



PLAN DE TRABAJO

I. Datos de la institución

Plantel	 UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA Modalidad: Abierta 	Licenciatura	INFORMÁTICA
----------------	---	---------------------	--------------------

II. Datos del asesor

Nombre	MARIO TOACHE HERNANDEZ	Correo	mtoache@fca.unam.mx
---------------	-------------------------------	---------------	----------------------------

III. Datos de la asignatura

Nombre	MERCADOTECNIA	Clave	1908	Grupo	9590
Semestre	2018-1	Plan	2012	Fecha de inicio del curso	14 de agosto de 2017
Horas de asesoría semanal	4	Horario de asesoría presencial	LUNES Y JUEVES 16:00 A 18:00	Fecha de terminación del curso	8 de diciembre de 2017 con examen global Cierre de plataformas para entrega de actividades: 26 de noviembre de 2017 a las 23:00 horas.

IV. Presentación general del programa

El alumno desarrollará las actividades de cada unidad para obtener los conocimientos necesarios. Se aplicarán tres exámenes parciales. El alumno deberá presentarse con el asesor, preferentemente, al inicio del curso, con objeto de establecer la metodología de estudio, presentación de actividades, solución de dudas y orientación bibliográfica.

V. Forma en que el alumno deberá preparar la asignatura

El alumno deberá realizar las actividades asignadas en cada unidad y subirlas a la plataforma. El alumno presentara un total de 3 exámenes parciales Los exámenes parciales se integran de la siguiente manera:

Primer parcial abarcara las unidades 1, 2 y 3

Segundo parcial abarcara la unidad 4, 5 y 6

Tercer parcial abarcara la unidad 7, 8 y 9

*¡Bienvenido y mucho éxito!
Atentamente*

Relación y descripción de actividades a entregar

Unidad	Actividad	Descripción de la actividad	Ponderación
1	1	Escoge dos productos tangibles que se encuentren actualmente en el mercado y que tengan características similares y analiza las estrategias de mercadotecnia (producto, precio, plaza y promoción) que se están efectuando alrededor de ellos. Posteriormente, realiza una tabla comparativa de éstos, y como conclusión menciona cuál de estos dos productos elegirías y por qué.	5%
1	2	Realiza un cuadro sinóptico en donde des dos ejemplos de cada uno de los diferentes tipos de productos existentes, tanto de consumo como industriales.	5%
2	1	Elabora una tabla en donde ejemplifiques un producto que se encuentre en el mercado actualmente para cada etapa del ciclo de vida del producto, y desarrolla al menos dos estrategias que tú realizarías para darle una ventaja competitiva.	5%
3	3	Investiga en alguna página de internet, una marca que en tu opinión necesite realizar un cambio de imagen para poder reposicionarse en el mercado, y escribe al menos 5 estrategias que realizarías para poder lograr este objetivo. No olvides justificar tu respuesta conforme a lo que has aprendido.	5%

4	1	Elabora un cuadro de ventajas y desventajas de la investigación por observación y de la sesión de grupos.	5%
4	4	Selecciona varias revistas en donde la mujer aparezca en portada y determina por observación en qué casos es utilizada como objeto. Justifica tu respuesta.	5%
5	2	<p>Con los avances tecnológicos, las organizaciones que se dedican a la venta de instrumentos musicales, buscan nuevas formas y medios para vender sus productos, por lo que requieren de información que les permita desarrollar nuevas estrategias de ventas. Selecciona una de las organizaciones que a continuación se enlistan y determina el método de recolección de datos que les ayuden a aumentar sus ventas.</p> <p>Fender Fender Musical Instruments Corporation (2016). Obtenido de http://www.fender.com Consultado 21 de septiembre de 2016</p> <p>Gibson Guitars Gibson Brands, Inc. (2016). Obtenido de http://www.gibson.com Consultado 21 de septiembre de 2016</p> <p>Harmonic Arts HugeDomains.com. (2016). Obtenido de http://www.harmonicarts.com Consultado 21 de septiembre de 2016</p>	5%
6	2	<p>Investiga acerca de la publicidad que ha llevado a lo largo de la existencia de la empresa Marinela y realiza una espiral publicitaria en donde menciones cómo ha cambiado la publicidad empleada por esta empresa, así como su imagen a lo largo de su historia.</p> <p>Grupo Bimbo, Marinela (2013). Obtenido http://www.marinela.com.mx/ Consultado 22 de septiembre de 2016</p>	5%
7	2	<p>Lee el documento Estrategias de marketing por internet: y realiza un documento con tus conclusiones respecto a las herramientas que puede utilizar alguna empresa para establecer una presencia en internet.</p> <p>Pinto Castro, José F. Estrategias de marketing por internet. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas, Año V No. 16, 195-204. Obtenido de http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/economia/16/pdf/market_internet.pdf Consultado 22 de septiembre de 2016</p>	5%
8	1	A partir del estudio de la bibliografía específica sugerida elabora un mapa conceptual del tema.	5%

