



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	NUÑEZ MORENO KARINA	Correo	bcde30@docencia.fca.unam.mx
--------	---------------------	--------	-----------------------------

III. Datos de la asignatura

Nombre	FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA	Clave	1346	Grupo	8354
Modalidad	Obligatoria	Plan	2012	Fecha de inicio del semestre	28 de enero de 2019
Horas de asesoría semanal	4	Horario	Lunes: 20:00 - 22:00 hrs Miércoles: 20:00 - 22:00 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

Bienvenido(a)

Es una puerta importante la que estás por iniciar, será importante que enfoques esta meta, como una de tus prioridades y realices un esfuerzo a pesar de cualquier situación inesperada a nivel personal-académico que pueda acontecer a lo largo de este ciclo escolar.

Como tu asesora, estaré motivando este proceso creando una experiencia satisfactoria que puedas disfrutar, apropiándote mejor del contenido de la materia; por medio de encontrar un "Valor Agregado" en la dinámica del curso, para obtener un "Aprendizaje Significativo", aplicando la teoría en la práctica, en tu quehacer personal y laboral.

En esta asignatura comprenderás los *conceptos básicos de la mercadotecnia*, su utilidad, objetivo y su aplicación en el campo de las organizaciones, siempre con un enfoque de análisis, desarrollo de habilidades y conocimientos, pensamiento crítico; frente a todos los elementos y factores que intervienen con *un marco ético y de responsabilidad social*.

Es importante ver el Calendario en este documento, todas las actividades que vienen en plataforma, serán importantes que realices, y sólo las que estén planteadas en este documento (plan de trabajo) serán consideradas en el porcentaje de tu evaluación para el curso.

Nuevamente Bienvenido (a)

Atentamente

Asesora Karina Núñez Moreno (Miss Kari)

VI. Forma en que el alumno deberá preparar la asignatura

PASO 1: PARTICIPACIÓN EN FORO_Revisión constante en dicha sección. Es de suma importancia, que antes de iniciar el curso participes o le des lectura a las secciones que se vayan abriendo en foro. Todo lo que necesites estará ahí junto con los archivos que podrás descargar:

1.- *FORMATO_para_Entrega de Actividades*

2.- *Plan de Trabajo actualizado* (cualquier diferencia en plataforma, sigue el plan de trabajo proporcionado)

Nota: Es importante que por cada unidad consultes si se abrió alguna nueva sección en foro. Recuerda que las participaciones en foro tienen una ponderación en la evaluación del curso.

PASO 2: Contacto por MNS en plataforma y CHAT (asesorías). La comunicación será por plataforma, únicamente se aceptarán y calificarán las tareas que estén en plataforma, no se aceptan tareas por mail.

PASO 3: FORMATO para ENTREGA DE ACTIVIDADES . Todas tus ACTIVIDADES las deberás subir en este FORMATO ESPECÍFICO, que podrás descargar en Foro General. En caso de no entregarlo con ese formato, se verá afectada tu calificación, ya que es uno de los aspectos que se consideran, a parte del contenido y tiempos de entrega.

Nota: Dentro del formato viene un punto que tendrán que realizar en TODAS las actividades que se especifica en el plan de trabajo, el cual, es plasmar al final de tu trabajo el "Valor Agregado de la Actividad", que es una reflexión respecto a contestar:

¿En qué forma te ayudo la información o actividad, tanto a nivel personal como laboral?

Esta parte es muy importante para la ponderación en los criterios de evaluación.

PASO 4: Revisión de las secciones de la ASIGNATURA EN PLATAFORMA. Antes de que inicies tu trabajo en línea, revisa las siguientes secciones de cómo se encuentra constituida la asignatura en la plataforma: Introducción. Objetivo de la asignatura. Estructura conceptual.

PASO 5: REPORTA a tu asesora por mns (mensaje) en plataforma que finalizaste tus actividades, lo mismo para cuando presentes tu Examen Final.

FINAL DEL CURSO: La asesora te enviará por mns a plataforma tu calificación Final. Al finalizar el semestre, presentarás un examen que contempla todos los temas de la asignatura. Debes tener presente que sólo tienes un intento, investiga el tiempo que dura el examen y cuenta con disponibilidad de 3 horas, aunque la duración es menor. para contestarlo. Al terminar el límite de apertura del examen se cerrará automáticamente, enviando la calificación obtenida.

¡Bienvenido y mucho éxito!

