



PLAN DE TRABAJO

DATOS DE LA INSTITUCIÓN

| | | | |
|----------------|---|-------------------------|------------|
| Plantel |  UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN  DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA MODELO EDUCATIVO ABIERTO SEGUNDO SEMESTRE | Licenciatura (s) | CONTADURÍA |
|----------------|---|-------------------------|------------|

DATOS DE LA ASIGNATURA

| | | | | | |
|-----------------|--------------------------------|-----------------|--------|--------------------------|--|
| Nombre | DIAGNOSTICO DE MERCADOS | | | | |
| Semestre | 2 | Clave | 1213 | Fecha de inicio: | 14 de agosto de 2017 |
| Grupos: | TODOS | Periodo: | 2018-1 | Fecha de término: | 8 de diciembre de 2017. Cierre de plataformas para entrega de actividades: 26 de noviembre de 2017 a las 23:00 hrs. |

PRESENTACIÓN GENERAL DEL PROGRAMA

Estimad@s alum@s de la asignatura:

Todo el grupo de maestros de esta asignatura, seremos tus asesores durante este semestre; por ello, nuestra 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 preguntar en las asesorías cuanto sea necesario y las veces que consideres pertinente.

El asesor asignado a tu grupo, revisará tus actividades de aprendizaje en plataforma y tendrás un comentario a cada una de ellas en un lapso que no debe ser mayor a 48 horas y que te permita 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

FORMA EN QUE EL ALUMNO DEBERÁ PREPARAR LA ASIGNATURA

Antes de que inicies tu trabajo en plataforma para la entrega de tus actividades, te recomendamos que revises “El Manual del Usuario en Línea”, a fin de que conozcas todas sus secciones y te familiarices con ella; de esta forma, estamos seguros que no tendrás mayor problema a la hora de subir tus actividades.

Las actividades de aprendizaje determinadas por los asesores, son tareas que 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 correspondiente.

Se manejarán los contenidos de manera didáctica, empleando recursos que te permitan una mejor lectura y comprensión de los temas. Asimismo se fomentará en ti, la apropiación de una nueva forma de trabajo y aprendizaje de manera independiente, donde crearás nuevos hábitos de estudio y de organización de tiempos para la revisión de materiales en el sitio, búsqueda de bibliografía necesaria, realizar investigaciones

Exámenes

De acuerdo con los lineamientos del modelo educativo abierto, tienes cuatro períodos a lo largo del semestre para presentar tus exámenes parciales (las fechas podrás consultarlas en la página web del SUAyED) y tú decidirás el período en el que los presentarás. Para esta asignatura, presentarás **dos** exámenes parciales que abarcan las siguientes unidades:

| PARCIAL | UNIDADES | PORCENTAJE (PUNTOS) |
|----------------|-----------------|----------------------------|
| PRIMERO | 1,2,3 | 10 |
| SEGUNDO | 4,5,6 | 10 |

