



## I. Datos de la institución

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

## II. Datos del asesor

Nombre	CABALLERO VALDERRAMA MARIA ISABEL	Correo	mcaballe@docencia.fca.unam.mx
--------	-----------------------------------	--------	-------------------------------

## III. Datos de la asignatura

Nombre	PROMOCIÓN DE VENTAS	Clave	0328	Grupo	8851
Modalidad	Optativa	Plan	2012	Fecha de inicio del semestre	29 de enero de 2019
Horas de asesoría semanal	4	Horario	Martes: 15:00 - 17:00 hrs Viernes: 15:00 - 17:00 hrs	Fecha de término del semestre	07 de junio de 2019

## IV. Contenido temático

TEMA	HORAS		
	Total	Teoría	Práctica
I. Introducción a la promoción de ventas	2	2	0
II. Marco legal de las promociones de ventas	4	4	0
III. La agencia de promociones y su funcionamiento	4	4	0
IV. Comportamiento del consumidor y la promoción de ventas	4	4	0

V. Técnicas de promoción de ventas	4	4	0
VI. Promociones del distribuidor	4	4	0
VII. Promociones del fabricante	4	4	0
VIII. Promoción hacia el consumidor	4	4	0
IX. La promoción de ventas en autoservicios y merchandising	4	4	0
X. Material pop	4	4	0
XI. Tipos de actividades promocionales	4	4	0
XII. Actividades promocionales para productos y servicios	4	4	0
XIII. Patrocinios	4	4	0
XIV. Promoción internacional	4	4	0
XV. Envase promocional	2	2	0
XVI. Planificación de las actividades promocionales	6	6	0
XVII. Comunicación e implementación de la campaña promocional	2	2	0

## V. Presentación general del programa

Seré tu asesor durante este curso, así que mi labor es ayudarte en tu proceso de aprendizaje, ya sea resolviendo tus dudas o sugirierte cómo aprovechar los contenidos en línea .

No dejes de preguntar cuanto sea necesario , las veces que consideres pertinentes. También n revisare el resultado de tus actividades de aprendizaje y tendras un comentario a cada una de ellas en un tiempo no mayor a 48 horas. Tus mensajes de correo serán contestados a más tardar al día siguiente.

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

### UNIDAD 1 ACTIVIDAD 1

Participa en el foro y explica gráficamente qué relación tiene el ciclo de vida del producto, en la introducción a la promoción de ventas. 2.- Revisa los trabajos de tus compañeros (as) y coméntalos con cordialidad y respeto.

## UNIDAD 2 ACTIVIDAD 2

SEGOB (26/09/1990). Diario Oficial de la Federación . Retrieved 14/Nov/1990, from [http://dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=4679579&fecha=26/09/1990](http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4679579&fecha=26/09/1990)

De este enlace que te proporciono realiza un mapa conceptual del marco legal para la promoción de ventas, e investiga en internet, el marco legal, en el reglamento de Profeco.

Y explica la importancia del marco legal para el consumidor.

Para enviar tu actividad pulsa el botón editar mi envío; se mostrará un editor de texto en el cual puedes redactar tu información. Una vez que hayas concluido, guarda tu actividad pulsando el botón Guardar cambios.

## UNIDAD 3 ACTIVIDAD 3

AMAPRO (n.d.). AGENCIAS AMAPRO. Recuperado 14/Nov/2018, de <http://amapro.com.mx/por-que-agencias-amapro>

Abre el siguiente enlace, y realiza un mapa conceptual de la agencia de la empresa AMAPRO, Justifica tu respuesta.

Para enviar tu actividad pulsa el botón Editar mi envío; se mostrará un editor de texto en el cual puedes redactar tu información. Una vez que hayas concluido, guarda tu actividad pulsando el botón Guardar cambios.

## UNIDAD 4 ACTIVIDAD 4

Cuestionario de Reforzamiento

Define el Comportamiento del Consumidor y la Promoción de Ventas.

¿Cuáles son las características de la promoción de ventas?

¿Menciona algunos motivos por los cuales el consumidor compra?

Explica el proceso de compra.

¿Quiénes son los autores en el proceso de los modelos del comportamiento del consumidor?