8	4	Investiga los principios de la teoría de Abraham Maslow e identifica cómo ésta tiene injerencia para el estudio del comportamiento del consumidor.	5%
9	1	Busca ejemplos de cada uno de los posicionamientos vistos durante esta unidad. Utiliza imágenes para complementar tu actividad.	5%

Exámenes parciales

Parcial	Unidades que abarca	Ponderación
1er	1, 2 y 3	10%
2do	4, 5 y 6	15%
3er	7, 8 y 9	15%

VI. Sistema de evaluación

FACTORES	DESCRIPCIÓN																										
Requisitos	El alumno realizara las actividades por unidad, así mismo estudiara de los apuntes para presentar sus exámenes parciales.																										
Porcentajes	<table border="1"> <tbody> <tr> <td>ACTIVIDADES UNIDAD 1</td> <td>___10___ %</td> </tr> <tr> <td>ACTIVIDADES UNIDAD 2</td> <td>___5___ %</td> </tr> <tr> <td>ACTIVIDADES UNIDAD 3</td> <td>___5___ %</td> </tr> <tr> <td>ACTIVIDADES UNIDAD 4</td> <td>___10___ %</td> </tr> <tr> <td>ACTIVIDADES UNIDAD 5</td> <td>___5___ %</td> </tr> <tr> <td>ACTIVIDADES UNIDAD 6</td> <td>___5___ %</td> </tr> <tr> <td>ACTIVIDADES UNIDAD 7</td> <td>___5___ %</td> </tr> <tr> <td>ACTIVIDADES UNIDAD 8</td> <td>___10___ %</td> </tr> <tr> <td>ACTIVIDADES UNIDAD 9</td> <td>___5___ %</td> </tr> <tr> <td>EXAMEN PARCIAL 1</td> <td>___10___ %</td> </tr> <tr> <td>EXAMEN PARCIAL 2</td> <td>___15___ %</td> </tr> <tr> <td>EXAMEN PARCIAL 3</td> <td>___15___ %</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>100 %</td> </tr> </tbody> </table>	ACTIVIDADES UNIDAD 1	___10___ %	ACTIVIDADES UNIDAD 2	___5___ %	ACTIVIDADES UNIDAD 3	___5___ %	ACTIVIDADES UNIDAD 4	___10___ %	ACTIVIDADES UNIDAD 5	___5___ %	ACTIVIDADES UNIDAD 6	___5___ %	ACTIVIDADES UNIDAD 7	___5___ %	ACTIVIDADES UNIDAD 8	___10___ %	ACTIVIDADES UNIDAD 9	___5___ %	EXAMEN PARCIAL 1	___10___ %	EXAMEN PARCIAL 2	___15___ %	EXAMEN PARCIAL 3	___15___ %	Total	100 %
ACTIVIDADES UNIDAD 1	___10___ %																										
ACTIVIDADES UNIDAD 2	___5___ %																										
ACTIVIDADES UNIDAD 3	___5___ %																										
ACTIVIDADES UNIDAD 4	___10___ %																										
ACTIVIDADES UNIDAD 5	___5___ %																										
ACTIVIDADES UNIDAD 6	___5___ %																										
ACTIVIDADES UNIDAD 7	___5___ %																										
ACTIVIDADES UNIDAD 8	___10___ %																										
ACTIVIDADES UNIDAD 9	___5___ %																										
EXAMEN PARCIAL 1	___10___ %																										
EXAMEN PARCIAL 2	___15___ %																										
EXAMEN PARCIAL 3	___15___ %																										
Total	100 %																										
EXAMEN GLOBAL	100%																										

VII. Recursos y estrategias didácticas

Lecturas obligatorias	(X)
Trabajos de investigación	()
Elaboración de actividades de aprendizaje	(X)
Procesador de textos, Hojas de cálculo y Editor de presentaciones	()
Videos	()
Plataforma educativa	()
Foro	(X)
Chat	(X)
Correo electrónico	(X)
Sitios de internet	(X)
Plan de trabajo	(X)