

## Tecnológico Nacional de México

### Dirección Académica

#### Instrumentación didáctica para la formación y desarrollo de competencias Profesionales

**Periodo: Febrero – Julio 2023**

Nombre de la asignatura: Mercadotecnia

Plan de Estudios: IGEM-2009-201

Clave de la asignatura: GEF-0919

Horas teoría-Horas prácticas-Créditos: 2-3-5

#### a) Caracterización de la asignatura:

**Aportación al perfil del Ing. en Gestión Empresarial:** Esta asignatura aporta al del Ingeniero en Gestión Empresarial la capacidad para fundamentar las decisiones sobre la comercialización de los productos de cualquier empresa. En un sentido amplio, la mercadotecnia consiste en todas las actividades ideadas para generar o facilitar un intercambio que se haga con la intención de satisfacer las necesidades humanas y organizacionales.

**Importancia de la Asignatura:** Su importancia se sustenta en que hoy en día en el mundo hay una gran competencia entre las grandes, medianas y pequeñas empresas por ello se ha puesto gran interés a las actividades que realizan para tener éxito en las mismas, para ellos requieren de la mercadotecnia.

**Integración de temas de la asignatura:** Los temas que se abordaran son: Fundamentos de la Mercadotecnia, Medio Ambiente de la Mercadotecnia, Mercados de Consumo y de negocios, comportamiento de compra y segmentación, Producto, Canales de Distribución, Comunicación de la Mercadotecnia Integrada, Precio, todos y cada uno de ellos se relacionan con la finalidad de desarrollar en los alumnos competencias que les permitan incursionar en el ambito laboral.

**Relación con otras asignaturas:** Se relaciona con las siguientes asignaturas:

*Mercadotecnia electrónica:* de manera general, ya que la materia de Mercadotecnia da las bases fundamentales para la Mercadotecnia Electrónica, misma que conoce y desarrolla habilidades en el uso de tecnologías de negocios digitales que apoyen las decisiones mercadológicas para colocar productos o servicios en los mercados electrónicos con el fin de posicionar una marca.

*Decisiones Mercadológicas:* de manera general se relaciona con esta materia ya que analiza y diseña escenarios de investigación mercadológica a través de la investigación y estudio de mercados, a fin de proponer soluciones a problemas en el sector público y privado e identifica el diseño y técnica de investigación, adecuados para la resolución de los problemas de ejecución de mercadotecnia

**b) Intención didáctica:**

**Explicar claramente la forma de tratar la asignatura de tal manera que oriente las actividades de enseñanza y aprendizaje:**

En el tema uno, se revisan antecedentes e importancia de la Mercadotecnia en México y el mundo, su concepto, proceso, funciones, y la cadena de valor, dimensionando con ello el estudiante la significativa importancia de la mercadotecnia dentro de las funciones de la organización tanto para el logro de los objetivos establecidos por la misma, así como para la satisfacción de las necesidades del cliente o usuario industrial, con una clara visión de ubicar, sostener, o incrementar el posicionamiento en el mercado de sus productos.

Adicionalmente, el estudiante debe comprender el papel trascendental que juega la mercadotecnia como el vínculo de comunicación entre la organización y sus clientes, y el impacto de su comportamiento de compra como determinante en el éxito de la empresa.

Las decisiones de mercadotecnia consideran el análisis del entorno, aspecto que se aborda en el tema dos; el docente debe llevar al estudiante en un proceso de análisis de los factores internos y externos del medio ambiente con el fin de visualizar aquellas variables independientes que puede controlar y a las que debe adaptarse la organización en la posterior definición de la estrategia de marketing, necesariamente debe emplearse un enfoque de estudio-análisis-comprensión-ejemplificación (asociar los factores del entorno con casos de empresas) para que los estudiantes comprendan la naturaleza de la relación funcional entre las condiciones del medio y la toma de decisiones en la mezcla de la mercadotecnia.

