

PLANEACIÓN DIDÁCTICA

LICENCIATURAS EN QUE SE IMPARTE

1. Administración 6-8 semestre

DATOS DE LA ASIGNATURA

Nombre:	Investigación de Mercados y Motivación de Compra
Clave(s):	0545
Tipo:	Optativa
Plan de Estudios:	2012 (actualizado a 2016)

FECHAS DEL SEMESTRE:

Inicio semestre:	08 de enero de 2022
Fin del semestre:	11 de junio de 2022
Plataforma educativa	23 de febrero de 2022 Primer día para entrega de actividades en plataforma
Cierre de plataformas:	29 de mayo de 2022 a las 23:00 hrs. Último día para entrega de actividades en plataforma
Periodo examen global:	04 y del 06 al 10 de junio de 2022

DATOS GENERALES

Objetivo general:

Identificar los diferentes factores que influyen en la motivación de compra del consumidor a través de la realización de diferentes tipos de investigación de mercados.

Contenido temático:

Tema		Teóricas	Prácticas
1	Factores internos en la motivación de compra	6	
2	Factores externos en la motivación de compra	6	
3	Importancia de la investigación de mercados	6	
4	Tipos de investigación de mercados	6	
5	Desarrollo de la investigación de mercados	12	
6	Investigación de mercados cuantitativa (SPSS, Excel, Datos Estadísticos)	10	
7	Investigación de mercados cualitativa	10	
8	Investigación de mercados específica SPSS, Excel, Datos estadísticos.	8	
Suma total de horas		64	

BIENVENIDA

Apreciable alumn@:

Bienvenid@ a la materia de **Investigación de Mercados y Motivación de Compra**, estaré asesorándote durante el presente semestre, mi labor es apoyarte en tu proceso de aprendizaje, resolviendo tus dudas y sugiriéndote como aprovechar los contenidos para que puedas obtener un mejor aprendizaje. No dejes de asistir a las asesorías tantas veces consideres necesario.

Revisaré tus actividades de aprendizaje en plataforma y tendrás un comentario a cada una de después de entregar la actividad, lo cual te permitirá conocer la retroalimentación correspondiente para que puedas analizar y asimilar los comentarios que, sin duda, repercutirán en tu aprendizaje. Asimismo, es recomendable que presentes tus exámenes parciales una vez que hayas entregado las actividades de aprendizaje de esas unidades y consideres que te has preparado lo suficiente para poder acreditarlos

PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura es importante en la formación profesional, porque empresas públicas y principalmente las privadas requieren la gestión de esta área funcional que le permite a las personas obtener bienes y servicios a través de un intercambio monetario, es en síntesis, el vínculo e interrelación de las áreas funcionales y las operaciones generadas en el área de mercadotecnia que permiten la venta y cómo entender los deseos y necesidades para que el comprador se decida por la oferta de la empresa.

FORMA EN QUE EL ALUMNO DEBE PREPARAR LA ASIGNATURA


Como miembro de una institución de educación superior, se es responsable de generar contenidos ya sea actividades y/o exámenes que integren las técnicas de investigación documental, todas aquellas que apliquen. Sin *método* y *rigor*, la solvencia académica se diluye al no ser 100% verificable y por lo tanto confiable. Por ello te invito a generar documentos con rigor académico.



Para la realización de tus actividades deberás cuidar tu **ortografía** y usar **fuentes oficiales** como: libros, revistas, artículos, etcétera. Recuerda hacer la cita en formato APA, ya que, si no lo haces incurrirás en plagio. https://www.revista.unam.mx/wp-content/uploads/3_Normas-APA-7-ed-2019-11-6.pdf



ACTIVIDADES POR REALIZAR DURANTE EL SEMESTRE



Las actividades de aprendizaje se han estructurado de tal forma que te permitan desarrollar habilidades y destrezas, para dar solución a un problema en específico, producto de los aprendizajes significativos derivados de la apropiación de los contenidos temáticos de la asignatura.



