



## I. Datos de la institución

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

## II. Datos del asesor

Nombre	AGUIRRE RUGAMA MARIA GUADALUPE	Correo	gaguirre@docencia.fca.unam.mx
--------	--------------------------------	--------	-------------------------------

## III. Datos de la asignatura

Nombre	SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE MERCADOTECNIA	Clave	1425	Grupo	8451
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 Viernes: 16:00 - 18:00 hrs	Fecha de término del semestre	07 de junio de 2019

## IV. Contenido temático

TEMA	HORAS		
	Total	Teoría	Práctica
I. Introducción a los sistemas de información de mercadotecnia	4	4	0
II. Sistema de información de mercadotecnia y ventaja competitiva	8	8	0
III. Análisis de información y toma de decisiones con información interna	16	16	0

IV. Análisis de información y toma de decisiones con información externa con base en la investigación de mercados	16	16	0
V. Análisis de información y toma de decisiones con base en la investigación de mercados	4	4	0
VI. Sistema de apoyo a las decisiones de mercadotecnia	8	8	0
VII. Proceso de creación de un sistema de mercadotecnia	8	8	0

## V. Presentación general del programa

Se les dará la bienvenida y a conocer la forma de trabajo con fechas de entrega de sus actividades y motivarlos para concluir con sus metas fijadas

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

Cada alumno podrá como el apoyo para la realización de sus actividades y consultar sus apuntes, actividades de aprendizaje, cuestionarios, bibliografía y con contar siempre con el apoyo de tu asesor . A fin de que puedas preparar tus exámenes y desarrollar todas tus actividades

## 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: Introducción a los sistemas de información de mercadotecnia	Actividad 1	UNID I ACT 1 Escribe en una cuartilla donde expliques la orientación hacia el futuro de los sistemas de información en mercadotecnia con elementos de equipos, información y mercaadotecnia	3 %
25 de febrero de 2019	UNIDAD 1: Introducción a los sistemas de información de mercadotecnia	Actividad 2	UNID I ACT 2 Elabora un mapa conceptual de los subsistemas, componentes del sistema de información en mercadotecnia	3 %

01 de marzo de 2019	UNIDAD 1: Introducción a los sistemas de información de mercadotecnia	Actividad 4	UNID I ACT 4 Busca 3 definiciones de: Sistema de información de mercadotecnia . cita tus fuentes de información	2 %
04 de marzo de 2019	UNIDAD 1: Introducción a los sistemas de información de mercadotecnia	Actividad 4	UNID. 1 ACT 2 Lo que aprendi	1 %
11 de marzo de 2019	UNIDAD 2: Sistema de información de mercadotecnia y ventaja competitiva	Actividad 1	UNID II ACT 1 Busca sobre la importancia que tiene internet en las tendencias del mercado global y comenta tu punto de vista	4 %
22 de marzo de 2019	UNIDAD 2: Sistema de información de mercadotecnia y ventaja competitiva	Actividad 2	UNID II ACT 2 Consulta en las diferentes revistas de emprendedores y elabora un cuadro comparativo sobre los elementos que aborden, influencias sociales y tecnológicas	5 %
25 de marzo de 2019	UNIDAD 2: Sistema de información de mercadotecnia y ventaja competitiva	Actividad 4	UNID II ACT 4 Elabora un análisis sobre el concepto de un entorno competitivo de la información , investigando a las empresas apple y microsoft	4 %
29 de marzo de 2019	UNIDAD 2: Sistema de información de mercadotecnia y ventaja competitiva	Actividad 8	UNID II ACT 8 Menciona ejemplos de influencias sociales, políticas, económicas y tecnológicas funcionales que observes en una empresa pequeña	5 %
05 de abril de 2019	UNIDAD 3: Análisis de información y toma de decisiones con información interna	Actividad 2	UNID III ACT 2 Menciona los conceptos de: Mercadeo, finanzas, producción y recursos humanos	2 %
08 de abril de 2019	UNIDAD 3: Análisis de información y toma de decisiones con información interna	Actividad 5	UNID III ACT 5 Explica en forma breve los beneficios de la logística de la información interna ( la información operacional que es generada cada día por la organización) señala sus características	5 %

22 de abril de 2019	UNIDAD 4: Análisis de información y toma de decisiones con información externa con base en la investigación de mercados	Actividad 4	UNID IV ACT 4 Elabora un comparativo en donde puedas utilizar . Benchmarking para obtener datos relevantes de sus competidores	3 %
26 de abril de 2019	UNIDAD 4: Análisis de información y toma de decisiones con información externa con base en la investigación de mercados	Actividad 5	UNID IV ACT 5 Redacta en forma breve del modelo de Michael Porter respecto a la cadena de valor	3 %
29 de abril de 2019	UNIDAD 5: Análisis de información y toma de decisiones con base en la investigación de mercados	Actividad 2	UNID V ACT 2 Elabora un mapa mental de los estudios cualitativos, enfocados a la leche donde describas los aspectos más importantes que intervienen en un producto	5 %
03 de mayo de 2019	UNIDAD 5: Análisis de información y toma de decisiones con base en la investigación de mercados	Actividad 4	UNID V ACT 4 Investiga 2 definiciones de Focus group, Triada planning, Brand equity, Espejo de Gessel. cita las fuentes de información	4 %
06 de mayo de 2019	UNIDAD 6: Sistema de apoyo a las decisiones de mercadotecnia	Actividad 2	UNID VI ACT 2 Elabora un mapa mental del proce de toma decisiones	5 %
13 de mayo de 2019	UNIDAD 6: Sistema de apoyo a las decisiones de mercadotecnia	Actividad 3	UNID VI ACT 3 Investiga cuáles son los métodos no tradicionales de obtener información	4 %
24 de mayo de 2019	UNIDAD 7: Proceso de creación de un sistema de mercadotecnia	Actividad 1	UNID VII ACT 1 Menciona y explica las 4 etapas del pceso administrativo	3 %
27 de mayo de 2019	UNIDAD 7: Proceso de creación de un sistema de mercadotecnia	Actividad 5	UNID. 7 ACT. 5 Cuestionario	9 %

## VII. Sistema de evaluación

FACTORES	DESCRIPCIÓN
Requisitos	El alumno deberá presentar sus actividades conforme al calendario , contará siempre con el apoyo y ayuda de su asesor
Porcentajes	Act. de aprendizaje 70 % Examen Final 30 % 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)
Clases Virtuales (PPT)	(X)
Plataforma Educativa	(X)
Chat	(X)
Correo Electrónico	(X)
Sitios de Internet	(X)
Plan de Trabajo	(X)