Relación de actividades a entregar

| Unidad | Actividad | Descripción | Ponderación (PUNTOS) | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------|-------------------|--|----------------------|-------------------|----------|-----------|-------|---------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|------------|-------|-------|-------|-------|---|
| 1 | 1 | <p>UNIDAD 1</p> <p>Después de leer "Producto / Marca" en formato PDF que se encuentra dentro de la plataforma, deberás realizar:</p> <p>1.- Una lista de por lo menos 5 ejemplos de cada uno de los siguientes tipos de producto: *Paraguas, *Individual, *Familia y *Propia.</p> <p>NOTA: No es necesario que des la descripción de cada uno, solo son los ejemplos, en total deberás enviar 20 ejemplos.</p> <p>2.- Al finalizar los ejemplos menciona cual es la importancia del empaque, envase, embalaje de los productos y servicios.</p> <p>Realiza tu actividad en un procesador de textos, guárdala en tu computadora y una vez concluida, presiona el botón Examinar. Localiza el archivo, ya seleccionado, presiona Subir este archivo para guardarlo en la plataforma</p> | 5 | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | 2 | <p>UNIDAD 1,</p> <p>Al terminar el vídeo "Las 4ps de la mercadotecnia" analiza los siguientes 3 productos y servicios con base en las 4Ps que viste en el video, posteriormente responde en cada uno de ellos si se cumple o no se cumple con dicha mezcla y ¿porque? Las respuestas son desde la opinión mercadológica y personal como consumidores.</p> <table border="1" data-bbox="611 1307 1761 1455"> <thead> <tr> <th></th> <th>precio</th> <th>producto</th> <th>promoción</th> <th>plaza</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Refresco Lulu</td> <td>Si/no ¿porque?</td> <td>Si/no ¿porque?</td> <td>Si/no ¿porque?</td> <td>Si/no ¿porque?</td> </tr> <tr> <td>Detergente</td> <td>Si/no</td> <td>Si/no</td> <td>Si/no</td> <td>Si/no</td> </tr> </tbody> </table> | | precio | producto | promoción | plaza | Refresco Lulu | Si/no ¿porque? | Si/no ¿porque? | Si/no ¿porque? | Si/no ¿porque? | Detergente | Si/no | Si/no | Si/no | Si/no | 5 |
| | precio | producto | promoción | plaza | | | | | | | | | | | | | | |
| Refresco Lulu | Si/no ¿porque? | Si/no ¿porque? | Si/no ¿porque? | Si/no ¿porque? | | | | | | | | | | | | | | |
| Detergente | Si/no | Si/no | Si/no | Si/no | | | | | | | | | | | | | | |

