



## PLAN DE TRABAJO

### DATOS DE LA INSTITUCIÓN

<b>Plantel</b>	 UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA <b><u>MODELO EDUCATIVO ABIERTO 2018-2</u></b> 	<b>Licenciatura</b>	<b>Administración</b>
----------------	---	---------------------	-----------------------

### DATOS DE LA ASIGNATURA

<b>Nombre</b>	<b>FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA</b>				
<b>Semestre</b>	3°	<b>Clave</b>	1346	<b>Fecha de inicio:</b>	6 de febrero de 2018
<b>Grupos:</b>	Todos	<b>Periodo:</b>	2018-2	<b>Fecha de término:</b>	8 de junio de 2018 con examen global  Cierre de plataformas para entrega de actividades: 26 de mayo de 2018 a las 23:00 hrs.

Índice temático		
Tema	Horas Semestre / Año	
	Teóricas	Prácticas
Conceptos fundamentales de la mercadotecnia.	8	
Comportamiento del consumidor (análisis de casos existentes en internet en donde ejemplifican la aplicación de las diferentes teorías).	10	
Producto (Diseño, programas especializados).	12	
Plaza (Datos estadísticos de fuentes gubernamentales).	8	
Precio (Benchmarking a través de internet).	6	
Promoción (redes sociales, e-commerce, e-business).	16	
La responsabilidad social de la función de mercadotecnia (campañas existentes en internet).	4	
	<b>Total</b>	<b>64</b>
	<b>Suma total de horas</b>	<b>64</b>

## 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 que no debe ser mayor a **una semana después de entregar la actividad**, lo cual 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.

El material didáctico será el documento principal para estudiar esta asignatura y, por supuesto, podrás consultar otras fuentes para complementar tus estudios.

### **Exámenes**

De acuerdo con los lineamientos del modelo educativo abierto, tienes **tres 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:

<b>PARCIAL</b>	<b>UNIDADES (que integran el parcial)</b>	<b>PORCENTAJE (PUNTOS)</b>
PRIMER	1 y 2	10
SEGUNDO	3, 4 y 5	15
TERCERO	6 y 7	15

Si consideras que cuentas con los conocimientos suficientes para acreditar la asignatura y no deseas presentarla a lo largo del semestre, ni esperarte al examen global podrás solicitar su acreditación de acuerdo a lo que establece el Artículo 12 del Reglamento del Estatuto del Sistema Universidad Abierta y Educación a Distancia.

"Los alumnos inscritos en el nivel licenciatura en el Sistema Universidad Abierta y Educación a Distancia podrán presentar exámenes para acreditar asignaturas, áreas o módulos en los que estén inscritos y no deseen esperar el periodo de exámenes establecido por su facultad o escuela."

### Actividades a entregar

N° Unidad	N° Actividad	Descripción	Ponderación (PUNTOS)
Unidad 1 Conceptos fundamental es de la mercadotec nia	Actividad 1	<p><b>FORO.</b></p> <p>Entra al foro de discusión y responde la siguiente pregunta:</p> <p><b>¿Qué empresa mexicana consideras es la que tiene la mejor estrategia general de mercadotecnia y por qué?</b></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 <b>Tema</b>, lee las aportaciones y comentarios de tus compañeros. Ve al vínculo <b>Responder</b> y anota tu aportación en el cuadro de texto. Cuando concluyas tu comentario activa el botón <b>Enviar al foro</b>.</p>	5

N° Unidad	N° Actividad	Descripción	Ponderación (PUNTOS)
Unidad 2: La mezcla de la mercadotec nia	Actividad 1	<p><b>Análisis de la mezcla de mercadotecnia en Cemex.</b></p> <p>Ingresa a la dirección electrónica <a href="https://www.youtube.com/watch?v=GQ_pBRcJu9U">https://www.youtube.com/watch?v=GQ_pBRcJu9U</a> y ve el video corporativo de "<b>Cemex</b>" (3.29 minutos de duración).</p> <p>Identifica y describe los componentes del modelo ampliado de Dibb y Simkin que se mencionan en el video y adicionalmente responde las siguientes preguntas:</p>	5

		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿En cuántos países tiene presencia?</li> <li>2. ¿Cuántos tipos de cemento y concreto se han desarrollado en el Centro de Investigación de la empresa?</li> <li>3. ¿Cuántos puntos de venta tiene Construrama y a qué tipo de clientes atiende?</li> <li>4. ¿A cuántas personas ha beneficiado Cemex con su gestión social?</li> <li>5. ¿Qué aspectos desconocías de la empresa antes de ver el video y qué efecto te ha producido?</li> </ol> <p>Una vez que concluyas la actividad, presiona el botón <b>Examinar</b>. Localiza y selecciona el <b>archivo de texto</b> en tu equipo y presiona <b>Subir</b> para enviarlo a la plataforma. Utiliza la nomenclatura Nombre_Apellido Paterno_Cemex (ejemplo: Rosaura_Arteaga_Cemex.docx).</p>	
--	--	---	--