Cada actividad deberá tener portada, desarrollo de la actividad, conclusiones, fuente de la información como comentario y bibliografía. Para la inserción del comentario con la fuente de la información, deben anexar el link/ la captura de pantalla o foto -del sitio web o del libro/revista de dónde se obtuvieron los datos-, anexar como un comentario (es una función de Word, la cual podrás revisar con detalle en el siguiente enlace: <https://support.microsoft.com/es-es/office/insertar-eliminar-o-modificar-un-comentario-5cb1af25-4dfe-4484-9713-2c80391ecf12?ui=eses&rs=es-es&ad=es>



Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
Unidad 1: Factores internos	Actividad 1	Consulta el siguiente vínculo: Comportamiento del Consumidor  Responde las siguientes preguntas: 2. ¿Qué es el comportamiento del consumidor? 3. ¿Define “modelo de comportamiento del consumidor”? 4. ¿Cuál es la importancia de un modelo de comportamiento? 5. ¿Cuáles son las características del comportamiento del consumidor?		6 pts

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>Explica cada Factor interno</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estilo de vida • Cultura • Motivación • Edad • Personalidad • Percepción de marca <p>Realiza un mapa conceptual sobre los factores internos</p> <p><i>Cargaras dos archivos,  original y el PDF </i></p> <p>Una vez que concluyas la actividad, súbela a la sección de tareas de la plataforma: presiona el botón Examinar. Localiza y selecciona el archivo de texto en tu equipo y presiona Subir para enviarlo a la plataforma.</p> <p>Recuerda usar siempre asociada a la cita, el comentario con foto o copia textual ampliada de la fuente de información consultada.</p> <p>.</p> <p>. Utiliza la nomenclatura Numero de unidad_Numero de actividad_Nombre_Apellido Paterno (ejemplo: U2_A2_Claudia_Salinas.docx).</p> <p>Revisión y Retroalimentación: Para la presentación de los exámenes parciales, deberás haber entregado las actividades correspondientes a las unidades implicadas en cada examen. Mismas que serán calificadas y retroalimentadas antes de su aplicación.</p>		



Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
	Actividad 2	<p>En esta actividad se retoma este pensamiento: “Conocer a la audiencia más de lo que ella se conoce a si misma” 🤖. es un principio de la manipulación mediática que planteo Noam Chomsky</p> <ul style="list-style-type: none"> • En relación a la actividad <i>anterior, integra un ensayo argumentativo</i> destacando este principio vinculando los temas vistos en dicha actividad. <p>En la redacción de este ensayo considera integrar un enfoque positivo y negativo (defensa/ critica),(favor/en contra) sobre el tema.</p> <p>Cargaras dos archivos,  original y el PDF </p> <p>Una vez que concluyas la actividad, súbela a la sección de tareas de la plataforma: presiona el botón Examinar. Localiza y selecciona el archivo de texto en tu equipo y presiona Subir para enviarlo a la plataforma.</p> <p>Recuerda usar siempre asociada a la cita, el comentario con foto o copia textual ampliada de la fuente de información consultada.</p> <p>. Utiliza la nomenclatura Numero de unidad_Numero de actividad_Nombre_Apellido Paterno (ejemplo: U2_A2_Claudia_Salinas.docx).</p> <p>Revisión y Retroalimentación: Para la presentación de los exámenes parciales, deberás haber entregado las actividades correspondientes a las unidades implicadas en cada examen. Mismas que serán calificadas y retroalimentadas antes de su aplicación.</p>		5 pts



Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
Unidad 2 Factores Externos	Actividad 1	<p>Consulta el siguiente vínculo: Comportamiento del Consumidor 📄</p> <p>Responda la siguiente pregunta:</p> <p>¿Cuáles son los tipos de comportamiento del consumidor?</p> <p>Explica cada factor externo</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Calidad del producto 2. Precio 3. Valoración de otros consumidores 4. Sitios de fácil navegación <p><i>Cargaras dos archivos,  original y el PDF </i></p> <p>Una vez que concluyas la actividad, súbela a la sección de tareas de la plataforma: presiona el botón Examinar. Localiza y selecciona el archivo de texto en tu equipo y presiona Subir para enviarlo a la plataforma.</p> <p>Recuerda usar siempre asociada a la cita, el comentario con foto o copia textual ampliada de la fuente de información consultada.</p> <p>·</p> <p>· Utiliza la nomenclatura Numero de unidad_Numero de actividad_Nombre_Apellido Paterno (ejemplo: U2_A2_Claudia_Salinas.docx).</p> <p>Revisión y Retroalimentación: Para la presentación de los exámenes parciales, deberás haber entregado las actividades correspondientes a las unidades implicadas en cada examen. Mismas que serán calificadas y retroalimentadas antes de su aplicación.</p>	Kotler, Armstrong. (2010). Marketing. México: Pearson.	6 pts