| | | <table border="1"> <tr> <td>Caperusita</td> <td>¿porque?</td> <td>¿porque?</td> <td>¿porque?</td> <td>¿porque?</td> </tr> <tr> <td>Papel Regio</td> <td>Si/no ¿porque?</td> <td>Si/no ¿porque?</td> <td>Si/no ¿porque?</td> <td>Si/no ¿porque?</td> </tr> <tr> <td>Banco INBURSA</td> <td>Si/no ¿porque?</td> <td>Si/no ¿porque?</td> <td>Si/no ¿porque?</td> <td>Si/no ¿porque?</td> </tr> <tr> <td>Cinemex</td> <td>Si/no ¿porque?</td> <td>Si/no ¿porque?</td> <td>Si/no ¿porque?</td> <td>Si/no ¿porque?</td> </tr> <tr> <td>Vips</td> <td>Si/no ¿porque?</td> <td>Si/no ¿porque?</td> <td>Si/no ¿porque?</td> <td>Si/no ¿porque?</td> </tr> </table> | Caperusita | ¿porque? | ¿porque? | ¿porque? | ¿porque? | Papel Regio | Si/no ¿porque? | Si/no ¿porque? | Si/no ¿porque? | Si/no ¿porque? | Banco INBURSA | Si/no ¿porque? | Si/no ¿porque? | Si/no ¿porque? | Si/no ¿porque? | Cinemex | Si/no ¿porque? | Si/no ¿porque? | Si/no ¿porque? | Si/no ¿porque? | Vips | Si/no ¿porque? | Si/no ¿porque? | Si/no ¿porque? | Si/no ¿porque? | |
|---------------------|-------------------|--|---------------------|-------------------|----------|----------|-------------------|-------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--|
| Caperusita | ¿porque? | ¿porque? | ¿porque? | ¿porque? | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Papel Regio | Si/no ¿porque? | Si/no ¿porque? | Si/no ¿porque? | Si/no ¿porque? | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Banco INBURSA | Si/no ¿porque? | Si/no ¿porque? | Si/no ¿porque? | Si/no ¿porque? | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Cinemex | Si/no ¿porque? | Si/no ¿porque? | Si/no ¿porque? | Si/no ¿porque? | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Vips | Si/no ¿porque? | Si/no ¿porque? | Si/no ¿porque? | Si/no ¿porque? | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | 1 | <p>Unidad 2</p> <p>Al finalizar de ver el video del detergente ARIEL, contesta Si y porque en caso de que si se cumplan con los 3 objetivos de publicidad o No y porque en caso de que no se cumplan 3 objetivos de publicidad. Recuerda que los objetivos de publicidad son: INFORMAR, PERSUADIR y RECORDAR.</p> <p>Realiza tu actividad en un procesador de textos, guárdala en tu computadora y una vez concluida, presiona el botón Examinar. Localiza el archivo, ya seleccionado, presiona Subir este archivo para guardarlo en la plataforma.</p> | 5 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | 2 | <p>Unidad 2</p> <p>En tu procesador de textos Word realiza la siguiente práctica de campo, pide a 15 personas de edades diferentes y sexo que te respondan con el primer producto que llegue a su mente al tu mencionarles las palabras que están del lado izquierdo del cuadro, (recuerda no modificar el contenido de la tabla) evita dar ejemplos a la hora de realizar la práctica. Posteriormente deberás GRAFICAR cada uno de los resultados y así obtener el posicionamiento de dichas marcas</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Producto o Servicio</th> <th>Marca</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Yogurt</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Comida para perro</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Shampoo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Café</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Pasta dental</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> | Producto o Servicio | Marca | Yogurt | | Comida para perro | | Shampoo | | Café | | Pasta dental | | 5 | | | | | | | | | | | | | |
| Producto o Servicio | Marca | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Yogurt | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Comida para perro | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Shampoo | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Café | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Pasta dental | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------------------|-----------------|---|-------------|-----------------|---------------------|--|----------------------------------|--|-------------------------|--|---------------------|--|--------------------------------|--|---|
| | | <table border="1"> <tr><td>Televisores</td><td></td></tr> <tr><td>Productos enlatados</td><td></td></tr> <tr><td>Desodorante</td><td></td></tr> <tr><td>Jugos embotellados</td><td></td></tr> </table> <p>Realiza tu actividad en un procesador de textos, guárdala en tu computadora y una vez concluida, presiona el botón Examinar. Localiza el archivo, ya seleccionado, presiona Subir este archivo para guardarlo en la plataforma.</p> | Televisores | | Productos enlatados | | Desodorante | | Jugos embotellados | | | | | | |
| Televisores | | | | | | | | | | | | | | | |
| Productos enlatados | | | | | | | | | | | | | | | |
| Desodorante | | | | | | | | | | | | | | | |
| Jugos embotellados | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | 1 | <p>Unidad 3</p> <p>Al finalizar el video de “Creación y Desarrollo de nuevos productos” crea un servicio siguiendo el proceso de lanzamiento de productos nuevos. Recuerda en esta actividad NO deberás dar la descripción de cada uno, sino desarrollar la creación de un nuevo servicio.</p> <table border="1"> <tr><td></td><td>Servicio: _____</td></tr> <tr><td>Generación de ideas</td><td></td></tr> <tr><td>Desarrollo y prueba del concepto</td><td></td></tr> <tr><td>Desarrollo del producto</td><td></td></tr> <tr><td>Prueba del producto</td><td></td></tr> <tr><td>Lanzamiento y comercialización</td><td></td></tr> </table> <p>Realiza tu actividad en un procesador de textos, guárdala en tu computadora y una vez concluida, presiona el botón Examinar. Localiza el archivo, ya seleccionado, presiona Subir este archivo para guardarlo en la plataforma</p> | | Servicio: _____ | Generación de ideas | | Desarrollo y prueba del concepto | | Desarrollo del producto | | Prueba del producto | | Lanzamiento y comercialización | | 5 |
| | Servicio: _____ | | | | | | | | | | | | | | |
| Generación de ideas | | | | | | | | | | | | | | | |
| Desarrollo y prueba del concepto | | | | | | | | | | | | | | | |
| Desarrollo del producto | | | | | | | | | | | | | | | |
| Prueba del producto | | | | | | | | | | | | | | | |
| Lanzamiento y comercialización | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | 1 | <p>Unidad 4</p> <p>Después de ver “Documental de Neuromarketing y Como funciona la mente del consumidor” elabora un cuadro comparativo de las ventajas y desventajas de entrevistas de profundidad y el Neuromarketing.</p> <p>Realiza tu actividad en un procesador de textos, guárdala en tu computadora y una vez concluida, presiona el botón Examinar. Localiza el archivo, ya seleccionado, presiona Subir este archivo para guardarlo en la plataforma.</p> | 5 | | | | | | | | | | | | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | | |
| 4 | 2 | <p>Unidad 4</p> <p>Estas por lanzar un nuevo servicio de radio taxi, por lo que debes realizar una encuesta al mercado que iras dirigido, después de haber leído el PDF “FOCUS GROUP” desarrolla mínimo 10 máximo 15 preguntas, en las cuales podrás obtener las necesidades, preferencias, servicio buscado, etc de tu nuevo servicio. Una vez que tengas las preguntas justifica el porqué de esas preguntas.</p> <p>En esta actividad te aconsejo que las preguntas sean de opción múltiple o combinando abiertas con opción múltiple.</p> <p>Realiza tu actividad en un procesador de textos, guárdala en tu computadora y una vez concluida, presiona el botón Examinar. Localiza el archivo, ya seleccionado, presiona Subir este archivo para guardarlo en la plataforma</p> | 5 |
| 5 | 1 | <p>Unidad 5</p> <p>De la actividad II de la unidad IV “focus group” del cuestionario del servicio de TAXIS que realizaste deberás aplicarlo a mínimo 15 de tus amigos o familiares y obtener información para poder graficar los resultados del lanzamiento de tu nuevo servicio. Posteriormente menciona si se cumple la justificación de cada una de tus preguntas que formulaste.</p> <p>Realiza tu actividad en un procesador de textos, guárdala en tu computadora y una vez concluida, presiona el botón Examinar. Localiza el archivo, ya seleccionado, presiona Subir este archivo para guardarlo en la plataforma.</p> | 5 |
| 8 | 1 | <p>Unidad 8</p> <p>Acude a una tienda de autoservicio más cercana en un fin de semana y solicita a 20 amas de casa que respondan estas preguntas:</p> <p>a. ¿Por qué compra en esta tienda?</p> <p>b. ¿Cuál es la marca de papel higiénico que compró y por qué razón?</p> <p>Con base en las respuestas obtenidas, determina cuál es el PERFIL DEL CONSUMIDOR.</p> <p>Realiza tu actividad en un procesador de textos, guárdala en tu computadora y</p> | 5 |