N° Unidad	N° Actividad	Descripción	Ponderación (PUNTOS)
<b>Unidad 3: Producto</b>	Actividad 1	<p><b>Axe</b></p> <p>Entra a la dirección <a href="https://www.axe.com/mx/productos.html">https://www.axe.com/mx/productos.html</a> y organiza en una tabla TODOS los productos de la marca Axe e indica numéricamente:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Amplitud de la mezcla de productos.</li> <li>2. Profundidad de cada línea de productos.</li> <li>3. Mezcla total de productos.</li> <li>4. Longitud promedio de productos.</li> </ol> <p>Una vez que concluyas la actividad, presiona el botón <b>Examinar</b>. Localiza y selecciona el <b>archivo de texto</b> en tu equipo y presiona <b>Subir</b> para enviarlo a la plataforma. Utiliza la nomenclatura Nombre_Apellido Paterno_Axe (ejemplo: Rosaura_Arteaga_Axe.docx).</p>	10

N° Unidad	N° Actividad	Descripción	Ponderación (PUNTOS)
Unidad 4: Plaza	Actividad 1	<p><b>Trabajo de investigación: Primera parte.</b></p> <p>Lee con detalle el documento <b>“Guía para investigación empresa-producto”</b> con todas las instrucciones que estará disponible en plataforma en el tema <b>“Recursos”</b> y desarrolla <b>UNICAMENTE</b> lo correspondiente a la <b>Primera parte.</b></p> <p>Una vez que concluyas la actividad, presiona el botón <b>Examinar</b>. Localiza y selecciona el <b>archivo de texto</b> en tu equipo y presiona <b>Subir</b> para enviarlo a la plataforma. Utiliza la nomenclatura Nombre_Apellido Paterno_Primeraparte (ejemplo: Rosaura_Arteaga_Primeraparte.docx).</p>	8
	Actividad 2	<p><b>Comparación de tiendas de autoservicio</b></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> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Formatos de tiendas: número de tiendas por cada formato y nivel socioeconómico (NSE) al que atienden.</li> <li>b. Número de Cedis (Centros de distribución).</li> <li>c. Total de metros cuadrados de piso de ventas.</li> <li>d. Total de empleados.</li> </ul> <p>Elabora un cuadro comparativo donde organices la información e indica cómo compiten entre sí las cadenas de autoservicio en cada formato de tienda y por qué está concentrada la competencia en ciertos estados de la República Mexicana.</p> <p>Una vez que concluyas la actividad, presiona el botón <b>Examinar</b>. Localiza y selecciona el <b>archivo de texto</b> en tu equipo y presiona <b>Subir</b> para enviarlo a la plataforma. Utiliza la nomenclatura Nombre_Apellido Paterno_Minoristas (ejemplo: Rosaura_Arteaga_Minoristas.docx).</p>	2

N° Unidad	N° Actividad	Descripción	Ponderación (PUNTOS)																					
Unidad 5: Precio	Actividad 1	<p><b>Trabajo de investigación: Segunda parte.</b></p> <p>Lee con detalle el documento <b>“Guía para investigación empresa-producto”</b> con todas las instrucciones que estará disponible en plataforma en el tema <b>“Recursos”</b> y desarrolla <b>UNICAMENTE</b> lo correspondiente a la <b>Segunda parte.</b></p> <p>Una vez que concluyas la actividad, presiona el botón <b>Examinar</b>. Localiza y selecciona el <b>archivo de texto</b> en tu equipo y presiona <b>Subir</b> para enviarlo a la plataforma. Utiliza la nomenclatura Nombre_Apellido Paterno_SegundaParte (ejemplo: Rosaura_Arteaga_SegundaParte.docx).</p>	8																					
	Actividad 2	<p><b>Cálculo de costo-precio</b></p> <p>Una empresa tiene la siguiente estructura de costos:</p> <table border="1" data-bbox="611 654 1745 764"> <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	Descripción	Ponderación (PUNTOS)
Unidad 6: Producto	Actividad 1	<p><b>Trabajo de investigación: Tercera parte.</b></p> <p>Lee con detalle el documento <b>“Guía para investigación empresa-producto”</b> con todas las instrucciones que estará disponible en plataforma en el tema <b>“Recursos”</b> y desarrolla <b>UNICAMENTE</b> lo correspondiente a la <b>Tercera parte.</b></p> <p>Una vez que concluyas la actividad, presiona el botón <b>Examinar.</b> Localiza y selecciona el <b>archivo de texto</b> en tu equipo y presiona <b>Subir</b> para enviarlo a la plataforma. Utiliza la nomenclatura Nombre_Apellido Paterno_TerceraParte (ejemplo: Rosaura_Arteaga_TerceraParte.docx).</p>	8
	Actividad 2	<p><b>Campaña “El efecto Axe”</b></p> <p>El desodorante masculino Axe de la multinacional anglo-holandesa Unilever se ha posicionado como una de las principales marcas de desodorantes a nivel global. La marca nació en 1983 en Europa y la gran interrogante para Unilever fue cómo diferenciar su desodorante para que el consumidor reconociera Axe sobre el resto. En general, la comunicación publicitaria de Axe está pensada para un consumidor joven que no pasa la barrera de los 25 años, aunque es muy aceptada en hombres adultos.</p> <p>Sus campañas publicitarias se caracterizan por presentar situaciones impensables, humor y se basan en el atributo de “atracción”. El “Efecto Axe” (The Axe effect) es una de las frases más reconocidas de la marca ya que en los comerciales el efecto de atracción de la marca se presenta como irresistible.</p> <p>Entra a la dirección <a href="https://www.youtube.com/watch?v=qpPUMeQuNIQ">https://www.youtube.com/watch?v=qpPUMeQuNIQ</a> y ve el comercial <b>“Axe Instinct. Conquistando desde la prehistoria”</b>. Responde las siguientes preguntas:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>¿Qué fue lo que más te gustó del video?</li> <li>¿Consideras que es una buena estrategia presentar el desodorante en dibujos animados o que es mejor hacerlo con personas reales?</li> </ol> <p>Una vez que concluyas la actividad, presiona el botón <b>Examinar.</b> Localiza y selecciona el <b>archivo de texto</b> en tu equipo y presiona <b>Subir</b> para enviarlo a la</p>	2

