

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	TENORIO SANCHEZ MARIA TERESA	Correo	mtorio@docencia.fca.unam.mx
--------	------------------------------	--------	-----------------------------

III. Datos de la asignatura

Nombre	PLAN DE MERCADOTECNIA	Clave	1526	Grupo	8551
Modalidad	Obligatoria	Plan	2012	Fecha de inicio del semestre	28 de enero de 2019
Horas de asesoría semanal	4	Horario	Lunes: 11:00 - 13:00 hrs Miércoles: 11:00 - 13:00 hrs	Fecha de término del semestre	05 de junio de 2019

IV. Contenido temático

TEMA	HORAS		
	Total	Teoría	Práctica
I. Conceptos básicos de planeación estratégica	4	4	0
II. Modelo de negocio	6	6	0
III. Plan de mercadotecnia	6	6	0
IV. Entorno del plan de mercadotecnia	4	4	0

V. Pronósticos y presupuestos (SPSS, Project Manager y Excel)	4	4	0
VI. Plan de producto	6	6	0
VII. Plan de distribución	4	4	0
VIII. Plan de promoción de ventas (Redes sociales)	6	6	0
IX. Plan de publicidad (Redes sociales)	6	6	0
X. Plan de ventas (Excel)	6	6	0
XI. Plan de relaciones públicas	6	6	0
XII. Plan de precios	6	6	0

V. Presentación general del programa

Estimado alumno (a) de la asignatura Plan de Mercadotecnia.

Me es grato ser tu asesora durante este curso lectivo 2019-2, ya que mi labor es ayudarte en tu proceso de aprendizaje, ya sea resolviendo tus dudas, o bien comentar algunos de los temas que te sean de tu inquietud, la cual será por medio del Chat a la hora de asesorías o bien por medio de correo electrónico. No dejes de preguntar cuando sea necesario y las veces que consideres pertinente.

También recibiré el resultado de tus actividades de aprendizaje que realizarás a lo largo del semestre y tendrás un comentario de cada una de ellas en un tiempo no mayor de 48 horas siempre y cuando las envíes a tiempo por lo que te exhorto a que revises constantemente la plataforma. No se recibirán actividades 8 días después de la fecha límite estipulada de su envío. Al no entregarla en fecha y forma su calificación será sobre 9.

Tus mensajes de correo serán contestados a más tardar al día siguiente. También podrás tener comunicación con tus compañeros a través de correo electrónico y vía Chat para comentar las presentaciones que se realicen en las actividades solicitadas. Te sugiero que organices tu tiempo para poder enviar tus actividades en tiempo y forma, reitero ya que no se aceptarán las actividades retrasadas.

Será un placer trabajar juntos (as), me pongo a tus órdenes para cualquier asunto relacionado con los temas que veremos a lo largo del semestre. No dudes en preguntar

¡Bienvenido (a)! y mucho éxito.

Tu asesora

Mtra. María Teresa Tenorio Sánchez

VI. Forma en que el alumno deberá preparar la asignatura

Realizar las actividades de aprendizaje es con el fin de reforzar lo asimilado; cuando la actividad requiera hacer una búsqueda por medio de Internet, si ésta fue copia y pega, éste tipo de actividad será sancionada a menos que la misma actividad así lo pida, en el caso de búsqueda es importante que anotes la fuente de la misma.

.Si se hace alguna observación en la actividad y se tiene una invitación a que la elabores nuevamente por alguna corrección, ésta se evaluará sobre 9 (nueve); de igual manera si la actividad fue enviada después de la fecha señalada antes de los ocho días será evaluada sobre (9) nueve.

Podrás entrar al Chat en el horario que te inscribiste a la asignatura para recibir tus asesorías, o también lo puedes hacer por medio de correo electrónico (mtorio@docencia.fca.unam.mx). Lo importante es que haya comunicación continua, ya sea de manera sincrónica o asincrónica.

Al finalizar el semestre presentarás un examen que contempla todos los temas de la asignatura. Debes tener presente que solamente tienes un intento para contestarlo y al terminar el tiempo estipulado se cerrará automáticamente, enviando la calificación obtenida.