| | | | |
|---|---|---|----|
| | | una vez concluida, presiona el botón Examinar . Localiza el archivo, ya seleccionado, presiona Subir este archivo para guardarlo en la plataforma | |
| 8 | 2 | <p>Unidad 8</p> <p>Ingresa a la siguiente dirección electrónica https://www.gentera.com.mx/wps/portal/!ut/p/c1/04_SB8K8xLLM9MSSzPy8xBz9CP0os3g_QwsTQydnA3f3YE9nA8dQE08vR2cnlwNPc6B8JG55d2MCuoNT8_TDQXbiNwOfvIEBRN4AB3A00PfyM9N1S_ljajwzDJRBADwGL5j/d12/d1/L0IHSkovd0RNQUprQUVnQSEhL1ICWncvZXM!/?mosHist=1 y realiza los siguientes puntos:</p> <p>1.- Menciona cual o cuales son las labores de responsabilidad social que desempeña dentro de su fundación y que beneficios directos brinda a sus beneficiados.</p> <p>2.- ¿Crees que la publicidad actual que emplea dicha empresa en los medios masivos de comunicación (TV, Internet, Radio, Revistas, etc) permite dar a conocer a la sociedad la labor de esta industria? Justifica tu respuesta.</p> <p>Realiza tu actividad en un procesador de textos, guárdala en tu computadora y una vez concluida, presiona el botón Examinar. Localiza el archivo, ya seleccionado, presiona Subir este archivo para guardarlo en la plataforma.</p> | 10 |
| 9 | 1 | <p>Unidad 9</p> <p>1.- Pide a 20 personas de tu entorno que te digan la primera palabra que les viene a la mente cuando menciones las siguientes marcas: BIMBO, Crest, SUZUKI, NutriLeche, Marinela, Real Madrid, Grupo Imagen, Cinapolis, ADIDDAS, Chespirito.</p> <p>2.- Con las respuestas que obtengas gráfica y determina qué tipo de posicionamiento tienen cada uno de ellos.</p> <p>Realiza tu actividad en un procesador de textos, guárdala en tu computadora y una vez concluida, presiona el botón Examinar. Localiza el archivo, ya seleccionado, presiona Subir este archivo para guardarlo en la plataforma.</p> | 5 |