Explica el objetivo de la promoción de ventas.

¿Qué es la PROFECO?

¿Cuáles son las herramientas en la promoción de ventas para los consumidores?

## UNIDADES 5 Y 6 ACTIVIDAD 5

5.-Técnicas de promoción de venta

6.-Promociones del distribuidor.

Busca en internet una empresa Mexicana, en donde menciona sus técnicas de venta, y sus promociones como distribuidor, y organízalas en un cuadro sinóptico, y justifica tu respuesta.

Para enviar tu actividad pulsa el botón editar mi envío; se mostrará un editor de texto en el cual puedes redactar tu información. Una vez que hayas concluido, guarda tu actividad pulsando el botón Guardar cambios.

## UNIDADES 7 Y 8 ACTIVIDAD 6

Tellis G.J. y Redondo, I. (2002) ((2002)). Estrategias de Publicidad y Promoción. Ed. Pearson Educación, Madrid, España. Recuperado 14/Nov/2018, de

<http://myuvmcollege.com/uploads/lectura2012-09/CAP%C3%8DTULO%206-7161.pdf>

7-Promociones del fabricante.

8.- Promoción hacia el consumidor

Del enlace proporcionado, realiza un cuadro sinóptico, la diferencia que hay en la promoción del fabricante y la promoción hacia el consumidor.

Para enviar tu actividad pulsa el botón Editar mi envío; se mostrará un editor de texto en el cual puedes redactar tu información. Una vez que hayas concluido, guarda tu actividad pulsando el botón Guardar cambios.

## UNIDAD 9 ACTIVIDAD 7

La promoción de ventas en autoservicios y Merchandising.

Rocío Rodríguez Deponte /Ana Dopico Parada (Vol. 4, N° 3, 1998, pp. 29-40). LA FUNCIÓN DEL MERCHANDISER EN EL PUNTO DE VENTA COMO TÁCTICA PARA MEJORAR LA DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DE GRAN CONSUMO. Recuperado Noviembre 14, 2018 de

<https://redaedem.org/articulos/iedee/v04/043029.pdf>

Con el siguiente enlace realiza un mapa conceptual del proceso del Merchandising.

Para enviar tu actividad pulsa el botón Editar mi envío; se mostrará un editor de texto en el cual puedes redactar tu información. Una vez que hayas concluido, guarda tu actividad pulsando el botón Guardar cambios.

## UNIDADES 10, 11 Y 12 ACTIVIDAD 8

10.-Material, POP.

José Jairo Ospina Vega (Agosto 26, 2015). El material POP como generador de ventas. Recuperado 17/Nov/ 2018, de <https://medium.com/@jjospina/el-material-pop-como-generador-de-ventas-b53449869f9e>

El siguiente enlace, no tiene autor, ni fecha, sin embargo tiene imágenes e información de

lo que puede ser el material POP.

<https://conceptodefinicion.de/material-p-o-p/>

## 11.- Tipos de actividades promocionales

NOVA (1999). Nova, Promocionales . Recuperado 17/Nov/ 2018, de [http://www.novamarketing.mx/?gclid=CjwKCAiAz7TfBRAKEiwAz8fKONlIdhMIgoSfSg7bZEfjQOXFM\\_IxbyU\\_Mx3b70RPLZSGPWpdaLohNRoCAsYQAvD\\_BwE](http://www.novamarketing.mx/?gclid=CjwKCAiAz7TfBRAKEiwAz8fKONlIdhMIgoSfSg7bZEfjQOXFM_IxbyU_Mx3b70RPLZSGPWpdaLohNRoCAsYQAvD_BwE)

FACUA (2009). FACUA, Andalucía. Recuperado Noviembre 14, 2018, de <https://www.facua.org/es/guia.php?Id=107&capitulo=909%20PDF>

## 12.- Actividades promocionales para productos y servicios.

[Métodos Promocionales – UAEH https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI.../PRES7\\_metodos\\_promocionales.ppsx](https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI.../PRES7_metodos_promocionales.ppsx)

[Este enlace es una presentación en power point esto quiere decir que es un documento por lo tanto si le dan clic no podrán ingresar en el entonces deberán.](#)

1. [Copiar el link](#)
2. [Pegar lo en el buscador.](#)
3. [Deben de buscar la liga, como si fuera información.](#)
4. [La primera opción es la página que podrán solicitar.](#)

La promoción no debe considerarse como una *actividad* aislada o deba .... ya que la aplicación normal de este *tipo* de marketing se realiza con la organización de ... todo el proceso de compra y consumo del *producto* o *servicio para* gestionar ... se apoya de elementos *promocionales* o como lo conocemos, *material POP* y ...

