

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 | BUTRON GUTIERREZ ETHEL ALEJANDRA | Correo | ebutron@fca.unam.mx |
|--------|----------------------------------|--------|---------------------|

III. Datos de la asignatura

| | | | | | |
|---------------------------|------------------------------|---------|--|-------------------------------|---------------------|
| Nombre | FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA | Clave | 1346 | Grupo | 8353 |
| Modalidad | Obligatoria | Plan | 2012 | Fecha de inicio del semestre | 28 de enero de 2019 |
| Horas de asesoría semanal | 4 | Horario | Lunes: 13:00 - 15:00 hrs Miércoles: 13:00 - 15:00 hrs | Fecha de término del semestre | 05 de junio de 2019 |

IV. Contenido temático

| TEMA | HORAS | | |
|--|-------|--------|----------|
| | Total | Teoría | Práctica |
| I. Conceptos fundamentales de la mercadotecnia | 8 | 8 | 0 |
| II. La mezcla de la mercadotecnia | 6 | 6 | 0 |
| III. Producto | 12 | 12 | 0 |

| | | | |
|---|----|----|---|
| IV. Plaza (Mercado, Distribución) | 14 | 14 | 0 |
| V. Precio | 6 | 6 | 0 |
| VI. Promoción | 14 | 14 | 0 |
| VII. La responsabilidad social de la función de mercadotecnia | 4 | 4 | 0 |

V. Presentación general del programa

Hola para mí es un placer darles la más cordial bienvenida y hacerles llegar un gran saludo. Tengo el gusto de ser su asesora durante este semestre 2018-2. Mi labor es ayudarlos y acompañarlos en su proceso de aprendizaje. Mediante las sesiones de chat programadas todos los días lunes y miércoles de 13:00 a 15:00 hrs. sientan la confianza y no duden en hacerme llegar sus preguntas de todo lo referente al curso. Las respuestas de sus actividades o relacionadas con la materia serán enviadas vía plataforma o mensajería de la misma para así evitar que se pierda el mensaje o demore su respuesta, 2 por lo que les pido revisen su bandeja de Entrada y Correo no Deseado y mensajería de la plataforma de manera regular y tengan actualizados sus datos en su perfil para evitar demoras y barreras de comunicación. No olviden darse tiempo para navegar y familiarizarse dentro de la plataforma y la asignatura. De igual manera les pido sean el Plan de Trabajo con los lineamientos y recomendaciones para que esta asignatura sea satisfactoria para todos y lograr las metas. Un cordial saludo y nuevamente bienvenido a su plataforma

VI. Forma en que el alumno deberá preparar la asignatura

Forma en que el alumno deberá preparar la asignatura Para la presentación de esta asignatura te aconsejo que procures apearte al calendario de actividades que están marcadas dentro del plan de trabajo, de preferencia lo más posible, debido a que si no entregan en tiempo y forma sus actividades te retrasaran. Es importante que consideres la entrega a tiempo de actividades ya que es muy importante, dado que si no las entregas en tiempo se calificaran con ponderación menor a la establecida en el pan de trabajo. Las actividades deberán ser entregadas según estén establecidas en hora y fecha. Cada actividad, investigación, etc deberán tener la ficha bibliográfica como pie de página y. Toda actividad, cuestionario que sea copiado de algún otro libro, revista cuaderno, periódico, internet, sera descartado y no tendrá ningún valor ponderativo, es decir, se cancelara automáticamente

