:00 - 17:00 hrs	Fecha de término del semestre	06 de junio de 2019

IV. Contenido temático

TEMA	HORAS		
	Total	Teoría	Práctica
I. Mezcla de la mercadotecnia	10	10	0
II. Estrategias de mercadotecnia	8	8	0
III. Creación de producto	8	8	0
IV. Investigaciones cualitativas	6	6	0

V. Investigaciones cuantitativas	6	6	0
VI. Publicidad ATL y BTL	6	6	0
VII. Mercadotecnia en internet	4	4	0
VIII. Conducta del consumidor	8	8	0
IX. Posicionamiento	8	8	0

V. Presentación general del programa

Seré tu asesor durante este curso, así que mi labor es ayudarte en tu proceso de aprendizaje, ya sea resolviendo tus dudas o sugirierte cómo aprovechar los contenidos en línea .

No dejes de preguntar cuanto sea necesario , las veces que consideres pertinentes. También n revisare el resultado de tus actividades de aprendizaje y tendras un comentario a cada una de ellas en un tiempo no mayor a 48 horas. Tus mensajes de correo serán contestados a más tardar al día siguiente.

VI. Forma en que el alumno deberá preparar la asignatura

Unidad 1 actividad Integradora lo que aprendí.

Con base en la información de la página de Alpura (<http://www.alpura.com/>), responde las siguientes preguntas. 1. ¿Cuál es la amplitud de productos de Alpura? 2. ¿Cuál es la profundidad de cada una de las líneas de productos de Alpura? 3. ¿Cuántos tipos de envases usa Alpura para sus productos y qué razones hay para que sean distintos entre las líneas de productos? 4. ¿Cuáles son las marcas que conforma la cartera de negocios de Alpura? 5. ¿Qué información proporciona al consumidor la etiqueta de los productos Alpura? 6. ¿Cuáles son los intangibles de los productos Alpura?

Realiza tu actividad en un procesador de textos, guárdala en tu computadora y una vez concluida, presiona el botón Examinar. Localiza el archivo, ya seleccionado, presiona subir este archivo para guardarlo en la plataforma

Unidad 2 actividad 2

Busca en Internet ejemplos de empresas mexicanas que en el último año han implementado estrategias de desarrollo de mercado en nuestro país o en el extranjero. Justifica tu respuesta. Realiza tu actividad en un procesador de textos, guárdala en tu computadora y una vez concluida, presiona el botón examinar. Localiza el archivo, ya seleccionado, presiona subir este archivo para guardarlo en la plataforma.

Unidad 3, actividad 2. Adjuntar archivo. Lee el texto “La creatividad sin fin” y, con base en su contenido, realiza un mapa conceptual. Indica con que puntos de esta unidad se relaciona.

Unidad 4, foro.

Unidad 4, actividad complementaria. Adjuntar archivo. A partir del estudio de la unidad, realiza la siguiente actividad, misma que encontraras en el foro de la asignatura. Define el Sistema de

información de Mercadotecnia (SIM).

Explica cada uno de los niveles de profundidad de una investigación(Página 85 del tema Métodos de Recolección de datos.

Es importante retroalimentar a uno de tus compañeros en su aportación, con respeto y tolerancia.

Cabe señalar que esta será colocada en el foro por tu asesor.

Unidad 5, actividad 2. Adjuntar archivo. Dominós Pizza esta pensando lanzar al mercado una cajita feliz, pero desea evaluar si tendrá aceptación en el mercado o se vera como copia de lo que hace McDonald's. Diseña a una propuesta de investigación de mercados descriptiva para este caso.

Unidad 6, actividad 2. Adjuntar archivo. Lee el artículo "El poder de una frase" y realiza un mapa conceptual de su contenido. Además, señala cual es la apelación creativa que usaron y por que eligieron esos medios de comunicación . Justifica tu respuesta.

Unidad 7, actividad 1. Adjuntar archivo. Busca en Internet cinco ejemplos de empresas mexicanas muy reconocidas en México y el mundo, y analiza la forma como han incorporado las redes sociales a su estrategia de mercadotecnia. Determina si realmente se comunican con sus consumidores o simplemente aplican una herramienta que aun no manejan adecuadamente. Justifica tus respuestas

Unidad 8, actividad 2. Adjuntar archivo. Imagina que estas casado(a) y que dentro de tres meses nacerá tu hijo(a). Tienes que decidir a que guardería lo llevaras. Lista la mayor cantidad de razones, motivos que tomaras en cuenta para responder las siguientes preguntas: a. ¿Por que llevaras a tu hijo a una guardería a a? b. ¿Por que elegir esa guardería a a? ¿Cuántas horas por día estará en la guardería ? d. ¿Qué costo de guardería contrataría ? Plantea el mismo caso a diez parejas (reales) y compara sus respuestas con las tuyas. Organiza la información y da tus conclusiones.

