



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 TERCER SEMESTRE 	Plan 2012 Licenciatura (s)	Administración
----------------	---	---	----------------

DATOS DE LA ASIGNATURA

Nombre	FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA				
Semestre	3°	Clave	1346	Fecha de inicio:	14 de agosto de 2017
Grupos:	TODOS	Periodo:	2018-1	Fecha de término:	8 de diciembre de 2017 con examen global Cierre de plataformas para entrega de actividades: 26 de noviembre de 2017 a las 23:00 hrs.

PRESENTACIÓN GENERAL DEL PROGRAMA

Estimad@s alumn@s de la asignatura: **FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA**

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 de una semana y 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, etc

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 **TRES** exámenes parciales que abarcan las siguientes unidades:

PARCIAL	UNIDADES	PORCENTAJE (PUNTOS)
PRIMERO	1 y 2	10
SEGUNDO	3, 4 y 5	15
TERCERO	6 y 7	15

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Nº Unidad	Nº Actividad	INDICACIONES	Ponderación (PUNTOS)
Unidad 1: Conceptos fundamental es de la mercadotec nia	ACTIVIDAD 1	<p>FORO.</p> <p>Entra al foro de discusión y responde la siguiente pregunta:</p> <p>¿Qué empresa mexicana consideras es la que tiene la mejor estrategia general de mercadotecnia y por qué?</p> <p>Lee los comentarios de tus compañeros y comenta una de esas aportaciones. Recuerda que debes ser respetuoso con los puntos de vista de tus compañeros.</p> <p>Pulsa sobre Tema, lee las aportaciones y comentarios de tus compañeros. Ve al</p>	5

vínculo **Responder** y anota tu aportación en el cuadro de texto. Cuando concluyas tu comentario activa el botón **Enviar al foro**.

N° Unidad	N° Actividad	INDICACIONES	Ponderación (PUNTOS)
Unidad 2: La mezcla de la mercadotecnia	ACTIVIDAD 1	<p>Análisis de la mezcla de mercadotecnia en SuKarne.</p> <p>Ingresa a la dirección electrónica https://www.youtube.com/watch?v=wyU_3aeCNxs y ve el video corporativo de “SuKarne” (5.47 minutos de duración).</p> <p>Identifica y describe los componentes del modelo ampliado de Dibb y Simkin que se mencionan en el video y responde las siguientes preguntas:</p> <ol style="list-style-type: none">1. ¿Cuál es la orientación del trabajo en SuKarne?2. ¿Cuáles son las 4 características de la carne de res de SuKarne?3. ¿Cómo se asegura el flujo de insumos para la producción de carne en la empresa?4. ¿A qué tipo de clientes atiende SuKarne en su centro de contacto?5. ¿Qué aspectos desconocías de la empresa antes de ver el video y qué efecto te ha producido? <p>Una vez que concluyas la actividad, presiona el botón Examinar. Localiza y selecciona el archivo de texto en tu equipo y presiona Subir para enviarlo a la plataforma. Utiliza la nomenclatura Nombre_Apellido Paterno_SuKarne (ejemplo: Rosaura_Arteaga_SuKarne.docx).</p>	5

N° Unidad	N° Actividad	INDICACIONES	Ponderación (PUNTOS)
Unidad 3: Producto	ACTIVIDAD 1	<p>Del Valle</p> <p>Organiza en una tabla TODOS los productos de la empresa e indica numéricamente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Amplitud de la mezcla de productos. 2. Profundidad de cada línea de productos. 3. Mezcla total de productos. 4. Longitud promedio de productos. <p>Una vez que concluyas la actividad, presiona el botón Examinar. Localiza y selecciona el archivo de texto en tu equipo y presiona Subir para enviarlo a la plataforma. Utiliza la nomenclatura Nombre_Apellido Paterno_Delvalle (ejemplo: Rosaura_Arteaga_Delvalle.docx).</p>	10

