



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 <u>MODELO EDUCATIVO ABIERTO 2018-2</u> 	Licenciatura	ADMINISTRACIÓN
----------------	---	---------------------	-----------------------

DATOS DE LA ASIGNATURA

Nombre	PLAN DE MERCADOTECNIA				
Semestre	5°	Clave	1526	Fecha de inicio:	6 de febrero de 2018
Grupos:	Todos	Periodo:	2018-2	Fecha de término:	8 de junio de 2017 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
I Planeación	10	
II Plan estratégico de Marketing	12	
III Estrategias de producto	11	
IV Estrategias de precio	11	
V Canales de distribución	11	
VI Plan integral de comunicación	11	
Total	64	
Suma total de horas	64	

PRESENTACIÓN GENERAL DEL PROGRAMA

Estimad@s alum@s de la asignatura: Plan 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 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, etc.

Se solicita al alumno asistir a una sesión presencial al inicio del semestre para conocer el encuadre del curso. El desarrollo del programa de trabajo se realizará con base en lecturas, resolución de cuestionarios relacionados, desarrollo de actividades de aprendizaje y casos prácticos proporcionados por el Asesor. La bibliografía correspondiente es el Marketing de P. Kotler, Ed Pearson, 8va. Edición y Fundamentos de Marketing de Kotler/ Armstrong, 11a ed. También el libro de Mercadotecnia de la doctora Laura Fisher, así como los libros de mercadotecnia que se encuentran en la biblioteca de la FCA, bajo el título: Fundamentos de Mercadotecnia.

Se recomienda dar lectura complementaria a los apuntes digitales del SUAyED, donde encontrarán material muy completo para enriquecer el contenido del programa así como las actividades que se les solicitan a lo largo del semestre y lograr que las actividades presentadas cuenten con impecable calidad. El temario de estos apuntes no corresponde en forma exacta al temario de este plan de trabajo, sin embargo, los apuntes contienen toda la información necesaria con respecto a cada Unidad para cumplir con las actividades solicitadas y con los exámenes del curso.

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:

PARCIAL	UNIDADES (que integran el parcial)	PORCENTAJE (PUNTOS)
PRIMERO	I, II, III	10
SEGUNDO	IV, V, VI	10
TOTAL		20%

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

Nº Unidad	Nº Actividad	Descripción	Ponderación (PUNTOS)
UNIDAD I PLANEACIÓN	ACTIVIDAD 1	<p>Después de leer el texto "Planeación", realice las siguientes actividades:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Elabore un cuadro sinóptico que contenga los diferentes tipos de planes que podemos elaborar y los elementos que los componen. 2. Describa las principales características que deben contener las metas y objetivos de un plan. 3. Redacte un texto que describa la Misión de una empresa y que contenga los conceptos: "mercado meta" y "satisfacción de la demanda" <p>Elabora tu actividad en un procesador de textos e integra una conclusión, cuida la ortografía, utiliza fuente Arial 12 a espacio 1.5. e incorpora las fuentes consultadas al calce de tu documento con citación estilo APA, 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

--	--	--	--

N° Unidad	N° Actividad	Descripción	Ponderación (PUNTOS)
UNIDAD I PLANEACIÓN	ACTIVIDAD 2	<p>Después de consultar la bibliografía recomendada, en el capítulo correspondiente a Pronósticos y Presupuestos, realizar las siguiente actividades:</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Investigar y realizar una síntesis que incluya la respuesta a las siguientes preguntas: <ol style="list-style-type: none"> A. ¿Qué es, cómo se elabora e importancia de un pronóstico? B. ¿Qué es, cómo se elabora e importancia de un presupuesto? 3. Citar un ejemplo de un pronóstico de ventas de alguna empresa. 4. Mencionar al menos 5 diferentes tipos de presupuesto que existen y citar un ejemplo de alguno de ellos. <p>Elabora tu actividad en un procesador de textos e integra una conclusión, cuida la ortografía, utiliza fuente Arial 12 a espacio 1.5. e incorpora las fuentes consultadas al calce de tu documento con citación estilo APA, 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

N° Unidad	N° Actividad	Descripción	Ponderación (PUNTOS)
UNIDAD 2: PLAN ESTRATEGICO DE MARKETING	ACTIVIDAD 3	<p>Después de leer el texto, “Plan estratégico de marketing”</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. elabore un texto breve (tres líneas máximo) para explicar en que consiste cada uno de los seis elementos que integran un Plan estratégico de Marketing. 2. Describa en un texto breve, cual considera que es la finalidad de contar con un Plan estratégico de Marketing. <p>Elabora tu actividad en un procesador de textos e integra una conclusión, cuida la ortografía,</p>	5

utiliza fuente Arial 12 a espacio 1.5. e incorpora las fuentes consultadas al calce de tu documento con citación estilo APA, 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.