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
	Actividad 2 Colaborativa	<p>Visita los siguiente vinculo.</p> <p>Mexicanos Usaran Mas Servicios Fintech </p> <p>La Ola Fintech Que Mueve Al Mercado Y Obliga A Los Bancos</p> <p>Actualizarse </p> <p>Participa en el foro y debate el Tema,” Las Nuevas Generaciones “El Mercado Natural De Las Fintech”, SOPORTE LA NARRATIVA CON LOS TEMAS DE LA UNIDAD</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lee los comentarios de tus compañeros y retroalimenta dos de esas aportaciones, recuerda que debes ser respetuoso con los puntos de vista de tus compañeros y no se puede usar alguna frase como: “opino lo mismo que X compañero” o “no tengo nada que comentar”. 2. Para tener el 100% de la calificación debes comentar dos de las aportaciones de tus compañeros, en caso de no hacerlo, sólo obtendrás el 50% de la misma. <p>Cuida la ortografía e incluye la fuente de la información con formato APA.</p> <p>En el foro no puedes subir ningún tipo de archivo, todas las respuestas van directamente en el foro. Revisión y Retroalimentación:</p>		3 pts

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
Unidad 3 importancia de la investigación de mercados	Actividad 1	<p>Realiza una infografía de este tema, deberás investigar los temas importantes mencionados en el texto.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dirección de mercadotecnia • Estrategias • Etc <p><i>Cargaras dos archivos, el original  y el PDF </i></p> <p>Una vez que concluyas la actividad, súbela a la sección de tareas de la plataforma: presiona el botón Examinar. Localiza y selecciona el archivo de texto en tu equipo y presiona Subir para enviarlo a la plataforma.</p> <p>Recuerda usar siempre asociada a la cita, el comentario con foto o copia textual ampliada de la fuente de información consultada.</p> <p>. Utiliza la nomenclatura Numero de unidad_Numero de actividad_Nombre_Apellido Paterno (ejemplo: U2_A2_Claudia_Salinas.docx).</p> <p>Revisión y Retroalimentación: Para la presentación de los exámenes parciales, deberás haber entregado las actividades correspondientes a las unidades implicadas en cada examen. Mismas que serán calificadas y retroalimentadas antes de su aplicación.</p>	<p>“Introducción a la Investigación de Mercados” de Laura Fischer y Jorge Espejo. pag.14 4a. Edición</p>	6 pts



Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
<p>Unidad 4 Tipos de investigación de mercados</p>	<p>ACTIVIDAD 1</p>	<p>Realiza un resumen sobre la tipología de investigación de mercados y un diagrama sinóptico del tema</p> <p>Del artículo siguiente define las ideas más importantes que se vinculan con tu perfil profesional.</p> <p><u>REFLEXIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS EN MÉXICO: CRECIMIENTO E INVERSIÓN</u> </p> <p><i>Cargas dos archivos, el original  y el PDF </i></p> <p>Una vez que concluyas la actividad, súbela a la sección de tareas de la plataforma: presiona el botón Examinar. Localiza y selecciona el archivo de texto en tu equipo y presiona Subir para enviarlo a la plataforma.</p> <p>Recuerda usar siempre asociada a la cita, el comentario con foto o copia textual ampliada de la fuente de información consultada.</p> <p>. Utiliza la nomenclatura Numero de unidad_Numero de actividad_Nombre_Apellido Paterno (ejemplo: U2_A2_Claudia_Salinas.docx).</p> <p>Revisión y Retroalimentación: Para la presentación de los exámenes parciales, deberás haber entregado las actividades correspondientes a las unidades implicadas en cada examen. Mismas que serán calificadas y retroalimentadas antes de su aplicación.</p>	<p>kotler, Amstrong. (2010). Marketing. Mexico d.f: Pearson. Pag-103-113</p>	<p>6 pts</p>



Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
Unidad 5 Desarrollo de la investigación de mercados	Actividad 1	<p>Desarrolla un mapa conceptual del proceso de desarrollo de la investigación de mercados. Considera, no basta, enunciar el concepto principal, se requieren conceptos subordinados.</p> <p>Responde y justifica las siguientes preguntas.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Porque seleccionar nuestro probabilístico o no probabilístico. 2. Por que es importante el tamaño de la muestra. 3. ¿Una muestra grande es siempre representativa contra una pequeña? <p><i>Cargas dos archivos, el original  y el PDF </i></p> <p>Una vez que concluyas la actividad, súbela a la sección de tareas de la plataforma: presiona el botón Examinar. Localiza y selecciona el archivo de texto en tu equipo y presiona Subir para enviarlo a la plataforma.</p> <p>Recuerda usar siempre asociada a la cita, el comentario con foto o copia textual ampliada de la fuente de información consultada.</p> <p>. Utiliza la nomenclatura Numero de unidad_Numero de actividad_Nombre_Apellido Paterno (ejemplo: U2_A2_Claudia_Salinas.docx).</p> <p>Revisión y Retroalimentación: Para la presentación de los exámenes parciales, deberás haber entregado las actividades correspondientes a las unidades implicadas en cada examen. Mismas que serán calificadas y retroalimentadas antes de su aplicación.</p>		6 pts

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
Unidad 6 Investigación de mercados cuantitativa (SPSS, Excel y Datos Estadísticos)	Actividad 1	<p>Consulta el libro “Introducción a la Investigación de Mercados” de Laura Fischer y Jorge Espejo 4a. Edición, lee la unidad 3 completa y a partir de la información obtenida elabora un cuadro sinóptico que incluya la explicación de los siguientes temas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué son los <i>métodos cuantitativos</i> de recolección de datos y que tipo de información se busca obtener con estos? 2. Define los métodos para recolectar información de tipo cuantitativo, de qué se trata cada uno, qué herramientas utiliza y cuáles son sus ventajas y/o desventajas. 3. Que relación guarda el <i>sesgo y el margen de error</i> en estas encuestas. <ul style="list-style-type: none"> ● Encuesta por correo postal o electrónico ● Encuesta telefónica. ● Encuesta personal. <p>Cargaras dos archivos, el original  Word y el PDF </p> <p>Una vez que concluyas la actividad, súbela a la sección de tareas de la plataforma: presiona el botón Examinar. Localiza y selecciona el archivo de texto en tu equipo y presiona Subir para enviarlo a la plataforma.</p> <p>Recuerda usar siempre asociada a la cita, el comentario con foto o copia textual ampliada de la fuente de información consultada.</p> <p>Utiliza la nomenclatura Numero de unidad_Numero de actividad_Nombre_Apellido Paterno (ejemplo: U2_A2_Cl̄audia_Sal̄inas.docx).</p> <p>Revisión y Retroalimentación: Para la presentación de los exámenes parciales, deberás haber entregado las actividades correspondientes a las unidades implicadas en cada examen. Mismas que serán calificadas y retroalimentadas antes de su aplicación.</p>	Fisher, Espejo. Introducción a la Investigación de Mercados. Mexico: Mc Graw Hill.	6 pts



Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
	Actividad 2	<p>Conforme al libro de Investigación de mercados de Fisher, unidad 3 De acuerdo a los “18 puntos fundamentales para diseñar un cuestionario”, que mencionan los autores de este libro pág. 48, diseña un cuestionario para evaluar un producto o servicio de tu preferencia en el que incluyas como mínimo 8 preguntas abiertas y 8 preguntas cerradas.</p> <p>Utiliza la aplicación de Google para generar y gestionar entre otras utilidades <u>Encuestas</u>. Puede usar la versión personal o de empresa.</p>  <p>Con el propósito de economizar espacio, si no es posible tener en una sola hoja las preguntas en la aplicación, solo saca una foto de cada modalidad como medio de prueba y entonces sí, en una sola cuartilla todas las preguntas.</p> <p>Elabora tu actividad en un procesador de texto, cuida la ortografía y utiliza fuente Arial 12 a espacio 1.5. Utiliza la nomenclatura Numero de unidad_Numero de actividad_Nombre_Apellido Paterno (ejemplo:U2_A2_Renata_Chávez.docx)</p> <p><i>Cargaras dos archivos, el  original y el PDF </i></p> <p>Una vez que concluyas la actividad, súbela a la sección de tareas de la plataforma: presiona el botón Examinar. Localiza y selecciona el archivo de texto en tu equipo y presiona Subir para enviarlo a la plataforma.</p>	Fisher, Espejo. Introducción a la Investigación de Mercados. Mexico: Mc Graw Hill	8 pts