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: Conceptos fundamentales de la mercadotecnia | Act. lo que aprendí | A partir de esta unidad y hasta la última estarás aplicando temas concretos de cada unidad y al final del semestre tendrás un estudio sobre un producto de una empresa. Elige una empresa mediana o grande, sea nacional o extranjera y que cuente con diversas líneas de productos y 4 o más competidores fácilmente identificables. Es recomendable que la empresa cuente con un sitio Web para que se te facilite el acceso a la información que en cada unidad se solicitará, además de complementar tu búsqueda de información en sitios especializados en negocios/mercadotecnia. Para esta primera unidad, realiza lo que se pide a continuación: 1. Introducción: escribe por qué has elegido esta empresa y su importancia. 2. Breve historia de la empresa: describe los 10 eventos más importantes de la empresa elegida en nuestro país. 3. Mercado: identifica lo siguiente: a. Tipo de mercado en que se encuentra la empresa (industrial, de servicios, oligopólico, por ejemplo). b. Localización de mercado (local, regional, por ejemplo). c. Distribución geográfica (presencia de sus productos/servicios). d. Describe las principales variables del entorno social, económico y político relevantes para la empresa. e. Principales fortalezas y debilidades de los competidores de la empresa. Realiza tu actividad en un procesador de textos, guárdala en tu computadora y una vez que concluyas, presiona el botón Añadir envío. Oprime Agregar y selecciona el archivo; presiona Subir este archivo y finaliza con Guardar cambios | 5 % |
| 25 de febrero de 2019 | UNIDAD 2: La mezcla de la mercadotecnia | Actividad 1 | Identifica la mezcla de mercadotecnia para la marca de leche que consumes regularmente, describiendo los siguientes aspectos: a. Características del producto. b. Precio de venta al consumidor y al mayoreo. c. Lugar donde se encuentra disponible. d. Promociones que pueda mantener. Realiza tu actividad en un procesador de textos, guárdala en tu computadora y una vez que concluyas, presiona el botón Añadir envío. Oprime Agregar y selecciona el archivo; presiona Subir este archivo y finaliza con Guardar cambios. | 5 % |
| 06 de marzo de 2019 | UNIDAD 2: La mezcla de la mercadotecnia | Act. lo que aprendí | Los dos puntos que desarrollarás para tu trabajo en esta unidad están enfocados en la empresa que has elegido. Por tanto, identifica claramente lo que se pide y organiza la información de tal forma que describas la mezcla de mercadotecnia. 1. En una tabla, indica lo siguiente: a) Productos/servicios que ofrece la empresa así como sus principales características (año de lanzamiento al mercado, principales beneficios/funciones del producto/servicio, por ejemplo). b) Plaza: los lugares donde se puede adquirir el producto/servicio (tiendas de conveniencia, tiendas de autoservicio o departamentales, franquicias, por ejemplo). c) Promoción: indica si promociona con cierta frecuencia sus productos/servicios. 2. Modelo ampliado de la mezcla de mercadotecnia. Describe cómo es que la empresa aplica las 3 P adicionales para el servicio. Toma como referencia el esquema de Lerma y aplícalo a la empresa elegida. Realiza tu actividad en un procesador de textos, guárdala en tu computadora y una vez que concluyas, presiona el botón Añadir envío. Oprime Agregar y selecciona el archivo; presiona Subir este archivo y finaliza con Guardar cambios | 5 % |
| 13 de marzo de 2019 | UNIDAD 3: Producto | Actividad 3 | Indica el tipo de materiales usados comúnmente para el embalaje de los siguientes productos. Justifica tu respuesta. •Figura de porcelana. •Refrigerador. •Computadora de escritorio. •Maceta de barro. •Enciclopedia. Realiza tu actividad en un procesador de textos, guárdala en tu computadora y una vez que concluyas, presiona el botón Añadir envío. Oprime Agregar y selecciona el archivo; presiona Subir este archivo y finaliza con Guardar cambios | 5 % |