El tema tres contempla los tópicos relacionados con los mercados, su segmentación y el posicionamiento. Lograr que el estudiante diferencie el mercado de consumidores del mercado de negocios es crítico, por lo que el docente deberá implementar las actividades de aprendizaje necesarias para que la comprensión holística de ambos incluya los cuatro aspectos relevantes en este tema: las características de los consumidores, los comportamientos de compra, la segmentación de mercados y el posicionamiento. Estos conocimientos son esenciales para que el estudiante sea capaz de seleccionar el mercado meta para el producto en un caso de estudio, así como el tomar las decisiones relativas a su posicionamiento.

A partir del tema cuatro (Producto) el estudiante debe ser conducido en el estudio y comprensión de la mezcla de la mercadotecnia. Aquí el docente debe establecer actividades en las cuales los estudiantes no únicamente comprendan, sino que además lleven a cabo las decisiones relacionadas con los atributos de productos en lo que es el inicio un proyecto secuencial, de conformidad con los temas posteriores de la asignatura.

Los canales de distribución, así como la logística de marketing son analizados enseguida; el docente debe estimular al estudiante en el conocimiento de la diversidad y características de los canales mediante la propuesta de casos variados, la finalidad es que el estudiante comprenda la importancia de las acciones de las empresas para que sus productos (bienes, servicios, ideas, personas y lugares) lleguen al consumidor final o de negocios con oportunidad. El docente monitorea la secuencia del proyecto de la asignatura iniciado en el tema previo, en la etapa relacionada con las decisiones del canal, su administración y la logística.

En el tema sobre Comunicación de Mercadotecnia Integrada, el docente debe hacer uso de diferentes acciones para llevar al estudiante al estudio de este elemento fundamental en la comercialización de bienes, servicios, ideas, personas y lugares; debe proponer el análisis de casos exitosos que ilustren los alcances de los métodos de publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, ventas personales y marketing directo, de tal forma que los estudiantes sean capaces de proceder a resolver la fase de las decisiones sobre la promoción de su proyecto de aplicación en el que se incluya un programa de comunicación de mercadotecnia integral.

El tema final analiza los factores a considerar y los métodos para la fijación de precios, así como las estrategias correspondientes. Es fundamental que el docente lleve el estudio de los temas a la aplicación mediante la solución de casos que permitan al estudiante experimentar con los diversos métodos de fijación de precios, en donde esté presente el análisis de ejemplos de productos del entorno. En este momento, el estudiante deberá concluir el proceso vinculado con las estrategias de mercadotecnia para su proyecto integrador; en este sentido, el docente define los requisitos que deberán cumplirse en la presentación de un portafolio de evidencias que incluya un resumen ejecutivo y la correspondiente presentación oral, para hacer posible la retroalimentación del resultado.

**La manera de abordar los contenidos.**

Se requiere que el facilitador demuestre las competencias, conocimientos, dominio y experiencia de los temas que conforman la asignatura, necesitan estar a la vanguardia en el uso del internet, para obtener un beneficio propio, debido a que en el ámbito laboral se exige al profesionista colocar exitosamente a la empresa en el mercado.

**El enfoque con que deben ser tratados.** El enfoque sugerido para la materia requiere que desarrollen la Habilidad para buscar, procesar y Analizar información procedente de fuentes diversas, Habilidades en el uso de las Tecnologías de la información y de la Comunicación, Capacidad de comunicación oral y escrita, Capacidad de trabajo en equipo.

**La extensión y la profundidad de los mismos.** Se requiere que el facilitador cuente con el dominio del tema y la experiencia profesional, demostrando que se encuentra en vinculación con organizaciones públicas y privadas donde aplica lo que en materia de Mercadotecnia este enseñando en el aula.