N° Unidad	N° Actividad	Descripción	Ponderación (PUNTOS)
UNIDAD 2: PLAN ESTRATEGICO DE MARKETING	ACTIVIDAD 4	<p>Después de consultar la bibliografía recomendada, en el capítulo correspondiente a Plan de Ventas, realizar las siguiente actividades:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Investigar y realizar una síntesis que incluya la respuesta a las siguientes preguntas: <ol style="list-style-type: none"> A. ¿Qué es, cómo se elabora e importancia de un plan de Ventas? B. Elementos que incluye un plan de Ventas C. Preguntas que responde el plan de Ventas (Checar apuntes digitales) 2. Elaborar el plan de ventas para un producto que quieras vender en la FCA. <p>Elabora tu actividad en un procesador de textos e integra una conclusión, cuida la ortografía, utiliza fuente Arial 12 a espacio 1.5. e incorpora las fuentes consultadas al calce de tu documento con citación estilo APA, 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

N° Unidad	N° Actividad	Descripción	Ponderación (PUNTOS)
UNIDAD 3: ESTRATEGIAS DE PRODUCTO	ACTIVIDAD 5	<p>Después de consultar la bibliografía recomendada, en el capítulo correspondiente a Plan de producto, realizar las siguiente actividades:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. De una definición de: <ol style="list-style-type: none"> A. Producto Central, 	5

		<p>B. Producto Real C. Producto Aumentado.</p> <p>2. Con base en sus definiciones del punto anterior, de un ejemplo de: Cosméticos, Automóviles, Restaurantes, Transportación Aérea. Describa los conceptos Central, Real y Aumentado en cada uno de ellos.</p> <p>Elabora tu actividad en un procesador de textos e integra una conclusión, cuida la ortografía, utiliza fuente Arial 12 a espacio 1.5. e incorpora las fuentes consultadas al calce de tu documento con citación estilo APA, 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>	
--	--	---	--

N° Unidad	N° Actividad	Descripción	Ponderación (PUNTOS)
UNIDAD 3: ESTRATEGIAS DE PRODUCTO	ACTIVIDAD 6	<p>Con base en el texto “La innovación tecnológica” y en la lectura del capítulo “Nuevos productos” de los libros: Marketing o Fundamentos de Marketing, ambos de Kotler-Armstrong, les solicito como ejercicio preparar una presentación (10 máximo 15 láminas) del subtema productos nuevos o innovación, que contenga los conceptos básicos sobre el proceso de lanzamiento de un producto o mejora de uno ya existente.</p> <p>Les comento que, de no contar con la bibliografía mencionada, les recomiendo los textos sobre Fundamentos de Marketing o simplemente Marketing que se encuentran en la biblioteca de la Facultad.</p> <p>Elabora tu actividad en un medio creación de presentaciones e.g. Power Point e integra una conclusión, cuida la ortografía, utiliza fuente Arial 12 a espacio 1.5. e incorpora las fuentes consultadas al calce de tu documento con citación estilo APA, 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

N° Unidad	N° Actividad	Descripción	Ponderación (PUNTOS)
UNIDAD 4: ESTRATEGIAS DE PRECIO	ACTIVIDAD 7	<p>Consultar la bibliografía de Kotler-Armstrong, o bibliografía alternativa, en los capítulos referentes a estrategias de precios y contestar las siguientes preguntas:</p> <p>1.¿Cuáles son las tres estrategias principales para la fijación del precio? 2.¿Qué debe ofrecer para el consumidor una estrategia correcta de fijación del precio y que para la empresa?</p> <p>3. Finalmente, ¿quién determina el precio correcto de un producto?</p> <p>Como actividad de aprendizaje, les pido por favor una nota de no más de un tercio de cuartilla en la que describan su última experiencia en la que hayan comparado el precio de un artículo de consumo, el proceso de decisión que siguieron y porque tomaron esa decisión.</p> <p>Elabora tu actividad en un procesador de textos e integra una conclusión, cuida la ortografía, utiliza fuente Arial 12 a espacio 1.5. e incorpora las fuentes consultadas al calce de tu documento con citación estilo APA, 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