| | | | | |
|---------------------|---|---------------------|--|-----|
| 20 de marzo de 2019 | UNIDAD 3: Producto | Act. lo que aprendí | A partir de esta unidad y hasta la unidad 6 las actividades que llevarás a cabo se centran en una sola presentación del producto/servicio que elegiste. Es importante que quede claro que se trata de uno solo, no de una línea de productos de la empresa. Por ejemplo, si elegiste una empresa que vende productos lácteos, tendrías que elegir entre leche entera, leche deslactosada, crema, mantequilla, etc. Si decidieras enfocarte en la leche entera, debes elegir si desarrollarás tu actividad con la presentación de 1 litro o de 250 ml. Para esta tercera unidad, realiza lo que se pide a continuación: 1. Producto/servicio a) Describe el producto central, producto real y producto aumentado. b) Tipo de producto: indica si es de conveniencia, de compras, de especialidad o no buscado. Justifica tu respuesta. 2. Estrategia por atributos del producto: describe los atributos del producto (calidad, estilo y diseño del producto). 3. Estrategias de envase y empaque: identifica y describe los siguientes elementos: materiales utilizados, forma, estética y dimensiones. 4. Estrategias de etiqueta: indica los elementos que aparecen en el envase/empaque del producto. 5. Estrategias de marca: describe los siguientes elementos: a) Slogan. b) Logotipo y mascota (si la hay). c) Posicionamiento de la marca: identifica el tipo de posicionamiento que tiene el producto (posicionamiento bajo, medio o fuerte). Realiza tu actividad en un procesador de textos, guárdala en tu computadora y una vez que concluyas, presiona el botón Añadir envío. Oprime Agregar y selecciona el archivo; presiona Subir este archivo y finaliza con Guardar cambios. | 5 % |
| 03 de abril de 2019 | UNIDAD 4: Plaza (Mercado, Distribución) | Actividad 3 | Completa la información faltante en la siguiente tabla. Puedes apoyarte en la información proporcionada en los sitios Web de cada cadena de autoservicio. Realiza tu actividad en un procesador de textos, guárdala en tu computadora y una vez que concluyas, presiona el botón Añadir envío. Oprime Agregar y selecciona el archivo; presiona Subir este archivo y finaliza con Guardar cambios | 5 % |
| 10 de abril de 2019 | UNIDAD 4: Plaza (Mercado, Distribución) | Act. lo que aprendí | En esta unidad identificarás diversos elementos relacionados con la "P" de plaza para el producto elegido previamente. Realiza lo que se pide a continuación: 1. Merchandising: elige un punto de venta que te resulte cercano o en el que acostumbras realizar la compra del producto y describe la mayor cantidad de elementos de merchandising que presenta el producto. Puedes apoyarte con fotos/imágenes. 2. Canales de distribución: identifica a) Dimensión vertical del canal, es decir, cantidad de niveles en el canal de distribución. b) Dimensión horizontal, es decir, si se trata de distribución intensiva, selectiva o exclusiva. 3. Elabora una tabla donde muestres los formatos de las distintas cadenas de autoservicio donde se vende el producto. Ejemplo: la cadena Wal-Mart tiene los siguientes formatos de tiendas: Bodega Aurrerá, Wal-Mart Super Center, Superama, etc. Realiza tu actividad en un procesador de textos, guárdala en tu computadora y una vez que concluyas, presiona el botón Añadir envío. Oprime Agregar y selecciona el archivo; presiona Subir este archivo y finaliza con Guardar cambios. | 5 % |

| | | | | |
|---------------------|---------------------|---------------------|--|-----|
| 22 de abril de 2019 | UNIDAD 5: Precio | Act. lo que aprendí | <p>En esta ocasión tendrás que realizar un ejercicio de comparación de precios entre el producto/servicio que has elegido y el precio de los principales competidores. Tendrás que observar además las variaciones que pudiera haber en el precio en los distintos formatos de tiendas de autoservicio que te queden más próximos, tanto para el producto elegido como el precio de los productos competidores. Es muy importante que tengas presente que los productos/servicios de los principales competidores sean de la misma presentación que el producto/servicio que estás estudiando para que sean comparables. Realiza lo siguiente: 1. Percepción del mercado acerca del precio: con base en la ecuación del valor que aparece en los apuntes, describe los beneficios totales y los costos totales relacionados con el producto/servicio elegido y determina si hay valor o no. 2. Estrategia de precio: de los distintos tipos de estrategias propuestos por los autores mencionados en los apuntes, determina cuál es la estrategia que la empresa ha elegido y justifica tu elección. 3. Comparación de precios entre el producto y los competidores: elabora una tabla donde organices lo siguiente: a) Precio actual del producto/servicio en diferentes formatos de tiendas de autoservicio cercanas a ti. b) Precio actual del producto/servicio de los principales productos competidores (3 o 4) en esos mismos formatos de tiendas de autoservicio cercanas a ti. Realiza tu actividad en un procesador de textos, guárdala en tu computadora y una vez que concluyas, presiona el botón Añadir envío. Oprime Agregar y selecciona el archivo; presiona Subir este archivo y finaliza con Guardar cambio</p> | 5 % |
| 29 de abril de 2019 | UNIDAD 6: Promoción | Actividad 1 | <p>Elige 5 categorías de productos (alimentos, bebidas, aparatos electrónicos, electrodomésticos, muebles, ropa) que actualmente tengan promociones de ventas. Completa la siguiente tabla e indica qué promoción es más atractiva y por qué. Realiza tu actividad en un procesador de textos, guárdala en tu computadora y una vez que concluyas, presiona el botón Añadir envío. Oprime Agregar y selecciona el archivo; presiona Subir este archivo y finaliza con Guardar cambio</p> | 5 % |
| 06 de mayo de 2019 | UNIDAD 6: Promoción | Actividad 3 | <p>Identifica empresas grandes, mexicanas o extranjeras, que pertenezcan a los siguientes sectores: bancos, bebidas y productos de consumo. A continuación elige un banco, una empresa que venda bebidas y otra para productos de consumo y realiza lo siguiente. a) Identifica los principales públicos con los que tiene contacto y describe la relación con ellos. b) Identifica las herramientas que utiliza para sus relaciones públicas y describe qué tan efectivas. Justifica tu respuesta. Realiza tu actividad en un procesador de textos, guárdala en tu computadora y una vez que concluyas, presiona el botón Añadir envío. Oprime Agregar y selecciona el archivo; presiona Subir este archivo y finaliza con Guardar cambio</p> | 5 % |
| 13 de mayo de 2019 | UNIDAD 6: Promoción | Actividad 4 | <p>Lista y evalúa las actividades llevadas a cabo por el vendedor que recientemente te haya asesorado en la compra de cualquiera de los siguientes productos: teléfono celular, equipo de cómputo, equipo de entretenimiento (televisor, reproductor DVD, equipo de sonido). Justifica tus respuestas. Realiza tu actividad en un procesador de textos, guárdala en tu computadora y una vez que concluyas, presiona el botón Añadir envío. Oprime Agregar y selecciona el archivo; presiona Subir este archivo y finaliza con Guardar cambios</p> | 5 % |