Fisher, L., & Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia* (4th ed.). (Original work published 1985). Recuperado 17 de noviembre 2018 de [https://www.academia.edu/18897949/Libro\\_Mercadotecnia\\_Laura\\_Fischer\\_y\\_Jorge\\_Espejo](https://www.academia.edu/18897949/Libro_Mercadotecnia_Laura_Fischer_y_Jorge_Espejo).

Supongamos que tu eres dueño de una marca x ¿qué tipo de material POP, actividades promocionales utilizarías para tu producto o servicio? Justifica tu respuesta, es importante, proporcionar imágenes, del tipo de material que vas a utilizar.

Para enviar tu actividad pulsa el botón Editar mi envío; se mostrará un editor de texto en el cual puedes redactar tu información. Una vez que hayas concluido, guarda tu actividad pulsando el botón Guardar cambios.

## UNIDAD 13 ACTIVIDAD 9

Patrocinios:

Grahame, A. (Agosto 24, 2017). FITNEES. Recuperado Noviembre 14, 2018, de [https://muyfitness.com/diferencia-entre-los-zapatos-de-futbol-adidas-nike-y-puma\\_13104863/](https://muyfitness.com/diferencia-entre-los-zapatos-de-futbol-adidas-nike-y-puma_13104863/)

Del ejemplo del siguiente enlace, elije un patrocinador y explica el porque decidiste que era el mejor para tu producto o servicio, justifica tu respuesta.

Para enviar tu actividad pulsa el botón Editar mi envío; se mostrará un editor de texto en el cual puedes redactar tu información. Una vez que hayas concluido, guarda tu actividad pulsando el botón Guardar cambios.

UNIDADES 14, 15, 16 Y 17 ACTIVIDAD 10

Lo que aprendí.

14.-Promocion internacional.

COMCE (n.d.). MARKETING Y PROMOCIÓN INTERNACIONAL. Recuperado Noviembre 14, 2018, de <http://comcenoreste.org.mx/anterior/wp-content/uploads/2017/06/Marketing-y-Promocion-Internacional-1.pdf>

15.-Envase promocional.

El siguiente enlace es una página de varias imágenes de envases promocionales.

<https://www.google.com.mx/search?q=Envase+promocional.&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=2ahUKewiekve199TeAhVFPq0KHxaEBMMQsAR6BAgGEAE&biw=1280&bih=558>

16.-Planificacion de las actividades promocionales.

**Promoción de ventas.**

Arturo (S/F). *La promoción de ventas (definición y ejemplos)*. Recuperado Noviembre 4, 2018, de <https://www.crecenegocios.com/la-promocion-de-ventas-definicion-y-ejemplos/>

Jose, J. (2017, diciembre 27 ). 19 ejemplos de promociones de ventas exitosos para 2019. Recuperado Noviembre 4, 2018, de <https://portermetrics.com/ejemplos-de-promociones-de-ventas-2018/>

17.- Comunicación e implementación de la Campaña Publicitaria.

**Publicidad**

Milich, G. (S/F). ¿Qué es publicidad? Lo que necesitas saber del concepto. Recuperado Noviembre 4, 2018, de <https://marketingdecontenidos.com/publicidad/>

Con estas cuarto unidades, organiza una plan de actividades para la empresa que elegiste en las actividades anteriores.

La promoción internacional.

El envase promocional.

Una planificación de las actividades promocionales.

Una pequeña campaña publicitaria.

Para enviar tu actividad pulsa el botón Editar mi envío; se mostrará un editor de texto en el cual puedes redactar tu información. Una vez que hayas concluido, guarda tu actividad pulsando el botón Guardar cambios.