**Que actividades del estudiante se deben resaltar para el desarrollo de competencias genéricas.** Realizar actividades que le permitan aplicar sus conocimientos en la práctica, capacidad de comunicación oral y escrita, capacidad para identificar, plantear y resolver problemas. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica, habilidades para buscar, procesar y analizar información procedente de diversas fuentes, capacidad para identificar, plantear y resolver problemas, trabajo en equipo y capacidad para tomar decisiones.

**Que competencias genéricas se están desarrollando con el tratamiento de los contenidos de la asignatura.** Desarrollo de habilidades con el fin de resolver situaciones en el ámbito social y laboral, aplicar sus potencialidades para propiciar su desarrollo personal y la mejora de su calidad de vida, a través del autoconocimiento, el manejo del tiempo y la toma de decisiones, haciendo el uso de sus capacidades tales como: Capacidad de abstracción, análisis y síntesis. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica, Capacidad para organizar y planificar el tiempo, Capacidad de comunicación oral y escrita, Capacidad de trabajo en equipo y capacidad de investigación.

**De manera general explicar el papel que debe desempeñar el (la) profesor(a) para el desarrollo de la asignatura.** Es importante mencionar que el facilitador busque solo Guiar a los alumnos en las actividades prácticas sugeridas, con la finalidad de que ellos Emprendan acciones para asumir el control de su superación personal, manejar su tiempo, el estrés así como a comunicarse de manera efectiva desarrollando así las competencias necesarias para desarrollarse en al ámbito laboral y profesional.

**c) Competencia de la asignatura:**

Diseña estrategias de mercadotecnia para posicionar un producto en el mercado, considerando las oportunidades y amenazas.

**d) Análisis por competencias específicas:**

Competencia No.	1	Descripción	Analiza los antecedentes, concepto e importancia de la mercadotecnia en las actividades productivas, para dimensionar su impacto de la mercadotecnia en el mundo actual.
-----------------	---	-------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Temas y subtemas para desarrollar la competencia específica	Actividades de aprendizaje	Actividades de enseñanza	Desarrollo de competencias genéricas	Horas teórico-práctica
<b>1. Fundamentos de la Mercadotecnia.</b> 1.1 Antecedentes de la mercadotecnia en México y en el mundo. 1.2 Concepto y función de mercadotecnia. 1.3 El proceso de marketing. 1.4 Enfoques de Mercadotecnia 1.5 El marketing y el valor para el cliente. 1.5.1 El proceso de generación de valor. 1.5.2 La cadena de valor.	Los Estudiantes resuelven un examen diagnostico en su primera clase de la asignatura.  El docente instruye a los Estudiantes realizar por equipo y de manera individual las siguientes actividades, que presentaran en clases y las evidencias en classromm, con la finalidad de lograr la competencia marcada en la unidad.	El facilitador realiza el Encuadre considerando los siguientes puntos:  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación del Docente.</li> <li>• Presentación de los Estudiantes.</li> <li>• Establecimiento de Acuerdos y compromisos.</li> <li>• Detección de expectativas de los Estudiantes en referencia a la signatura y al Docente.</li> </ul>		4-6



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• De manera individual el alumno analizara un video en edpuzzle y realizara un Quizz</li> </ul> <p>De manera individual el alumno analizara un video en edpuzzle y realizara un Quizz</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se da a conocer a los estudiantes los indicadores de alcance que deben de tener para lograr las competencias y los niveles que existen.</li> </ul> <p>De igual manera realiza la presentación de la signatura a través de proyección de diapositivas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Caracterización de la asignatura</li> <li>• Capacidades que requiere tener el Estudiante</li> <li>• Propósito de la materia</li> <li>• Objetivo general del curso.</li> <li>• Se da a conocer el Temario y la bibliografía</li> </ul> <p>A efecto de conocer el grado de conocimientos del estudiante se les aplica un examen diagnóstico.</p> <p>Se inicia a la primera unidad informando la manera en que se evaluara esta primera etapa.</p> <p>El docente mediante la técnica de exposición dará a conocer a través de proyección de</p>		
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