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 básicos de planeación estratégica	Act. complementaria	<p>Visita el sitio web de una compañía objeto de estudio y obtén suficiente información a fin de desarrollar lo siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Elabora un breve historial de la compañía y determina su evolución estratégica, es decir si su evolución es producto de estrategias intentadas o estrategias emergente, o una combinación de ambas. 2. Identifica la misión, visión, valor corporativo, filosofía, cultura organizacional. 3. Menciona el o los objetivos y metas principales. <p>Nota: te puedes apoyar con imágenes o ilustraciones a color. No olvides de incluir las fuentes electrónicas.</p>	3 %
25 de febrero de 2019	UNIDAD 2: Modelo de negocio	Act. complementaria	<p>Con base al desarrollo de la unidad “Modelo de negocio” analiza el artículo “Danone busca crecer en el segmento de lácteos con Silk ”, puedes apoyarte en las siguientes ligas: https://expansion.mx/empresas/.../danone-busca-crecer-en-el-segmento-de-lacteos-esp ... Marketing: La guerra de Danone con Yoplait y Müller en los 80 y 90. http://mundodelaempresa.blogspot.com/2018/03/marketing-la-guerra-de-danone-con.html</p>	3 %
04 de marzo de 2019	UNIDAD 3: Plan de mercadotecnia	Act. complementaria	<p>Elabora un plan de mercadotecnia con la empresa que trabajaste en la unidad 1, desarrollando los siguientes puntos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Análisis de la situación del mercado. 2. Determinación de objetivos de marketing. 3. Fijación de las acciones que se van a llevar a cabo. 4. Evaluación y control de la implementación. <p>Puedes consultar el siguiente sitio: https://www.inboundcycle.com/...de.../que-es-un-plan-de-marketing-y-como-hacer-un</p>	3 %

11 de marzo de 2019	UNIDAD 4: Entorno del plan de mercadotecnia	Act. complementaria	<p>Seguendo el análisis de la empresa que escogiste en la unidad 1, escoge una importante decisión estratégica realizada por la compañía en los últimos años y analice las implicaciones de esta decisión.</p> <p>¿Actúo la compañía en forma correcta? Diseñe un plan estratégico para aprovechar sus fortalezas y oportunidades y para hacer frente a sus debilidades y amenazas mediante la matriz DAFO y CAME. Puedes consultar las siguientes ligas: https://neoattack.com/plan-marketing-interno/ https://momentozero.uno › Plan de Marketing Digital www4.ujaen.es/~emurgado/tema3.pdf</p>	3 %
20 de marzo de 2019	UNIDAD 5: Pronósticos y presupuestos (SPSS, Project Manager y Excel)	Cuestionario de reforzamiento	<p>Contesta el siguiente cuestionario:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué es un pronóstico? 2. Explica de qué manera el pronóstico de ventas se relaciona con producción, compas, finanzas y personal. 3. Menciona tres objetivos del pronóstico de ventas. 4. Menciona la clasificación de pronósticos en el área de mercadotecnia. 5. Explica por qué los pronósticos son parte importante de una empresa 6. ¿Qué es un presupuesto? 7. ¿Cómo se aplica el presupuesto en el plan de marketing? 	3 %
27 de marzo de 2019	UNIDAD 6: Plan de producto	Act. complementaria	<p>Realiza una investigación de los productos de la empresa Nestlé: https://www.nestle.com.mx/csv/documents/nestle%CC%81-en-la-sociedad-2013(doblehoja).pdf</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menciona la mezcla de productos de Nestlé. 2. Desarrollo de productos: elige una presentación del producto de Nestlé. 3. Describe los atributos del producto (calidad, diseño del producto). 4. Grafica el ciclo de vida del producto que elegiste. 5. Menciona qué tipo de estrategia está relacionada con la marca. 6. Describe las estrategias aplicadas en los atributos del producto. 7. Describe las estrategias se envase, empaque, etiqueta y marca del producto que elegiste. <p>Nota: es importante que te apoyes con imágenes. La presentación la elaborarás en PowerPoint. Contenido. Carátula. Introducción: Desarrollo. Sitio Web de la empresa de Nestlé que utilizaste.</p>	4 %
03 de abril de 2019	UNIDAD 7: Plan de distribución	Act. complementaria	<p>A partir del siguiente enlace, realiza un esquema ilustrando los diferentes tipos de canales de distribución, complementando la información con el libro de texto citado. Revista informa btl. Ramírez, Alejandro (2017), diciembre 13 ¿Qué es un canal de distribución y para qué sirve? Recuperado noviembre 5 de 2018, de https://www.informabtl.com/que-es-un-canal-de-distribucion-y-para-que-sirve/ (Se sugiere revisar solo el capítulo 7). Estrategia de distribución. Pág. 243 a 284.</p>	4 %

