

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	SOTRES PACHECO EDGAR	Correo	edgar2000mx@yahoo.com
--------	----------------------	--------	-----------------------

III. Datos de la asignatura

Nombre	SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE MERCADOTECNIA	Clave	1425	Grupo	8453
Modalidad	Obligatoria	Plan	2012	Fecha de inicio del semestre	28 de enero de 2019
Horas de asesoría semanal	4	Horario	Lunes: 16:00 - 18:00 hrs Miércoles: 16:00 - 18:00 hrs	Fecha de término del semestre	05 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

EL PROPÓSITO DE LA ASIGNATURA ES QUE SE ESTUDIE Y APLIQUEN LAS 7 UNIDADES. LA SUMA DE CONTENIDOS SON ESENCIALES PARA INTEGRAR LOS ELEMENTOS BÁSICOS DEL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADOTECNIA Y SU TOMA DE DECISIONES. ES IMPORTANTE QUE EL ALUMNO CONSIDERE LA CALENDARIZACIÓN DE ACTIVIDADES PUES DEBE GENERAR TAREAS CON LOS ELEMENTOS VISTOS EN LA UNIDAD, ELLO PRECISA UN EJERCICIO DE REFLEXIÓN E INVESTIGACIÓN SUFICIENTE QUE IMPLICA INVERSIÓN DE TIEMPO. PARA PREPARAR EL CURSO SE UTILIZARÁ LA BIBLIOGRAFÍA QUE SE CONSIGNA EN EL TEMARIO, ADICIONALMENTE SE UTILIZARA PERIÓDICOS, REVISTAS, RADIO Y TV.

VI. Forma en que el alumno deberá preparar la asignatura

A) REALIZAR TODAS LAS ACTIVIDADES Y FOROS ESTABLECIDOS EN LA PLATAFORMA.

B) PARTICIPAR EN LAS SESIONES DE CHAT.

C) REALIZAR INVESTIGACIONES Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN.

D) EVITE EL USO DE PORTALES DE TAREAS PUES NO SON CONFIABLES.

E) CONSULTE INSTITUCIONES DE FOMENTO, BANCOS, UNIVERSIDADES, INEGI. CAMARAS DEL RAMO ETC

F) COMO UNA HERRAMIENTA DIDÁCTICA ADICIONAL AL USO DE LA PLATAFORMA DEL SUA, OPCIONALMENTE SE PODRÁ UTILIZAR EL SOFTWARE SKYPE PARA REALIZAR DINÁMICAS CON ESTE RECURSO FUERA DEL HORARIO DE CLASE.

CALENDARIO DE ACTIVIDADES

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

27 de febrero de 2019	UNIDAD 1: Introducción a los sistemas de información de mercadotecnia	Actividad 1	Escribe una reflexión de una cuartilla donde expliques la orientación hacia el futuro de los sistemas de información en mercadotecnia con elementos de equipos, información y mercadotecnia.	4 %
04 de marzo de 2019	UNIDAD 1: Introducción a los sistemas de información de mercadotecnia	Act. lo que aprendí	Elabora un ejemplo de los sistemas de información y su vinculación con la mercadotecnia, señalando los aspectos más importantes.	9 %
11 de marzo de 2019	UNIDAD 2: Sistema de información de mercadotecnia y ventaja competitiva	Actividad 4	Elabora un Ensayo sobre el mercado global, que incluya todas las características fundamentales y señala tus conclusiones	4 %
20 de marzo de 2019	UNIDAD 2: Sistema de información de mercadotecnia y ventaja competitiva	Act. lo que aprendí	Con base en lo adquirido, elabora un ejemplo de El entorno competitivo de la información en la mercadotecnia, señalando los aspectos más importantes.	5 %
25 de marzo de 2019	UNIDAD 3: Análisis de información y toma de decisiones con información interna	Actividad 7	Elabora un ensayo del tema: Estructura de las organizaciones modernas, señala sus particularidades y ¿Qué aplicación le podrías dar como futuro profesionista?	4 %
01 de abril de 2019	UNIDAD 3: Análisis de información y toma de decisiones con información interna	Act. lo que aprendí	CASO "EL MUNDO DE LA MUSICA " CONSULTAR EN PLATAFORMA	9 %
08 de abril de 2019	UNIDAD 4: Análisis de información y toma de decisiones con información externa con base en la investigación de mercados	Actividad 7	Elabora un ensayo del tema: Bases de datos aplicados a la mercadotecnia, señala las características más importantes y escribe tus conclusiones.	3 %
22 de abril de 2019	UNIDAD 4: Análisis de información y toma de decisiones con información externa con base en la investigación de mercados	Act. lo que aprendí	"INCURSIONANDO EN EL BTL " CONSUTAR EN PLATAFORMA CONTENIDO DE LA ACTIVIDAD"	8 %