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>Recuerda usar siempre asociada a la cita, el comentario con foto o copia textual ampliada de la fuente de información consultada.</p> <p>. Utiliza la nomenclatura Numero de unidad_Numero de actividad_Nombre_Apellido Paterno (ejemplo: U2_A2_Claudia_Salinas.docx).</p> <p>Revisión y Retroalimentación: Para la presentación de los exámenes parciales, deberás haber entregado las actividades correspondientes a las unidades implicadas en cada examen. Mismas que serán calificadas y retroalimentadas antes de su aplicación.</p>		
<p>Unidad 7 Investigación de mercados Cualitativas</p>	<p>Actividad 1</p>	<p>Consulta en el libro Introducción a la Investigación de Mercados de Laura Fischer y Jorge Espejo, pag.4, lee el tema “Sistema de información mercadológica” y con base a la información obtenida en este texto y con información que obtengas de investigar en otros textos, elabora un resumen, utilizando gráficos, en el que desarrolles ampliamente los siguientes temas</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Qué es un Sistemas de Información de Mercadotecnia (SIM) ● Enuncia en que consiste cada uno de los subsistemas, incluyendo de qué se encarga cada uno de los subsistemas y de dónde y cómo toma información para ejercer las decisiones. 	<p>Fisher, Espejo. Introducción a la Investigación de Mercados. Mexico: Mc Graw Hill</p>	<p>6 pts</p>

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<ul style="list-style-type: none"> • En qué consisten las herramientas: Sistemas ERP, Redes sociales y CRM y de qué subsistema son herramientas. <p><i>Cargas dos archivos, el  original y el PDF </i></p> <p>Una vez que concluyas la actividad, súbela a la sección de tareas de la plataforma: presiona el botón Examinar. Localiza y selecciona el archivo de texto en tu equipo y presiona Subir para enviarlo a la plataforma.</p> <p>Recuerda usar siempre asociada a la cita, el comentario con foto o copia textual ampliada de la fuente de información consultada</p> <p>. Utiliza la nomenclatura Numero de unidad_Numero de actividad_Nombre_Apellido Paterno (ejemplo: U2_A2_Claudia_Salinas.docx).</p> <p>Revisión y Retroalimentación: Para la presentación de los exámenes parciales, deberás haber entregado las actividades correspondientes a las unidades implicadas en cada examen. Mismas que serán calificadas y retroalimentadas antes de su aplicación.</p>		

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
	Actividad 2	<p>Utilizando el mismo libro “Introducción a la Investigación de Mercados” de Laura Fischer y Jorge Espejo 4a. Edición, consulta la unidad 4 integra y realiza lo siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿En qué consisten los métodos Cualitativos de recolección de datos y cuál es la utilidad de los resultados? 2. Lista los métodos para recolectar información de tipo cualitativa, haz un cuadro en el que muestres los métodos cualitativos, explica cada uno, qué herramientas utiliza y cuáles son sus ventajas. <ul style="list-style-type: none"> ● Sesiones de grupo. ● Entrevista de profundidad. ● Observación. <p>En un procesador de texto responde las siguientes preguntas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Los objetivos de la sesión de grupos, son? 2. ¿Cuáles son los casos en que se utilizan las entrevistas de profundidad? 3. Enuncia tres técnicas (nombre y cómo funcionan) que se utilizan en la observación mecánica. <p>Cargaras dos archivos  <u>original y el PDF</u> </p> <p>Una vez que concluyas la actividad, súbela a la sección de tareas de la plataforma: presiona el botón Examinar. Localiza y selecciona el archivo de texto en tu equipo y presiona Subir para enviarlo a la plataforma.</p>		6 pts