Unidad 9- cuestionario.

¿Qué es el posicionamiento? 2. ¿Por qué se llevo a hablar de las 5 P's de la mercadotecnia: producto, precio plaza, promoción, posicionamiento ? 3. ¿Cuál es la diferencia entre top of mind y share of mind? 4. ¿A qué se refiere el termino posición funcional? 5. ¿En que se basan las posiciones simbólicas ? 6. ¿Por que mercadotecnia recurre a las posiciones de experiencias? 7. ¿Por que es útil el mapa perceptual? 8. ¿Como ayuda el árbol de decisiones al área de mercadotecnia para fijar el posicionamiento de un producto o marca? 9. ¿En qué consiste la estrategia de posicionamiento precio-calidad? 10.¿Que tipo de estrategia de posicionamiento ayuda al producto o marca a resaltar el momento de uso?

CALENDARIO DE ACTIVIDADES

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

18 de febrero de 2019	UNIDAD 1: Mezcla de la mercadotecnia	Actividad 1	<p>Unidad 1 actividad Integradora lo que aprendí. Con base en la información de la página de Alpura (http://www.alpura.com/), responde las siguientes preguntas. 1. ¿Cuál es la amplitud de productos de Alpura? 2. ¿Cuál es la profundidad de cada una de las líneas de productos de Alpura? 3. ¿Cuántos tipos de envases usa Alpura para sus productos y qué razones hay para que sean distintos entre las líneas de productos? 4. ¿Cuáles son las marcas que conforma la cartera de negocios de Alpura? 5. ¿Qué información proporciona al consumidor la etiqueta de los productos Alpura? 6. ¿Cuáles son los intangibles de los productos Alpura?</p> <p>Realiza tu actividad en un procesador de textos, guárdala en tu computadora y una vez concluida, presiona el botón Examinar. Localiza el archivo, ya seleccionado, presiona subir este archivo para guardarlo en la plataforma.</p>	10 %
28 de febrero de 2019	UNIDAD 2: Estrategias de mercadotecnia	Actividad 2	<p>Unidad 2 actividad 2 Busca en Internet ejemplos de empresas mexicanas que en el último año han implementado estrategias de desarrollo de mercado en nuestro país o en el extranjero. Justifica tu respuesta. Realiza tu actividad en un procesador de textos, guárdala en tu computadora y una vez concluida, presiona el botón examinar. Localiza el archivo, ya seleccionado, presiona subir este archivo para guardarlo en la plataforma.</p>	5 %
11 de marzo de 2019	UNIDAD 3: Creación de producto	Actividad 3	<p>Unidad 3, actividad 2. Adjuntar archivo. Lee el texto “La creatividad sin fin” y, con base en su contenido, realiza un mapa conceptual. Indica con que puntos de esta unidad se relaciona.</p>	5 %
21 de marzo de 2019	UNIDAD 4: Investigaciones cualitativas	Actividad 4	<p>Unidad 4, foro. Unidad 4, actividad complementaria. Adjuntar archivo. A partir del estudio de la unidad, realiza la siguiente actividad, misma que encontraras en el foro de la asignatura. Define el Sistema de información de Mercadotecnia (SIM). Explica cada uno de los niveles de profundidad de una investigación(Página 85 del tema Métodos de Recolección de datos. Es importante retroalimentar a uno de tus compañeros en su aportación, con respeto y tolerancia.</p>	10 %
01 de abril de 2019	UNIDAD 5: Investigaciones cuantitativas	Actividad 5	<p>Unidad 5, actividad 2. Adjuntar archivo. Dominós Pizza esta pensando lanzar al mercado una cajita feliz, pero desea evaluar si tendrá aceptación en el mercado o se vera como copia de lo que hace McDonald’s. Diseña a una propuesta de investigación de mercados descriptiva para este caso.</p>	5 %
22 de abril de 2019	UNIDAD 6: Publicidad ATL y BTL	Actividad 6	<p>Unidad 6, actividad 2. Adjuntar archivo. Lee el artículo “El poder de una frase” y realiza un mapa conceptual de su contenido. Además, señala cual es la apelación creativa que usaron y por que eligieron esos medios de comunicación . Justifica tu respuesta.</p>	5 %
29 de abril de 2019	UNIDAD 7: Mercadotecnia en internet	Actividad 7	<p>Unidad 7, actividad 1. Adjuntar archivo. Busca en Internet cinco ejemplos de empresas mexicanas muy reconocidas en México y el mundo, y analiza la forma como han incorporado las redes sociales a su estrategia de mercadotecnia. Determina si realmente se comunican con sus consumidores o simplemente aplican una herramienta que aun no manejan adecuadamente. Justifica tus respuestas</p>	5 %