		<p>diapositivas los siguientes temas de la unidad <b>1.</b>  <b>Fundamentos de la Mercadotecnia.</b>          1.1 Antecedentes de la mercadotecnia en México y en el mundo.          1.2 Concepto y función de mercadotecnia.          1.3 El proceso de marketing.</p> <p>El docente realiza preguntas con relación a lo expuesto y retroalimenta si es necesario con la finalidad de detonar la Participación de los estudiantes, al final entregara a los Estudiantes el material didáctico para su estudio.</p> <p>El docente instruye a los Estudiantes realizar por equipo y de manera individual las siguientes actividades, que presentaran en clases y las evidencias en classromm, con la finalidad de lograr la competencia marcada en la unidad.</p>		
--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--



		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar una línea del tiempo sobre los antecedentes de la mercadotecnia en México y en el mundo.</li> <li>• Elaborar un mapa conceptual sobre el proceso de marketing y enfoques de la mercadotecnia.</li> <li>• Realizar un collage del tema el marketing y el valor para el cliente.</li> <li>• Examen Oral el cual debe de resolver de manera asertiva en su totalidad.</li> </ul>	<p>Capacidad de abstracción, análisis y síntesis, capacidad de trabajo en equipo, habilidades de investigación., capacidad creativa</p> <p>Capacidad de abstracción, análisis y síntesis, capacidad de trabajo en equipo, habilidades de investigación., capacidad creativa</p> <p>Capacidad de abstracción, análisis y síntesis, capacidad de trabajo en equipo, habilidades de investigación., capacidad creativa.</p> <p>Capacidad de abstracción, análisis y síntesis, capacidad de trabajo en equipo, habilidades de investigación., capacidad creativa.</p>	
--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

Indicadores de Alcance	Valor de Indicador
a) Realizar una línea del tiempo sobre los antecedentes de la mercadotecnia en México y en el mundo.	20%
b) Elaborar un mapa conceptual sobre el proceso de marketing y enfoques de la mercadotecnia.	20%
c) Realizar un collage del tema el marketing y el valor para el cliente.	20%
d) De manera individual el alumno analizara un video en edpuzzle y realizara un Quizz	40%

Niveles de desempeño:

Desempeño	Nivel de desempeño	Indicadores de Alcance	Valoración numérica
Competencia Alcanzada	Excelente	<p>Cumple al menos 5 de los siguientes indicadores</p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>Se adapta a situaciones y contextos complejos:</b> Puede trabajar en equipo, refleja sus conocimientos en la interpretación de la realidad.</li> <li><b>Hace aportaciones a las actividades académicas desarrolladas:</b> Pregunta integrando conocimientos de otras asignaturas o de casos anteriores de la misma asignatura. Presenta otros puntos de vista que complementen al presentado en la clase, presenta fuentes de información adicionales (internet y documental etc.) y usa más bibliografía.</li> <li><b>Propone y/o explica soluciones o procedimientos no visto en clase (creatividad):</b> Ante problemas o caso de estudio propone perspectivas diferentes, para abordarlos y sustentarlos correctamente. Aplica procedimientos aprendidos en otra asignatura o contexto para el problema que se está resolviendo.</li> </ol>	95-100



		<p>4. <b>Introduce recursos y experiencias que promueven un pensamiento crítico:</b> Ante los temas de la asignatura introduce cuestionamientos de tipo ético, ecológico, histórico, político, económico, etc. que deben tomarse en cuenta para comprender mejor o a futuro dicho tema. Se apoya en foros, autores, bibliografía, documentales, etc. para sustentar su punto de vista.</p> <p>5. <b>Incorpora conocimientos y actividades interdisciplinarios en su aprendizaje:</b> En el desarrollo de los temas de la asignatura incorpora conocimientos y actividades desarrolladas en otras asignaturas para lograr la competencia.</p> <p>6. <b>Realiza su trabajo de manera autónoma y autorregulada.</b> Es capaz de organizar su tiempo y trabajar sin necesidad de una supervisión estrecha y/o coercitiva. Realiza actividades de investigación para participar de forma activa durante el curso.</p>	
	Notable	Cumple 4 de los indicadores definidos en desempeño excelente	85-94
	Bueno	Cumple 3 de los indicadores definidos en desempeño excelente	75-84
	Suficiente	Cumple 2 de los indicadores definidos en desempeño excelente	70-74
Competencia No Alcanzada	Insuficiente	No se cumple con el 100% de evidencias conceptuales, procedimentales y actitudinales de los indicadores definidos en desempeño excelente.	N. A.