29 de abril de 2019	UNIDAD 5: Análisis de información y toma de decisiones con base en la investigación de mercados	Actividad 6	Elabora un ensayo sobre el tema: Métodos de recolección de datos, menciona ejemplos de yogurt y sus características.	3 %
06 de mayo de 2019	UNIDAD 5: Análisis de información y toma de decisiones con base en la investigación de mercados	Act. lo que aprendí	"CASO ACEROS NVO LEON " CONSULTAR EN PLATAFORMA CONTENIDO DE LA ACTIVIDAD"	8 %
13 de mayo de 2019	UNIDAD 6: Sistema de apoyo a las decisiones de mercadotecnia	Actividad 6	Elabora un ensayo del tema: "Sistemas inteligentes comerciales." Consulta http://www.privalia.com , escribe tus conclusiones	4 %
20 de mayo de 2019	UNIDAD 6: Sistema de apoyo a las decisiones de mercadotecnia	Act. lo que aprendí	Con base en lo adquirido, elabora un ejemplo de 'Las tecnologías de apoyo a las decisiones en mercadotecnia', consulta la empresa: Tesco y su propuesta Home plus Virtual Subway Store in South Korea señalando los aspectos más importantes	8 %
27 de mayo de 2019	UNIDAD 7: Proceso de creación de un sistema de mercadotecnia	Actividad 4	Elabora un ensayo del tema: Planteamiento de un sistema de información de mercadotecnia (7.1), <ul style="list-style-type: none"> • Considera una breve descripción de la empresa; • Las razones para desarrollar un Plan de Marketing Digital; • Análisis estratégico del entorno: Amenazas, Oportunidades, Debilidades y Fortalezas, Y • Escribe tus conclusiones del tema 	4 %
29 de mayo de 2019	UNIDAD 7: Proceso de creación de un sistema de mercadotecnia	Act. lo que aprendí	Con base en lo adquirido, elabora un ejemplo de: El Planteamiento de un SIM para un negocio pequeño que tú conozcas, señalando los conceptos de la unidad.	9 %

VII. Sistema de evaluación

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

Requisitos	<p>1.- Las actividades serán producto de reflexión e investigación. La argumentación y sustentación de posicionamientos, ideas, opiniones, conclusiones. Son consecuencia de investigar y discriminar la calidad de la información en distintas fuentes.</p> <p>2.- La argumentación sin investigación se compensa con lugares comunes y obviedades en ejercicios narrativos sin sustento. Por ello, debe existir además de los contenidos de la plataforma por lo menos 3 fuentes de información. (no es limitativo a 3 fuentes), se recomienda hacer uso de tantas fuentes como sea necesario.</p> <p>3.- Utilizar las técnicas de la investigación documental que apliquen en cada actividad según el caso.</p> <p>4.- Sin rigor metodológico en la entrega de actividades se puede asumir incluso el plagio académico. Todo plagio, sea por omisión o no, se sanciona con “cero”</p> <p>5.- En cualquier tiempo se correrán programas anti plagio como: PlagScan - Control de plagio</p> <p>6.- Toda actividad deberá ser desarrollada bajo los requerimientos de las técnicas de investigación documental. Vr.gr. Portada Índice Desarrollo Conclusiones Bibliografía Estos elementos variarían según la actividad a desarrollar. Sin embargo, la investigación en fuentes diversas no.</p> <p>7.- Puedes comunicarte al 55-47-57-97-22 vía WhatsApp.(No es obligación ni sanción si no lo haces) Te recomiendo que antes de iniciar el curso trates de platicar sobre la forma académicamente óptima que te permita lograr las metas de la asignatura.</p> <p>8.- POR FAVOR TEN LA CONFIANZA DE PLATICAR CONMIGO ANTES DE INICIAR EL CURSO.</p>	
Porcentajes	Act. de aprendizaje Examen Final Act. lo que aprendí TOTAL	26 % 18 % 56 % 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

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