N° Unidad	N° Actividad	INDICACIONES	Ponderación (PUNTOS)
Unidad 4: Plaza	ACTIVIDAD 1	<p>Trabajo de investigación: Primera parte.</p> <p>Lee con detalle el documento “Guía para investigación empresa-producto” con todas las instrucciones que estará disponible en plataforma en el tema “Recursos” y desarrolla UNICAMENTE lo correspondiente a la Primera parte.</p> <p>Una vez que concluyas la actividad, presiona el botón Examinar. Localiza y selecciona el archivo de texto en tu equipo y presiona Subir para enviarlo a la</p>	8

		plataforma. Utiliza la nomenclatura Nombre_Apellido Paterno_Primeraparte (ejemplo: Rosaura_Arteaga_Primeraparte.docx).	
	ACTIVIDAD 2	<p>Comparación de tiendas de autoservicio</p> <p>Entra a los sitios corporativos de Soriana, Chedraui, WalMart y Nuevo Grupo La Comer y localiza los informes anuales 2016 para recolectar la siguiente información:</p> <ol style="list-style-type: none"> Formatos de tiendas y número de tiendas por cada formato. Número de Cedis (Centros de distribución). Total de metros cuadrados de piso de ventas. Total de empleados. <p>Elabora un cuadro comparativo donde organices la información e indica que cadena de tiendas de autoservicio tiene la estrategia comercial más interesante y por qué.</p> <p>Una vez que concluyas la actividad, presiona el botón Examinar. Localiza y selecciona el archivo de texto en tu equipo y presiona Subir para enviarlo a la plataforma. Utiliza la nomenclatura Nombre_Apellido Paterno_Minoristas (ejemplo: Rosaura_Arteaga_Minoristas.docx).</p>	2

N° Unidad	N° Actividad	INDICACIONES	Ponderación (PUNTOS)
Unidad 5: Precio	ACTIVIDAD 1	<p>Trabajo de investigación: Segunda parte.</p> <p>Lee con detalle el documento “Guía para investigación empresa-producto” con todas las instrucciones que estará disponible en plataforma en el tema “Recursos” y desarrolla UNICAMENTE lo correspondiente a la Segunda parte.</p> <p>Una vez que concluyas la actividad, presiona el botón Examinar. Localiza y selecciona el archivo de texto en tu equipo y presiona Subir para enviarlo a la</p>	8

		plataforma. Utiliza la nomenclatura Nombre_Apellido Paterno_SegundaParte (ejemplo: Rosaura_Arteaga_SegundaParte.docx).																						
	ACTIVIDAD 2	<p>Cálculo de costo-precio</p> <p>Una empresa tiene la siguiente estructura de costos:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Cantidad</th> <th>0</th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Costo fijo total</td> <td>256</td> <td>256</td> <td>256</td> <td>256</td> <td>256</td> <td>256</td> </tr> <tr> <td>Costo variable total</td> <td>0</td> <td>84</td> <td>112</td> <td>144</td> <td>224</td> <td>400</td> </tr> </tbody> </table> <p>Calcular: costo total (CT); costo fijo promedio (CFP); costo variable promedio (CVP) y costo total promedio (CTP) para cada una de las unidades producidas. Graficar todas las curvas de costos en un solo gráfico e interpretar los resultados.</p> <p>Utiliza las siguientes fórmulas:</p> $CT = CF + CV$ $CFP = CF / Q$ $CVP = CV / Q$ $CTP = CT / Q$ <p>Una vez que concluyas la actividad, presiona el botón Examinar. Localiza y selecciona el archivo de texto en tu equipo y presiona Subir para enviarlo a la plataforma. Utiliza la nomenclatura Nombre_Apellido Paterno_Cálculos (ejemplo: Rosaura_Arteaga_Cálculos.docx).</p>	Cantidad	0	1	2	3	4	5	Costo fijo total	256	256	256	256	256	256	Costo variable total	0	84	112	144	224	400	2
Cantidad	0	1	2	3	4	5																		
Costo fijo total	256	256	256	256	256	256																		
Costo variable total	0	84	112	144	224	400																		