## CALENDARIO DE ACTIVIDADES

Fecha	No. Unidad	No. Actividad	Descripción de la de actividad de acuerdo a la plataforma	Ponderación
19 de febrero de 2019	UNIDAD 1: Introducción a la promoción de ventas	Actividad 1	UNIDAD 1 ACTIVIDAD 1 Participa en el foro y explica gráficamente qué relación tiene el ciclo de vida del producto, en la introducción a la promoción de ventas. 2.- Revisa los trabajos de tus compañeros (as) y coméntalos con cordialidad y respeto.	10 %
19 de febrero de 2019	UNIDAD 2: Marco legal de las promociones de ventas	Actividad 2	UNIDAD 2 ACTIVIDAD 2 SEGOB (26/09/1990). Diario Oficial de la Federación . Retrieved 14/Nov/1990, from <a href="http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4679579&amp;fecha=26/09/1990">http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4679579&amp;fecha=26/09/1990</a> De este enlace que te proporciono realiza un mapa conceptual del marco legal para la promoción de ventas, e investiga en internet, el marco legal, en el reglamento de Profeco. Y explica la importancia del marco legal para el consumidor.  Para enviar tu actividad pulsa el botón editar mi envío; se mostrará un editor de texto en el cual puedes redactar tu información. Una vez que hayas concluido, guarda tu actividad pulsando el botón Guardar cambios.	5 %
01 de marzo de 2019	UNIDAD 2: Marco legal de las promociones de ventas	Actividad 2	UNIDAD 2 ACTIVIDAD 2 SEGOB (26/09/1990). Diario Oficial de la Federación . Retrieved 14/Nov/1990, from <a href="http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4679579&amp;fecha=26/09/1990">http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4679579&amp;fecha=26/09/1990</a> De este enlace que te proporciono realiza un mapa conceptual del marco legal para la promoción de ventas, e investiga en internet, el marco legal, en el reglamento de Profeco. Y explica la importancia del marco legal para el consumidor.  Para enviar tu actividad pulsa el botón editar mi envío; se mostrará un editor de texto en el cual puedes redactar tu información. Una vez que hayas concluido, guarda tu actividad pulsando el botón Guardar cambios	5 %

12 de marzo de 2019	UNIDAD 3: La agencia de promociones y su funcionamiento	Actividad 3	<p>UNIDAD 3 ACTIVIDAD 3  AMAPRO (n.d.). AGENCIAS AMAPRO. Recuperado 14/Nov/2018, de <a href="http://amapro.com.mx/por-que-agencias-amapro">http://amapro.com.mx/por-que-agencias-amapro</a></p> <p>Abre el siguiente enlace, y realiza un mapa conceptual de la agencia de la empresa AMAPRO, Justifica tu respuesta.  Para enviar tu actividad pulsa el botón Editar mi envío; se mostrará un editor de texto en el cual puedes redactar tu información. Una vez que hayas concluido, guarda tu actividad pulsando el botón Guardar cambios.</p>	5 %
29 de marzo de 2019	UNIDAD 4: Comportamiento del consumidor y la promoción de ventas	Cuestionario de reforzamiento	<p>UNIDAD 4 ACTIVIDAD 4  Cuestionario de Reforzamiento</p> <p>Define el Comportamiento del Consumidor y la Promoción de Ventas.  ¿Cuáles son las características de la promoción de ventas?  ¿Menciona algunos motivos por los cuales el consumidor compra?  Explica el proceso de compra.  ¿Quiénes son los autores en el proceso de los modelos del comportamiento del consumidor?  Explica el objetivo de la promoción de ventas.  ¿Qué es la PROFECO?  ¿Cuáles son las herramientas en la promoción de ventas para los consumidores?</p>	10 %
09 de abril de 2019	UNIDAD 5: Técnicas de promoción de ventas	Actividad 5	<p>UNIDADES 5 Y 6 ACTIVIDAD 5  5.-Técnicas de promoción de venta  6.-Promociones del distribuidor.</p> <p>Busca en internet una empresa Mexicana, en donde menciona sus técnicas de venta, y sus promociones como distribuidor, y organízalas en un cuadro sinóptico, y justifica tu respuesta.  Para enviar tu actividad pulsa el botón editar mi envío; se mostrará un editor de texto en el cual puedes redactar tu información. Una vez que hayas concluido, guarda tu actividad pulsando el botón Guardar cambios.</p>	5 %
26 de abril de 2019	UNIDAD 6: Promociones del distribuidor	Actividad 6	<p>UNIDADES 7 Y 8 ACTIVIDAD 6  Tellis G.J. y Redondo, I. (2002) ((2002)). Estrategias de Publicidad y Promoción. Ed. Pearson Educación, Madrid, España. Recuperado 14/Nov/2018, de <a href="http://myuvmcollege.com/uploads/lectura2012-09/CAP%C3%8DTULO%206-7161.pdf">http://myuvmcollege.com/uploads/lectura2012-09/CAP%C3%8DTULO%206-7161.pdf</a></p> <p>7-Promociones del fabricante.  8.- Promoción hacia el consumidor</p> <p>Del enlace proporcionado, realiza un cuadro sinóptico, la diferencia que hay en la promoción del fabricante y la promoción hacia el consumidor.  Para enviar tu actividad pulsa el botón Editar mi envío; se mostrará un editor de texto en el cual puedes redactar tu información. Una vez que hayas concluido, guarda tu actividad pulsando el botón Guardar cambios.</p>	5 %