Atentamente

Asesora Karina Núñez Moreno (Miss Kari)

CALENDARIO DE ACTIVIDADES

Fecha	No. Unidad	No. Actividad	Descripción de la de actividad de acuerdo a la plataforma	Ponderación
20 de febrero de 2019	UNIDAD 1: Conceptos fundamentales de la mercadotecnia	Foros	FOROS / FORO DE BIENVENIDA En el Foro General se van a estar abriendo diferentes secciones para que participes, todas tus participaciones se suman para ponderar esto con tu calificación final del curso. Empieza participando en el " <i>Foro de Bienvenida</i> "	5 %

27 de febrero de 2019	UNIDAD 1: Conceptos fundamentales de la mercadotecnia	Actividad 1	<p>Elabora un mapa conceptual en el cual incluyas todos los conceptos vistos en esta unidad 1, así como la relación que existe entre ellos.</p> <p>¿Cómo realizo mi mapa conceptual? Ingresa a la siguiente dirección electrónica de bubbl y utiliza la herramienta que ahí se presenta (si lo deseas, puedes inscribirte o sólo pulsar sobre el botón brainstorming session. Cuando hayas terminado selecciona en el Menú inferior Export y hazlo como imagen jpg. Software gratuito http://www.bubbl.us/edit.php Tutoriales de BUBBL.US http://www.youtube.com/watch?v=4mFkEwnUg5c&feature=related http://www.youtube.com/watch?v=AlIXU_3nktU</p> <p>Nota de la asesora: Usa el Formato para ACT con su estructura básica. Es importante que cuando realices tu mapa conceptual, no seas concreto, identifica los componentes generales y después vas a detallar cada uno de ellos, sé más detallista en la creación de tu mapa; agregando características, definiciones u otros elementos particulares que consideres necesarios para familiarizarte con los términos básicos. Posterior a esto, anexarás imágenes claves a tu mapa que nos puedan dar a entender las relaciones de los elementos de tu mapa. Abajo de tu mapa pondrás de manera redactada ¿Cuál es el mensaje principal de tu mapa?... Mi mensaje principal es... Copiarás tu mapa en JPG y lo guardarás en el Formato de Actividades proporcionado por tu asesora, por lo cual, no olvides elaborar el Valor Agregado de la Actividad y recuerda anexar tus referencias al final de tu trabajo.</p>	10 %
06 de marzo de 2019	UNIDAD 2: La mezcla de la mercadotecnia	Actividad 2	<p>CUESTIONARIO 2</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Explica qué es la mezcla de mercadotecnia.</i> 2. <i>¿Qué es el plan de mercadotecnia?</i> 3. <i>¿Cuál es la importancia de la mezcla de mercadotecnia en un plan de mercadotecnia?</i> 4. <i>Define producto.</i> 5. <i>Define precio.</i> 6. <i>Define plaza.</i> 7. <i>Define promoción.</i> 8. <i>¿Cuáles son las 4 C y las 3 P del modelo ampliado de la mezcla de mercadotecnia y en qué consisten?</i> <p>Nota de la asesora: Recuerda utilizar el Formato Específico de ACT y al final de tu trabajo, con su estructura básica (portada, introducción, preguntas y respuestas, conclusiones, Valor Agregado de la ACT, que es una reflexión de lo que te dejo realizarla, así como, anexar las referencias. Las respuestas son amplias.</p>	10 %
13 de marzo de 2019	UNIDAD 3: Producto	Actividad 3	<p>Indica el tipo de materiales usados comúnmente para el embalaje de los siguientes productos. Justifica tu respuesta.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Figura de porcelana.</i> • <i>Refrigerador.</i> • <i>Computadora de escritorio.</i> • <i>Maceta de barro.</i> • <i>Enciclopedia.</i> <p>Nota de la asesora: Usa el Formato de ACT con la estructura básica, anexa una tabla con las características de cada material y su imagen, fotografía o ilustración. Redacta sobre tu conocimiento sobre el embalaje: definición, características y usos, así como datos que te parecieran curiosos del tema. Anexa al final un link de un Vídeo que te pareció interesante en tu búsqueda en youtube sobre el tema embalaje</p>	10 %