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>Recuerda usar siempre asociada a la cita, el comentario con foto o copia textual ampliada de la fuente de información consultada</p> <p>. Utiliza la nomenclatura Numero de unidad_Numero de actividad_Nombre_Apellido Paterno (ejemplo: U2_A2_Claudia_Salinas.docx).</p> <p>Revisión y Retroalimentación: Para la presentación de los exámenes parciales, deberás haber entregado las actividades correspondientes a las unidades implicadas en cada examen. Mismas que serán calificadas y retroalimentadas antes de su aplicación.</p>		
<p>Unidad 8 Investigación de mercados especifica SPSS, Excel, Datos</p>	<p>Actividad 1</p>	<p>Consulta el siguiente material:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué es el neuromarketing? 🧠💡 2. Neuromarketing: Las Tendencias 2021 🧠💡 3. Tendencias de investigación en neuromarketing 🧠💡 		<p>6 pts</p>
<p>Estadísticos</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Edward Bernays y de cómo se asentaron los principios para manipular a la sociedad y a los consumidores 🧠💡 <p>Elige de los tres primeros, aquel que consideres más completo y representativo, realiza un mapa conceptual y un ensayo argumentativo. Recuerda ejercer juicio crítico no solo destacando aquello que técnicamente es funcional y adecuado</p>		

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>para la empresa. Sino también, y contrastando el ultimo texto de Bernays. Finalmente, el ensayo es libre pero el contenido es Fondo y Forma.</p> <p>Realizaras un reporte sobre la utilidad de estudios específicos listados en mercadotecnia:</p> <ul style="list-style-type: none"> A. Precios B. Producto C. Publicidad D. Percepciones <p>Investiga y realiza una infografía sobre las siguientes técnicas de investigación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Geomarketing. • Inteligencia artificial. <p>Cargaras dos archivos,  original y el PDF </p> <p>Una vez que concluyas la actividad, súbela a la sección de tareas de la plataforma: presiona el botón Examinar. Localiza y selecciona el archivo de texto en tu equipo y presiona Subir para enviarlo a la plataforma.</p> <p>Recuerda usar siempre asociada a la cita, el comentario con foto o copia textual ampliada de la fuente de información consultada</p> <p>. Utiliza la nomenclatura Numero de unidad_Numero de actividad_Nombre_Apellido Paterno (ejemplo: U2_A2_Claudia_Salinas.docx).</p> <p>Revisión y Retroalimentación: Para la presentación de los exámenes parciales, deberás haber entregado las actividades correspondientes a las unidades implicadas en cada examen. Mismas que serán calificadas y retroalimentadas antes de su aplicación.</p>		

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
Ponderación total de las actividades				70

EXÁMENES

De acuerdo con los lineamientos del modelo educativo, tienes tres períodos a lo largo del semestre para presentar tus exámenes parciales (consulta las fechas en el calendario de inscripción a parciales y globales en el Portal SUAyED), tú decides el período en el que los realizarás.

Para esta asignatura están programados de la siguiente manera:

Parciales: Deberás entregar las actividades de aprendizaje de las unidades implicadas en cada parcial, antes de que inicie el periodo de aplicación. Es importante que te inscribas en cada periodo y cumplas con los lineamientos para su presentación.

NÚMERO	UNIDADES	VALOR
1ro.	1,2,3	10
2do.	4,5,6	10
3ro.	7,8	10

Recuerda revisar el calendario de aplicación de exámenes en el portal del SUAyED y registrarte en el sistema EMA para poder presentar los exámenes.

- **Global. Examen único**

Valor	Requisitos	Aplicación de global
100%	NINGUNO	04 y del 06 al 10 de junio de 2022

PORCENTAJES DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

Concepto	Porcentajes
Actividades de aprendizaje	67 %
Actividades colaborativas	3%
Exámenes parciales	30 %
Otro	%
Total	100 %

FUNCIONES DEL ASESOR

Por ser una modalidad abierta, tu asesor:

1. Será tu apoyo y guía de manera presencial para la resolución de dudas y desarrollo de las actividades; así mismo, por la mensajería de la plataforma educativa para dudas concretas.
2. Calificará y retroalimentará tus actividades de aprendizaje en plataforma educativa en un lapso no mayor a una semana después de la entrega.
3. Te recomendará recursos didácticos adicionales para ampliar tu conocimiento. No es su obligación facilitarte: copias, archivos digitales o proporcionarte ligas directas de la BIDI.
4. Enviará tu calificación al finalizar el semestre de manera personalizada.

DATOS DEL ASESOR O GRUPO DE ASESORES

Nombre	Correo electrónico	Celular Alumnos	Solo Mensajes: Identificándose por nombre y asignatura
Edgar Sotres P	mktsua@gmail.com	55-3332-0890	Telegram

Enseñar no es transferir conocimiento, sino crear las posibilidades para su propia producción o construcción.

Paulo Freire