03 de mayo de  
2019

UNIDAD 9: La  
promoción de  
ventas en  
autoservicios y  
merchandising

Actividad 7

#### UNIDAD 9 ACTIVIDAD 7

La promoción de ventas en autoservicios y Merchandising.

Rocío Rodríguez Deponte /Ana Dopico Parada (Vol. 4, N° 3, 1998, pp. 29-40). LA FUNCIÓN DEL MERCHANDISER EN EL PUNTO DE VENTA COMO TÁCTICA PARA MEJORAR LA DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DE GRAN CONSUMO. Recuperado Noviembre 14, 2018 de <https://redaedem.org/articulos/iedee/v04/043029.pdf>

5 %

Con el siguiente enlace realiza un mapa conceptual del proceso del Merchandising. Para enviar tu actividad pulsa el botón Editar mi envío; se mostrará un editor de texto en el cual puedes redactar tu información. Una vez que hayas concluido, guarda tu actividad pulsando el botón Guardar cambios.

<p>14 de mayo de 2019</p>	<p>UNIDAD 10: Material pop</p>	<p>Actividad 8</p>	<p>UNIDADES 10, 11 Y 12 ACTIVIDAD 8 10.-Material, POP.</p> <p>José Jairo Ospina Vega (Agosto 26, 2015). El material POP como generador de ventas. Recuperado 17/Nov/ 2018, de <a href="https://medium.com/@jjospina/el-material-pop-como-generador-de-ventas-b53449869f9e">https://medium.com/@jjospina/el-material-pop-como-generador-de-ventas-b53449869f9e</a></p> <p>El siguiente enlace, no tiene autor, ni fecha, sin embargo tiene imágenes e información de lo que puede ser el material POP. <a href="https://conceptodefinicion.de/material-p-o-p/">https://conceptodefinicion.de/material-p-o-p/</a></p> <p>11.- Tipos de actividades promocionales NOVA (1999). Nova, Promocionales . Recuperado 17/Nov/ 2018, de <a href="http://www.novamarketing.mx/?gclid=CjwKCAiAz7TfBRAKEiwAz8fKONlIdhMlgoSfSg7bZEfjQOXFM_ixbyU_Mx3b70RPLZSGPWpdaLohNRoCAsYQAvD_BwE">http://www.novamarketing.mx/?gclid=CjwKCAiAz7TfBRAKEiwAz8fKONlIdhMlgoSfSg7bZEfjQOXFM_ixbyU_Mx3b70RPLZSGPWpdaLohNRoCAsYQAvD_BwE</a></p> <p>FACUA (2009). FACUA, Andalucía. Recuperado Noviembre 14, 2018, de <a href="https://www.facua.org/es/guia.php?Id=107&amp;capitulo=909%20PDF">https://www.facua.org/es/guia.php?Id=107&amp;capitulo=909%20PDF</a></p> <p>12.- Actividades promocionales para productos y servicios.</p> <p><b>Métodos Promocionales – UAEH</b> <a href="https://www.uaeh.edu.mx/docencia/Vl.../PRES7_metodos_promocionales.ppsx">https://www.uaeh.edu.mx/docencia/Vl.../PRES7_metodos_promocionales.ppsx</a> <u>Este enlace es una presentación en power point esto quiere decir que es un documento por lo tanto si le dan clic no podrán ingresar en el entonces deberán.