10 de abril de 2019	UNIDAD 8: Plan de promoción de ventas (Redes sociales)	Act. complementaria	<p>Investiga las diferentes herramientas de promoción de ventas al consumidor (no olvides indicar la fuente de consulta) y realiza un mapa conceptual complementando la información de los siguientes enlaces:</p> <p>Revista Informa btl. Cortés, Guillermo (2017), junio 1. 4 razones para lanzar una campaña de promoción de ventas. Recuperado noviembre 8 de 2018, de https://www.informabtl.com/4-promociones-que-te-ayudaran-a-alcanzar-tu-objetivo-de-ventas/</p> <p>Revista informa btl. Cortés, Guillermo (2017), mayo 7. 4 promociones que te ayudarán a alcanzar tus objetivos de ventas. Recuperado noviembre 8 de 2018, de https://www.informabtl.com/4-promociones-que-te-ayudaran-a-alcanzar-tu-objetivo-de-ventas/</p> <p>Revista informa btl. Cortés, Guillermo (2017), junio 8. 3 tipos de objetivos que deben lograr las promociones de ventas. Recuperado noviembre 8 de 2018, de https://www.informabtl.com/3-tipos-objetivos-deben-lograr-las-promociones-ventas/</p> <p>Revista informa btl. Cortés, Guillermo (2017), junio 24. Ventajas y desventajas de las promociones de ventas. Recuperado noviembre 8 de 2018, de https://www.informabtl.com/ventajas-desventajas-las-promociones-ventas/</p>	4 %
22 de abril de 2019	UNIDAD 9: Plan de publicidad (Redes sociales)	Act. complementaria	<p>Realiza redes semánticas indicando los pasos y descripción para realizar un plan publicitario del siguiente enlace:</p> <p>Video You tube. 12 pasos para crear una publicidad efectiva. Recuperado noviembre 10 de 2018, de https://www.youtube.com/watch?v=utyhyWojNXg</p>	4 %
29 de abril de 2019	UNIDAD 10: Plan de ventas (Excel)	Act. complementaria	<p>Realiza cuadros sinópticos con la información de los siguientes enlaces:</p> <p>Video You Tube. ¿Qué son las ventas? Recuperado noviembre 13 de 2018, de https://www.youtube.com/watch?v=qJX7hxDq_60</p> <p>Video You tube. Concepto de ventas. Recuperado noviembre 13 de 2018, de https://www.youtube.com/watch?v=hOqZn2i0Y7M</p> <p>Video You tube. Plan de ventas. Recuperado noviembre 13 de 2018, de https://www.youtube.com/watch?v=KfriSkal7Sk</p>	3 %
08 de mayo de 2019	UNIDAD 11: Plan de relaciones públicas	Act. complementaria	<p>Realiza un esquema con la siguiente información del siguiente enlace:</p> <p>Video You tube. UTPL Plan estratégico de relaciones públicas (elaboración de planes de relaciones públicas). Recuperado noviembre 13, de 2018, de https://www.youtube.com/watch?v=3c7Pllcnfcg</p>	3 %
20 de mayo de 2019	UNIDAD 12: Plan de precios	Act. complementaria	<p>Investiga las estrategias para fijar los precios y los métodos para fijar los mismos y con esa información realiza un mapa conceptual (no olvides indicar las fuentes de consulta).</p>	3 %

VII. Sistema de evaluación

FACTORES	DESCRIPCIÓN								
Requisitos	<p>Los trabajos deberán tener carátula, desarrollo, imágenes buena redacción y ortografía, utilizar fuente Arial 12.</p> <p>Las actividades serán realizadas en Word, a excepción lo que se solicite en la misma actividad..</p> <p>Es necesario que subas todas las actividades a la plataforma en las fechas señaladas, se lo contrario se calificará sobre 9 (nueve), Cuando la realización de una actividad 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> <p>Si presentas el examen final como requisito debes de entregar las actividades de las unidades 1, 3 y elaborar cualquier tipo de plan (producto, distribución, promoción, publicidad, relaciones públicas o precio). Estas actividades en su conjunto tendrán un valor del 50% y 50% del examen.</p>								
Porcentajes	<table> <tr> <td>Questionario de reforzamiento</td> <td>3 %</td> </tr> <tr> <td>Examen Final</td> <td>60 %</td> </tr> <tr> <td>Act. complementaria</td> <td>37 %</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>100 %</td> </tr> </table>	Questionario de reforzamiento	3 %	Examen Final	60 %	Act. complementaria	37 %	TOTAL	100 %
Questionario de reforzamiento	3 %								
Examen Final	60 %								
Act. complementaria	37 %								
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)
Videos	(X)
Plataforma Educativa	(X)
Foro Electrónico	(X)
Chat	(X)
Correo Electrónico	(X)
Sitios de Internet	(X)
Plan de Trabajo	(X)