N° Unidad	N° Actividad	INDICACIONES	Ponderación (PUNTOS)
Unidad 6: Promoción	ACTIVIDAD 1	<p>Trabajo de investigación: Tercera parte.</p> <p>Lee con detalle el documento “Guía para investigación empresa-producto” con todas las instrucciones que estará disponible en plataforma en el tema</p>	8

		<p>“Recursos” y desarrolla UNICAMENTE lo correspondiente a la Tercera parte.</p> <p>Una vez que concluyas la actividad, presiona el botón Examinar. Localiza y selecciona el archivo de texto en tu equipo y presiona Subir para enviarlo a la plataforma. Utiliza la nomenclatura Nombre_Apellido Paterno_TerceraParte (ejemplo: Rosaura_Arteaga_TerceraParte.docx).</p>	
	ACTIVIDAD 2	<p>Campaña “Te hace falta ver más bax”</p> <p>En el 2016 la agencia de publicidad Nomades ganó la medalla de oro en los premios Effie Awards 2016 en la categoría de bebidas alcohólicas y tabaco por la campaña “Te hace falta ver más bax” para la marca Tecate de la Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma Heineken.</p> <p>Busca alguno de los comerciales de televisión de esta campaña y describe por qué razón consideras que establecen una relación emocional fuerte con los consumidores, independientemente si te gusta/consumes esta marca de cerveza. No olvides incluir la liga al sitio donde elegiste el video para hacer esta actividad.</p> <p>Una vez que concluyas la actividad, presiona el botón Examinar. Localiza y selecciona el archivo de texto en tu equipo y presiona Subir para enviarlo a la plataforma. Utiliza la nomenclatura Nombre_Apellido Paterno_Bax (ejemplo: Rosaura_Arteaga_Bax.docx).</p>	2

Nº Unidad	Nº Actividad	INDICACIONES	Ponderación (PUNTOS)
Unidad 7: La responsabilidad social de la función de mercadotecnia	ACTIVIDAD 1	<p>La crisis del Teletón.</p> <p>El 12 de diciembre de 1997, por primera vez en México más de 70 medios de comunicación, empresas privadas e instituciones públicas se unieron y lograron juntar \$80 millones de pesos para construir el primer Teletón, siendo el lema publicitario “Juntos haremos el milagro”. A finales de la década de los 90</p>	8

existían en el país más de 6 millones de personas con algún tipo de invalidez, de las cuales casi 3 millones eran niños.

A 19 años de su creación, Fundación Teletón ha recaudado un total de \$7 667 866 350 y actualmente cuenta con 22 centros de rehabilitación (CRIT), un centro para atender a niños con autismo (CAT) y el Hospital Oncológico (HITO). Puso en marcha una fábrica de pelucas oncológicas, abrió la Universidad Teletón para formar profesionales en Terapia física y ocupacional y 4 licenciaturas.

De 1997 a la fecha el Teletón ha beneficiado a 96 437 niños en todos sus sistemas; ha creado 8 259 pelucas y de su Universidad han egresado 968 alumnos y 256 están en formación. El costo anual de atender a un niño en el CRIT es de \$36 559; \$178 610 anuales en el CAT y de \$1 563 111 en el HITO.

A finales de mayo del 2016, el Presidente de Fundación Teletón, Fernando Landeros, declaró que varios Centros de Rehabilitación Infantil (CRITs) están en riesgo de cerrar. Se han hecho recortes de personal y cierre de turnos vespertinos en algunos centros. En los últimos 7 años ha disminuido el monto de las donaciones y el "ataque en redes sociales" ha "enfriado el corazón de la sociedad" a causa de una intensa campaña que ha desprestigiado a la fundación, en palabras de Landeros.

El 21 de septiembre del 2016 se lanzó la campaña "**Teletón 2016**" con el lema publicitario "**Tu donación es la solución**" y el hashtag oficial #UnidosPodemos. En el 2017 el lema publicitario es "**Ven y visita**".