</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <a href="#">Copiar el link</a></li> <li>2. <a href="#">Pegar en el buscador.</a></li> <li>3. <a href="#">Deben de buscar la liga, como si fuera información.</a></li> <li>4. <a href="#">La primera opción es la página que podrán solicitar.</a></li> </ol> <p>La promoción no debe considerarse como una <i>actividad</i> aislada o deba .... ya que la aplicación normal de este <i>tipo</i> de marketing se realiza con la organización de ... todo el proceso de compra y consumo del <i>producto</i> o <i>servicio</i> para gestionar ... se apoya de elementos <i>promocionales</i> o como lo conocemos, <i>material POP</i> y ...</p> <p>Fisher, L., &amp; Espejo, J. (2011). Mercadotecnia (4th ed.). (Original work published 1985). Recuperado 17 de noviembre 2018 de <a href="https://www.academia.edu/18897949/Libro_Mercadotecnia_Laura_Fischer_y_Jorge_Espejo">https://www.academia.edu/18897949/Libro_Mercadotecnia_Laura_Fischer_y_Jorge_Espejo</a>.</p> <p>Supongamos que tu eres dueño de una marca x ¿qué tipo de material POP, actividades promocionales utilizarías para tu producto o servicio? Justifica tu respuesta, es importante, proporcionar imágenes, del tipo de material que vas a utilizar.</p> <p>Para enviar tu actividad pulsa el botón Editar mi envío; se mostrará un editor de texto en el cual puedes redactar tu información. Una vez que hayas concluido, guarda tu actividad pulsando el botón Guardar cambios.</p>	<p>5 %</p>
---------------------------	------------------------------------	--------------------	---	------------

24 de mayo de  
2019

UNIDAD 13:  
Patrocinios

Actividad 9

UNIDAD 13 ACTIVIDAD 9

Patrocinios:

Grahame, A. (Agosto 24, 2017). FITNEES. Recuperado Noviembre 14, 2018, de [https://muyfitness.com/diferencia-entre-los-zapatos-de-futbol-adidas-nike-y-puma\\_13104863/](https://muyfitness.com/diferencia-entre-los-zapatos-de-futbol-adidas-nike-y-puma_13104863/)

Del ejemplo del siguiente enlace, elije un patrocinador y explica el porque decidiste que era el mejor para tu producto o servicio, justifica tu respuesta.

Para enviar tu actividad pulsa el botón Editar mi envío; se mostrará un editor de texto en el cual puedes redactar tu información. Una vez que hayas concluido, guarda tu actividad pulsando el botón Guardar cambios.