N° Unidad	N° Actividad	Descripción	Ponderación (PUNTOS)
UNIDAD 4: ESTRATEGIAS DE PRECIO	ACTIVIDAD 8	<p>Investigar el concepto económico “elasticidad de la demanda” y realizar el siguiente ejercicio:</p> <p>Un artículo electrodoméstico tiene un precio de \$2,500.00 pesos. A ese precio, las ventas promedio mensuales son de 150 artículos. Como estrategia para ganar mercado, la empresa decide rebajar el precio en un 15%. Defina cuantos artículos en promedio deberán venderse como mínimo para obtener un resultado positivo y a qué porcentaje de crecimiento en las ventas equivale.</p> <p>Elabora tu actividad en un procesador de textos e integra una conclusión, cuida la ortografía, utiliza fuente Arial 12 a espacio 1.5. e incorpora las fuentes consultadas al calce de tu documento con citación estilo APA, guárdala en tu computadora y una vez concluida, presiona</p>	5

		el botón Examinar, localiza el archivo, ya seleccionado, presiona Subir este archivo para guardarlo en la plataforma.	
--	--	---	--

N° Unidad	N° Actividad	Descripción	Ponderación (PUNTOS)
UNIDAD 5: CANALES DE DISTRIBUCIÓN	ACTIVIDAD 9	<p>Consultar en la bibliografía sugerida el tema “canales de distribución” y contestar la siguiente pregunta: ¿Cuál es el principal objetivo o finalidad del canal de distribución, con respecto a la plena satisfacción del cliente?</p> <p>Para la segunda parte de la actividad les sugiero buscar en internet (o en el medio que consideren más conveniente) información sobre los productos que menciono, reconocidos como exitosos en gran parte por sus medios de distribución (entrega) a los clientes. De una breve descripción de los mecanismos de distribución de cada uno de ellos. Pan Bimbo, Productos de belleza Mary Kay, Pinturas Comex.</p> <p>Elabora tu actividad en un procesador de textos e integra una conclusión, cuida la ortografía, utiliza fuente Arial 12 a espacio 1.5. e incorpora las fuentes consultadas al calce de tu documento con citación estilo APA, 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

N° Unidad	N° Actividad	Descripción	Ponderación (PUNTOS)
UNIDAD 5: CANALES DE DISTRIBUCIÓN	ACTIVIDAD 10	<p>Después de consultar la bibliografía recomendada, en el capítulo correspondiente a Plan de Exportación, realizar las siguiente actividades:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Investigar y realizar una síntesis que incluya la respuesta a las siguientes preguntas: <ol style="list-style-type: none"> A. ¿Qué es exportación? 	5

		<p>B. ¿Qué es, cómo se elabora e importancia de un plan de Exportación?</p> <p>C. Elementos que incluye un plan de Ventas</p> <p>D. Normatividad en las exportaciones.</p> <p>2. Contestar las preguntas previas al plan de Exportaciones que se presentan en la página 331 de los apuntes digitales para un producto que quieras exportar de México al extranjero.</p> <p>Elabora tu actividad en un procesador de textos e integra una conclusión, cuida la ortografía, utiliza fuente Arial 12 a espacio 1.5. e incorpora las fuentes consultadas al calce de tu documento con citación estilo APA, 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>	
--	--	---	--

N° Unidad	N° Actividad	Descripción	Ponderación (PUNTOS)
UNIDAD 6: PLAN INTEGRAL DE COMUNICACIÓN	ACTIVIDAD 11	<p>Consultar en la bibliografía sugerida el tema “Plan de Promoción y realizar las siguientes actividades:</p> <p>Conteste la siguiente pregunta: ¿Cuáles son las tres diferentes funciones o actividades que conforman un plan integral de Promoción de una organización? De una breve descripción de la finalidad de cada una de ellas.</p> <p>Elabora tu actividad en un procesador de textos e integra una conclusión, cuida la ortografía, utiliza fuente Arial 12 a espacio 1.5. e incorpora las fuentes consultadas al calce de tu documento con citación estilo APA, 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

N° Unidad	N° Actividad	Descripción	Ponderación (PUNTOS)
UNIDAD 6: PLAN INTEGRAL DE COMUNICACIÓN	ACTIVIDAD 12	<p>Consultar en la bibliografía sugerida el tema “Plan de Promoción y realizar las siguientes actividades:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuáles son los tres objetivos de la Publicidad? Solo enúncielos. 2. Diga si en el caso del detergente Ariel se cumplen esos objetivos y porqué. <p>Elabora tu actividad en un procesador de textos e integra una conclusión, cuida la ortografía, utiliza fuente Arial 12 a espacio 1.5. e incorpora las fuentes consultadas al calce de tu documento con citación estilo APA, 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>(Consideraciones de evaluación y acreditación) □ Puedes cursar la materia de Plan de Mercadotecnia 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 20% 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 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

Exámenes parciales (LOS EXÁMENES DEBERÁN SER IGUAL O MENOR A 50%)	20%
Actividades de aprendizaje	60%
Caso Práctico	20%
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