Este año la campaña Teletón "**México de Pie**" se transmitirá, por primera vez en su historia, el 6 y 7 de octubre al mismo tiempo que el Teletón USA. Cada país contará con sus propias campañas y sus respectivas metas económicas, y cada país destinará los fondos recaudados a mantener y dar vida a sus centros

de rehabilitación. El cierre del Teletón será en Tijuana, Baja California.

La Fundación Teletón invita a los visitantes a su sitio Web (<http://www.teleton.org/home/colabora>) a sumarse con diferentes iniciativas: a) Club Amigos Teletón; b) Fábrica de pelucas; c) Alcancía digital Teletón; d) Padrinos Teletón.



Independientemente si estás a favor o en contra del Teletón, imagina que te contratan para recuperar el prestigio y credibilidad de la responsabilidad social de la Fundación Teletón. Completa las siguientes tablas con 2 deportistas/conductores/líderes de opinión/cantantes/artistas mexicanos que consideras ayudarían a sumar personas a cada iniciativa.

Iniciativa: Club Amigos Teletón			
PERSONALIDAD	PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS	CAUSAS APOYA	QUE JUSTIFICACIÓN Y MERCADO META AL QUE LLEGARÍA

Iniciativa: Fábrica de pelucas				
PERSONALIDAD	PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS	CAUSAS APOYA	QUE	JUSTIFICACIÓN Y MERCADO META AL QUE LLEGARÍA

Iniciativa: Alcancía digital Teletón				
PERSONALIDAD	PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS	CAUSAS APOYA	QUE	JUSTIFICACIÓN Y MERCADO META AL QUE LLEGARÍA

Iniciativa: Padrinos Teletón				
PERSONALIDAD	PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS	CAUSAS APOYA	QUE	JUSTIFICACIÓN Y MERCADO META AL QUE LLEGARÍA

Una vez que concluyas la actividad, presiona el botón **Examinar**. Localiza y

		selecciona el archivo de texto en tu equipo y presiona Subir para enviarlo a la plataforma. Utiliza la nomenclatura Nombre_Apellido Paterno_Teleton (ejemplo: Rosaura_Arteaga_Teleton.docx).	
	ACTIVIDAD 2	<p>Ejemplo de responsabilidad social corporativa</p> <p>Elige una empresa mexicana e identifica la forma en que lleva a cabo acciones de responsabilidad social relacionada con la mercadotecnia e indica qué relevancia tiene para la sociedad.</p> <p>Una vez que concluyas la actividad, presiona el botón Examinar. Localiza y selecciona el archivo de texto en tu equipo y presiona Subir para enviarlo a la plataforma. Utiliza la nomenclatura Nombre_Apellido Paterno_RS (ejemplo: Rosaura_Arteaga_RS.docx).</p>	2

FACTORES	DESCRIPCIÓN										
Requisitos (Consideraciones de evaluación y acreditación)	<p>Para acreditar la asignatura durante el semestre:</p> <ul style="list-style-type: none"> Realizar y entregar todas las actividades de aprendizaje (evidencias en plataforma). Presentar y aprobar exámenes parciales <p>Para la presentación del examen global:</p> <ul style="list-style-type: none"> Las actividades de aprendizaje no son requisito para presentar el examen global. 										
Porcentajes	<table style="width: 100%; border: none;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">CRITERIOS</th> <th style="text-align: right;">PORCENTAJE</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">Exámenes parciales</td> <td style="text-align: right;">40%</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Actividades de aprendizaje</td> <td style="text-align: right;">60%</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">TOTAL</td> <td style="text-align: right;">100%</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">EXAMEN GLOBAL</td> <td style="text-align: right;">100%</td> </tr> </tbody> </table>	CRITERIOS	PORCENTAJE	Exámenes parciales	40%	Actividades de aprendizaje	60%	TOTAL	100%	EXAMEN GLOBAL	100%
CRITERIOS	PORCENTAJE										
Exámenes parciales	40%										
Actividades de aprendizaje	60%										
TOTAL	100%										
EXAMEN GLOBAL	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