Matriz de Evaluación (4.11):

Evidencia de Aprendizaje	%	Indicador de Alcance					Evaluación formativa de la competencia
		A	B	C	D	N	
Línea del tiempo (Lista de Cotejo)	20%	19.000-20.000	17.000-18.800	15.000-16.800	14.000-14.800	N. A.	

							Elabora una línea del tiempo sobre los antecedentes de la mercadotecnia en México y en el mundo.
Mapa conceptual (Lista de Cotejo)	20%	19.000-20.000	17.000-18.800	15.000-16.800	14.000-14.800	N. A.	Realiza un Mapa conceptual sobre el proceso de marketing y enfoques de la mercadotecnia.
Collage (Lista de cotejo)	20%	19.000-20.000	17.000-18.800	15.000-16.800	14.000-14.800	N. A.	Collage del tema el marketing y el valor para el cliente.
Quizz	40%	38.000-40.000	34.000-37.350	30.000-33.750	28.000-29.750	N.A	De manera individual el alumno analizara un video en edpuzzle y realizara un Quizz
Total	100	95-100	85-94	75-84	70-74	N/A	

**e) Análisis por competencias específicas:**

Competencia No. 1 Descripción \_\_\_\_\_

Temas y subtemas para desarrollar la competencia específica	Actividades de aprendizaje	Actividades de enseñanza	Desarrollo de competencias genéricas	Horas teórico-práctica
<b>2. Medio Ambiente de la Mercadotecnia.</b> 2.1 Los sistemas de información de mercadotecnia. 2.2 El microentorno de la compañía. 2.2.1 La empresa. 2.2.2 Proveedores. 2.2.3 Canales de distribución. 2.2.4 Clientes. 2.2.5 Competidores. 2.2.6 Públicos. 2.3 El macroentorno de la compañía.	<p>El docente informa que se considerará la Participación individual y por equipo del Estudiante en clases y en los trabajos entregados.</p> <p>El docente instruye a los Estudiantes realizar por equipo y de manera individual las siguientes actividades, que presentaran en clases y las evidencias en classromm, con la finalidad de lograr la competencia marcada en la unidad.</p>	<p>Se inicia a la segunda unidad informando la manera en que se evaluara esta segunda etapa.</p> <p>El docente informa que se considerará la Participación individual y por equipo del Estudiante en clases y en los trabajos entregados.</p> <p>El docente mediante la técnica de exposición dará a conocer a través de proyección de diapositivas de la 2 Unidad</p>	Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación, habilidades de investigación.	4-6