| | | | | |
|--------------------|--|---------------------|---|-----|
| 22 de mayo de 2019 | UNIDAD 7: La responsabilidad social de la función de mercadotecnia | Actividad 2 | Ingresa a y realiza las siguientes actividades: a) Determina el beneficio directo que reciben los indígenas empleados por la empresa. b) ¿Consideras que la publicidad actual de la empresa en los medios masivos de comunicación permite dar a conocer a la sociedad la labor de estos indígenas al decorar los zapatos tenis que comercializa en puntos de venta exclusivos? Justifica tu respuesta. Responsabilidad social Converse. (2015) Obtenido de http://www.responsabilidadsocial.org.mx/ Realiza tu actividad en un procesador de textos, guárdala en tu computadora y una vez que concluyas, presiona el botón Añadir envío. Oprime Agregar y selecciona el archivo; presiona Subir este archivo y finaliza con Guardar cambios | 5 % |
| 29 de mayo de 2019 | UNIDAD 7: La responsabilidad social de la función de mercadotecnia | Act. lo que aprendí | En esta ocasión retomarás a la empresa en su conjunto, no al producto con el que estuviste trabajando en las unidades 3 a 6. Espero que te haya resultado muy enriquecedor aplicar los conocimientos adquiridos en la empresa y producto que seleccionaste. Realiza lo siguiente: a) Determina la forma en que la empresa lleva a cabo acciones de responsabilidad social. b) Indica y describe si la empresa ha implementado alguna campaña de mercadotecnia social. c) Elabora tus conclusiones sobre la empresa y el producto que trabajaste a lo largo del curso. Realiza tu actividad en un procesador de textos, guárdala en tu computadora y una vez que concluyas, presiona el botón Añadir envío. Oprime Agregar y selecciona el archivo; presiona Subir este archivo y finaliza con Guardar cambios | 5 % |

VII. Sistema de evaluación

| FACTORES | DESCRIPCIÓN | | | | | | | | |
|--|---|---------------------|------|--------------|------|---------------------|------|-------|-------|
| Requisitos | Examen Final. Al finalizar el semestre, presentarás un examen que contempla todos los temas de la asignatura (programa de la asignatura Plan 2012). Debes tener presente que sólo tienes un intento y 120 minutos para contestarlo y que al terminar ese tiempo se cerrará automáticamente, enviando la calificación obtenida | | | | | | | | |
| Porcentajes | <table> <tr> <td>Act. de aprendizaje</td> <td>35 %</td> </tr> <tr> <td>Examen Final</td> <td>35 %</td> </tr> <tr> <td>Act. lo que aprendí</td> <td>30 %</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>100 %</td> </tr> </table> | Act. de aprendizaje | 35 % | Examen Final | 35 % | Act. lo que aprendí | 30 % | TOTAL | 100 % |
| Act. de aprendizaje | 35 % | | | | | | | | |
| Examen Final | 35 % | | | | | | | | |
| Act. lo que aprendí | 30 % | | | | | | | | |
| TOTAL | 100 % | | | | | | | | |
| <p>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.</p> | | | | | | | | | |

VIII. Recursos y estrategias didácticas

| | |
|---|-----|
| Lecturas Obligatorias | (X) |
| Trabajos de Investigación | (X) |
| Elaboración de Actividades de Aprendizaje | (X) |

| | |
|--|-----|
| Procesadores de Texto, Hojas de Cálculo y Editores de Presentación | (X) |
| Videos | (X) |
| Plataforma Educativa | (X) |
| Chat | (X) |
| Sitios de Internet | (X) |
| Plan de Trabajo | (X) |