06 de mayo de 2019	UNIDAD 8: Conducta del consumidor	Actividad 8	Unidad 8, actividad 2. Adjuntar archivo. Imagina que estas casado(a) y que dentro de tres meses nacerá tu hijo(a). Tienes que decidir a que guardería lo llevaras. Lista la mayor cantidad de razones, motivos que tomaras en cuenta para responder las siguientes preguntas: a. ¿Por que llevaras a tu hijo a una guardería a a? b. ¿Por que elegir esa guardería a a? ¿Cuántas horas por día estará en la guardería ? d. ¿Qué costo de guardería contrataría ? Plantea el mismo caso a diez parejas (reales) y compara sus respuestas con las tuyas. Organiza la información y da tus conclusiones.	10 %
20 de mayo de 2019	UNIDAD 9: Posicionamiento	Actividad 9	1. Unidad 9, actividad 1. Adjuntar archivo. Pide a 20 personas de tu entorno, amigos o familiares, que te proporcionen la mayor cantidad de marcas que conozcan (sin que los ayudes) sobre las siguientes categorías de productos: · Refrescos de cola · Leche líquida · Papel higiénico, Champú para el cabello Con las respuestas obtenidas, determina el top of mind y share of mind de cada categoría.	5 %
27 de mayo de 2019	UNIDAD 9: Posicionamiento	Actividad 9	Unidad 9- cuestionario. ¿Qué es el posicionamiento? 2. ¿Por qué se llega a hablar de las 5 P's de la mercadotecnia: producto, precio plaza, promoción, posicionamiento ? 3. ¿Cual es la diferencia entre top of mind y share of mind? 4. ¿A qué se refiere el termino posición funcional? 5. ¿En que se basan las posiciones simbólicas ? 6. ¿Por que mercadotecnia recurre a las posiciones de experiencias? 7. ¿Por que es útil el mapa perceptual? 8. ¿Como ayuda el árbol de decisiones al área de mercadotecnia para fijar el posicionamiento de un producto o marca? 9. ¿En qué consiste la estrategia de posicionamiento precio-calidad? 10.¿Que tipo de estrategia de posicionamiento ayuda al producto o marca a resaltar el momento de uso?	10 %

VII. Sistema de evaluación

FACTORES	DESCRIPCIÓN
Requisitos	<p>Al finalizar el semestre (3 al 8 de Junio 2019) presentarás un examen que contempla todos los temas de la asignatura (programa de la asignatura Plan 2012). Debes tener presente que solo tienes un intento y 110 minutos para contestarlo y que al terminar ese tiempo se cerrará automáticamente, enviando la calificación obtenida. Presentar tus actividades con una caratula que contenga lo siguiente: Tu nombre, nombre del profesor, carrera , asignatura, actividad, bibliografía a en formato APA, enlaces: : Publicación académica especializada http://www.cva.itesm.mx/biblioteca/pagina_con_formato_version_oct/apa.htm o paginas web.</p> <p>Cuando la realización de una actividad implique hacer una investigación, deberás buscar fuentes oficiales, como libros, revistas, artículos, etcétera, en dos fuentes meso gráficas diferentes a los apuntes electrónicos y hacer la cita de los mismos en formato APA. Ya que si no lo haces incurren en plagio.</p> <p>Revisar el temario, así como sus ponderaciones. Cubrir en totalidad las actividades para presentar el examen final. Tienes que estudiar los apuntes de la materia para realizar tu examen. El último día para subir actividades es el 27 de mayo 2019 .</p>

Porcentajes	Act. de aprendizaje	40 %
	Cuestionario de reforzamiento	10 %
	Examen Final	30 %
	Foros	10 %
	Act. lo que aprendí	10 %
	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

Elaboración de Actividades de Aprendizaje	(X)
Procesadores de Texto, Hojas de Cálculo y Editores de Presentación	(X)
Plataforma Educativa	(X)
Foro Electrónico	(X)
Chat	(X)
Correo Electrónico	(X)
Sitios de Internet	(X)
Plan de Trabajo	(X)