5 %

31 de mayo de 2019	UNIDAD 14: Promoción internacional	Actividad 10	<p>UNIDADES 14, 15, 16 Y 17 ACTIVIDAD 10 Lo que aprendí.</p> <p>14.-Promocion internacional.</p> <p>COMCE (n.d.). MARKETING Y PROMOCIÓN INTERNACIONAL. Recuperado Noviembre 14, 2018, de <a href="http://comcenoreste.org.mx/anterior/wp-content/uploads/2017/06/Marketing-y-Promocion-Internacional-1.pdf">http://comcenoreste.org.mx/anterior/wp-content/uploads/2017/06/Marketing-y-Promocion-Internacional-1.pdf</a></p> <p>15.-Envase promocional.</p> <p>El siguiente enlace es una página de varias imágenes de envases promocionales. <a href="https://www.google.com.mx/search?q=Envase+promocional.&amp;tbm=isch&amp;tbo=u&amp;source=univ&amp;sa=X&amp;ved=2ahUKewiekve199TeAhVFPq0KHXAEBMMQsAR6BAgGEAE&amp;biw=1280&amp;bih=558">https://www.google.com.mx/search?q=Envase+promocional.&amp;tbm=isch&amp;tbo=u&amp;source=univ&amp;sa=X&amp;ved=2ahUKewiekve199TeAhVFPq0KHXAEBMMQsAR6BAgGEAE&amp;biw=1280&amp;bih=558</a></p> <p>16.-Planificacion de las actividades promocionales.</p> <p><b>Promoción de ventas.</b></p> <p>Arturo (S/F). <i>La promoción de ventas (definición y ejemplos)</i>. Recuperado Noviembre 4, 2018, de <a href="https://www.crecenegocios.com/la-promocion-de-ventas-definicion-y-ejemplos/">https://www.crecenegocios.com/la-promocion-de-ventas-definicion-y-ejemplos/</a></p> <p>Jose, J. (2017, diciembre 27 ). 19 ejemplos de promociones de ventas exitosos para 2019. Recuperado Noviembre 4, 2018, de <a href="https://portermetrics.com/ejemplos-de-promociones-de-ventas-2018/">https://portermetrics.com/ejemplos-de-promociones-de-ventas-2018/</a></p> <p>17.- Comunicación e implementación de la Campaña Publicitaria.</p> <p><b>Publicidad</b></p> <p>Milich, G. (S/F). ¿Qué es publicidad? Lo que necesitas saber del concepto. Recuperado Noviembre 4, 2018, de <a href="https://marketingdecontenidos.com/publicidad/">https://marketingdecontenidos.com/publicidad/</a></p> <p>Con estas cuatro unidades, organiza un plan de actividades para la empresa que elegiste en las actividades anteriores. La promoción internacional. El envase promocional. Una planificación de las actividades promocionales. Una pequeña campaña publicitaria.</p> <p>Para enviar tu actividad pulsa el botón Editar mi envío; se mostrará un editor de texto en el cual puedes redactar tu información. Una vez que hayas concluido, guarda tu actividad pulsando el botón Guardar cambios.</p>	10 %
--------------------	---------------------------------------	--------------	--	------

## VII. Sistema de evaluación

FACTORES	DESCRIPCIÓN												
Requisitos	<p>Requisitos</p> <p>Al finalizar el semestre (3 al 8 de Junio 2019) presentarás un examen que contempla todos los temas de la asignatura (programa de la asignatura Plan 2012). Debes tener presente que solo tienes un intento y 110 minutos para contestarlo y que al terminar ese tiempo se cerrará automáticamente, enviando la calificación obtenida. Presentar tus actividades con una caratula que contenga lo siguiente: Tu nombre, nombre del profesor, carrera, asignatura, actividad, bibliografía en formato APA, enlaces: : Publicación académica especializada <a href="http://www.cva.itesm.mx/biblioteca/pagina_con_formato_version_oct/apa.htm">http://www.cva.itesm.mx/biblioteca/pagina_con_formato_version_oct/apa.htm</a> o paginas web.</p> <p>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 incurren en plagio.</p> <p>Revisar el temario, así como sus ponderaciones de cada una de las actividades.</p> <p>Cubrir en totalidad las actividades para presentar el examen final. El ultimo día para subir actividades es el 31 de mayo 2019 .</p>												
Porcentajes	<table> <tbody> <tr> <td>Act. de aprendizaje</td> <td>40 %</td> </tr> <tr> <td>Cuestionario de reforzamiento</td> <td>10 %</td> </tr> <tr> <td>Examen Final</td> <td>30 %</td> </tr> <tr> <td>Foros</td> <td>10 %</td> </tr> <tr> <td>Act. lo que aprendí</td> <td>10 %</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>100 %</td> </tr> </tbody> </table>	Act. de aprendizaje	40 %	Cuestionario de reforzamiento	10 %	Examen Final	30 %	Foros	10 %	Act. lo que aprendí	10 %	TOTAL	100 %
Act. de aprendizaje	40 %												
Cuestionario de reforzamiento	10 %												
Examen Final	30 %												
Foros	10 %												
Act. lo que aprendí	10 %												
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)
Plataforma Educativa	(X)
Foro Electrónico	(X)
Chat	(X)
Correo Electrónico	(X)

Sitios de Internet

(X)

Plan de Trabajo

(X)