27 de marzo de 2019	UNIDAD 4: Plaza (Mercado, Distribución)	Actividad 1	<p>En una tienda de autoservicio cercana a tu domicilio identifica y describe la mayor cantidad de elementos fundamentales del merchandising y organiza la información de forma que se identifique claramente lo siguiente:</p> <p><i>a. Ubicación de la tienda (atracción, accesibilidad, ubicación, tipo de establecimiento, tipo de clientela, tipo de zona y superficie de venta). b. Arquitectura interior de la tienda (pasillos, circulación, mobiliario). c. Artículos (surtido, artículos imán y de gancho, colocación de los productos). d. Motivación de la compra (promociones vigentes el día de tu visita, motivación en el punto de venta).</i></p> <p>Nota de la asesora: En esta actividad NO es necesario que tomen con su celular fotografías dentro de la tienda identificando el merchandising, pueden hacer una búsqueda de imágenes que reflejen fotos de establecimientos y espacios con ubicaciones estratégicas del merchandising. Se anexarán en el trabajo etiquetas identificando el concepto. Anexarás información explicando el merchandising su definición y datos que encuentres interesantes respecto al tema. Recuerda utilizar el Formato Especifico de ACT</p>	10 %
10 de abril de 2019	UNIDAD 5: Precio	Actividad 5	<p>CUESTIONARIO 5</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>¿Cómo se definen los siguientes términos: precio, honorarios, cuota, canon, tasa y matrícula?</i> 2. <i>¿Por qué es importante la percepción del mercado cuando se aumenta el precio de un producto? Ejemplifica con un caso reciente.</i> 3. <i>¿Cuáles son los factores internos que se consideran para fijar el precio de un producto o servicio?</i> 4. <i>¿Cuáles son los perfiles de consumidores-segmentos de mercado que se deben tomar en cuenta al fijar el precio de un producto/servicio?</i> 5. <i>¿Cómo se definen los siguientes términos: costo fijo, costo variable, costo total y costo marginal?</i> 6. <i>¿Cómo se define el punto de equilibrio y qué suposición hace sobre los costos totales fijos?</i> 7. <i>¿Por qué es importante considerar la ley de la demanda y la oferta para fijar el precio?</i> 8. <i>¿Cuál es la diferencia entre una estrategia de precio de atracción y una estrategia de precio de carnada?</i> 9. <i>¿Cuáles son los factores de ajuste en el precio que puede considerar una empresa para su producto/servicio?</i> 10. <i>¿Cuáles son las políticas de precio que puede considerar una empresa?</i> <p>Nota de la asesora: Recuerda utilizar el Formato Especifico de ACT y al final de tu trabajo, con su estructura básica (portada, introducción, preguntas y respuestas, conclusiones, Valor Agregado de la ACT, que es una reflexión de lo que te dejo realizarla, así como, anexar las referencias. Las respuestas son amplias.</p>	10 %

08 de mayo de 2019	UNIDAD 6: Promoción	Actividad 6	<p>CUESTIONARIO 6</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuál es la diferencia entre mezcla promocional y promoción de ventas? 2. ¿Qué es la publicidad y cuáles son las herramientas que utiliza? 3. ¿Cuál es la diferencia entre promoción y promoción de ventas y cómo se define esta última? 4. ¿Cómo se definen las Relaciones Públicas y qué tipo de herramientas utiliza? 5. ¿Cómo se define la Mercadotecnia en línea y por qué se ha vuelto tan importante para las empresas? 6. ¿A qué hace referencia el término Mercadotecnia Personal y qué herramientas se pueden usar? 7. ¿Cómo se define el término Administración de ventas? 8. ¿Cuáles son las principales estrategias que usa la publicidad? 9. ¿Cuáles son las principales estrategias que usan las Relaciones Públicas? 10. ¿Cuáles son las estrategias que puede usar la Mercadotecnia en línea? <p>Nota de la asesora: La misma dinámica explicada en los otros cuestionarios.</p>	10 %
22 de mayo de 2019	UNIDAD 7: La responsabilidad social de la función de mercadotecnia	Actividad 7	<p>Ingresar a la siguiente dirección electrónica: http://www.responsabilidadsocial.org.mx/ Realiza las siguientes actividades:</p> <p>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.</p> <p>Nota de la asesora: Investiga la diferencia entre ESR (empresa socialmente responsable) y responsabilidad social, reflexiona sobre la ética y los valores culturales y el modelo de consumo de la sociedad moderna. El trabajo final debe ser amplio ya que se junta todos los conocimientos adquiridos en el curso con el análisis de los zapatos tenis.</p>	10 %
27 de mayo de 2019	UNIDAD 7: La responsabilidad social de la función de mercadotecnia	Actividad 8	<p>En el Foro General, por semana revisarás las APERTURAS DE FOROS para que participes.</p> <p>Nota de la asesora: Podrán participar desde la apertura del foro hasta el término del curso, esta sección se revisará al final para agregar la ponderación correspondiente.</p>	10 %

VII. Sistema de evaluación

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

Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> * Actividades entregadas en tiempo y forma con el Formato Específico y con el "Valor Agregado de la Actividad" * Participación en los Foros que incorpore la asesora a lo largo del curso * Cuestionarios * Examen Final * Practicar una comunicación empática, asertiva, de confianza y respeto con su asesora * Disfrutar del conocimiento, divertirse, ser positivo y entusiasta en el curso. <p>En la realización de una actividad donde 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.</p>	
Porcentajes	<ul style="list-style-type: none"> Act. de aprendizaje Cuestionario de reforzamiento Examen Final Foros TOTAL 	<ul style="list-style-type: none"> 40 % 30 % 15 % 15 % 100 %
<p style="color: red;">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)
Software Específico	(X)
Videos	(X)
Plataforma Educativa	(X)
Chat	(X)
Sitios de Internet	(X)
Plan de Trabajo	(X)