| FACTORES | DESCRIPCIÓN | | | | | | | | |
|--|---|---------------------------|------------|-----------------------------------|------------|----------------------|------------|--------------|-------------|
| Requisitos (Consideraciones de evaluación y acreditación) | <p>Puedes cursar la materia de Diagnostico de Mercados de la siguiente forma:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Se recomienda cumplir satisfactoriamente con el 100% de las actividades, practicas, investigaciones que están programadas dentro de la plataforma. 2.- Se aplicarán 2 exámenes parciales en el curso con un valor del 10% cada uno de tu calificación final. 3.- Cada actividad, practica e investigación deberá llevar referencia bibliográfica citada como pie de página. 4.- Los exámenes parciales están sujetos a una programación de inscripción y aplicación. 5.- El caso práctico tiene valor del 20% 6.- Para facilitar la realización del caso práctico se recomienda haber concluido la mayoría de las actividades de aprendizaje y leído en su totalidad el Apunte Digital para un mejor desempeño de esta actividad. <p>Si alguna de tus actividades, practicas o resúmenes son copiados y pegados ya sea de internet, rincón del vago, wikipedia, explorador o de algún otro compañero del grupo o de semestres anteriores, automáticamente se te quitara un punto en tu calificación global, además de que ya no podrás presentar nuevamente dicha actividad, práctica o resumen.</p> <p>Nota: El examen global tendrá el valor del 100% de tu calificación final.</p> | | | | | | | | |
| Porcentajes | <table border="1" data-bbox="808 885 1598 1039" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tbody> <tr> <td>Exámenes parciales</td> <td style="text-align: center;">20%</td> </tr> <tr> <td>Actividades de aprendizaje</td> <td style="text-align: center;">60%</td> </tr> <tr> <td>Caso practico</td> <td style="text-align: center;">20%</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td style="text-align: center;">100%</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center; margin-top: 20px;">EXAMEN GLOBAL 100%</p> | Exámenes parciales | 20% | Actividades de aprendizaje | 60% | Caso practico | 20% | Total | 100% |
| Exámenes parciales | 20% | | | | | | | | |
| Actividades de aprendizaje | 60% | | | | | | | | |
| Caso practico | 20% | | | | | | | | |
| Total | 100% | | | | | | | | |

Será un placer trabajar juntos, nos ponemos a tus órdenes para cualquier asunto relacionado con los temas que veremos a lo largo del semestre. No dudes en preguntar.

¡Bienvenido y mucho éxito!

Asesores de la asignatura: Mtra. Ethel Butrón, Mtro. Fernando Zavala. Y Mtro. Rafael Rodríguez.