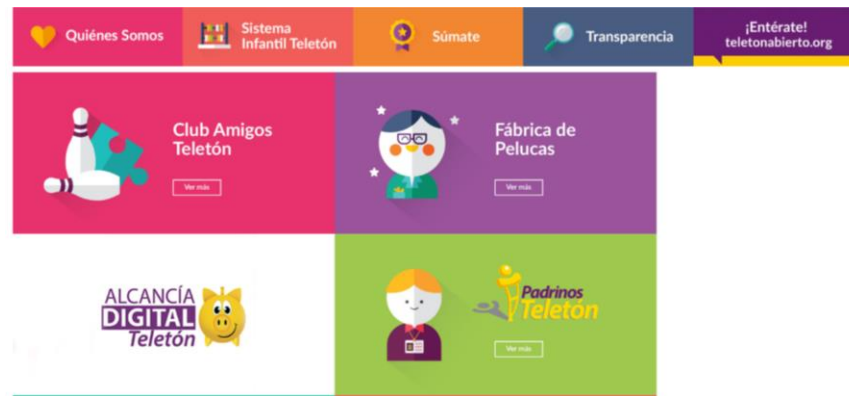


plataforma. Utiliza la nomenclatura Nombre\_Apellido Paterno\_EfectoAxe (ejemplo: Rosaura\_Arteaga\_EfectoAxe.docx).

N° Unidad	N° Actividad	Descripción	Ponderación (PUNTOS)
Unidad 7: Producto	Actividad 1	<p><b>La crisis del Teletón.</b></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 "<b>Juntos haremos el milagro</b>". A finales de la década de los 90 existían en el país más de 6 millones de personas con algún tipo de invalidez, de las cuales casi 3 millones eran niños.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>El 21 de septiembre del 2016 se lanzó la campaña "<b>Teletón 2016</b>" con el lema publicitario "<b>Tu donación es la solución</b>" y el hashtag oficial #UnidosPodemos. En el 2017 el lema publicitario es "<b>Ven y visita</b>".</p> <p>En el 2017 la campaña Teletón "<b>México de Pie</b>" se transmitiría, por primera vez en su historia, el 6 y 7 de octubre al mismo tiempo que el Teletón USA. Cada</p>	8

país contaría con sus propias campañas y sus respectivas metas económicas, y cada país destinaría los fondos recaudados a mantener y dar vida a sus centros de rehabilitación. El cierre del Teletón sería en Tijuana, Baja California. Todo esto se vio afectado por el sismo del 19 de septiembre en varios estados de la República Mexicana.

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) Alcanía 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><b>Ejemplo de responsabilidad social corporativa</b></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</p>	2
--	-------------	--	---

qué relevancia tiene para la sociedad.

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).

FACTORES	DESCRIPCIÓN						
<b>Requisitos (Consideraciones de evaluación y acreditación)</b>	<b>Para acreditar la asignatura durante el semestre:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Realizar y entregar todas las actividades de aprendizaje (evidencias en plataforma).</li><li>• Presentar y aprobar exámenes parciales</li></ul> <b>Para la presentación del examen global:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Las actividades de aprendizaje no son requisito para presentar el examen global.</li></ul>						
<b>Porcentajes</b>	<b>CRITERIOS</b> <table><tbody><tr><td>Actividades de aprendizaje</td><td>60%</td></tr><tr><td>Exámenes parciales</td><td>40%</td></tr><tr><td>Total</td><td><b>100%</b></td></tr></tbody></table> <b>EXAMEN GLOBAL (NO hay requisitos previos)</b> <b>100%</b>	Actividades de aprendizaje	60%	Exámenes parciales	40%	Total	<b>100%</b>
Actividades de aprendizaje	60%						
Exámenes parciales	40%						
Total	<b>100%</b>						

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