<p>2.3.1 Entorno demográfico. 2.3.2 Entorno económico. 2.3.3 Entorno natural. 2.3.4 Entorno tecnológico. 2.3.5 Entorno político. 2.3.6 Entorno cultural.</p>	<p>Realizar un cuadro sinóptico donde mencione los factores que influyen en el micro y macro ambiente de la organización.</p> <p>De manera Individual: Elaborar un ensayo que explique la influencia de los cambios del micro y microambiente en la organización.</p> <p>De manera individual el alumno analizara un video en edpuzzle y realizara un Quizz</p>	<p>denominada: <b>Medio Ambiente de la Mercadotecnia.</b></p> <p>2.1 Los sistemas de información de mercadotecnia. 2.2 El microentorno de la compañía. 2.2.1 La empresa. 2.2.2 Proveedores. 2.2.3 Canales de distribución. 2.2.4 Clientes. 2.2.5 Competidores. 2.2.6 Públicos. 2.3 El macroentorno de la compañía. 2.3.1 Entorno demográfico. 2.3.2 Entorno económico. 2.3.3 Entorno natural. 2.3.4 Entorno tecnológico. 2.3.5 Entorno político. 2.3.6 Entorno cultural.</p> <p>El docente instruye a los Estudiantes realizar por equipo y de manera individual las siguientes actividades, que presentaran en clases y las evidencias en classroom, con la finalidad de lograr la competencia marcada en la unidad.</p> <p>Realizar un cuadro sinóptico donde mencione los factores que influyen en el micro y macro ambiente de la organización.</p>		
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--



		<p>De manera Individual: Elaborar un ensayo que explique la influencia de los cambios del micro y microambiente en la organización.</p> <p>De manera individual el alumno analizara un video en edpuzzle y realizara un Quizz</p>		
--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

Indicadores de Alcance	Valor de Indicador
a) Realizar un cuadro sinóptico donde mencione los factores que influyen en el micro y macro ambiente de la organización. Papel Bond	20%
b) Elaborar un ensayo que explique la influencia de los cambios del micro y microambiente en la organización.	20%
c) Participación, Desempeño, actitud de trabajo, individual y por equipo.	20%
f) De manera individual el alumno analizara un video en edpuzzle y realizara un Quizz	40%

Niveles de desempeño):

Desempeño	Nivel de desempeño	Indicadores de Alcance	Valoración numérica
Competencia Alcanzada	Excelente	<p>Cumple al menos 5 de los siguientes indicadores</p> <p>7. <b>Se adapta a situaciones y contextos complejos:</b> Puede trabajar en equipo, refleja sus conocimientos en la interpretación de la realidad.</p> <p>8. <b>Hace aportaciones a las actividades académicas desarrolladas:</b> Pregunta integrando conocimientos de otras asignaturas o de casos anteriores de la misma asignatura. Presenta otros puntos de vista que complementen al presentado en la clase, presenta fuentes de información adicionales (internet y documental etc.) y usa más bibliografía.</p> <p>9. <b>Propone y/o explica soluciones o procedimientos no visto en clase (creatividad):</b> Ante problemas o caso de estudio propone perspectivas diferentes, para abordarlos y sustentarlos correctamente. Aplica procedimientos aprendidos en otra</p>	95-100

		<p>asignatura o contexto para el problema que se está resolviendo.</p> <p>10. <b>Introduce recursos y experiencias que promueven un pensamiento crítico:</b> Ante los temas de la asignatura introduce cuestionamientos de tipo ético, ecológico, histórico, político, económico, etc. que deben tomarse en cuenta para comprender mejor o a futuro dicho tema. Se apoya en foros, autores, bibliografía, documentales, etc. para sustentar su punto de vista.</p> <p>11. <b>Incorpora conocimientos y actividades interdisciplinarios en su aprendizaje:</b> En el desarrollo de los temas de la asignatura incorpora conocimientos y actividades desarrolladas en otras asignaturas para lograr la competencia.</p> <p>12. <b>Realiza su trabajo de manera autónoma y autorregulada.</b> Es capaz de organizar su tiempo y trabajar sin necesidad de una supervisión estrecha y/o coercitiva. Realiza actividades de investigación para participar de forma activa durante el curso.</p>	
	Notable	Cumple 4 de los indicadores definidos en desempeño excelente	85-94
	Bueno	Cumple 3 de los indicadores definidos en desempeño excelente	75-84
	Suficiente	Cumple 2 de los indicadores definidos en desempeño excelente	70-74
Competencia No Alcanzada	Insuficiente	No se cumple con el 100% de evidencias conceptuales, procedimentales y actitudinales de los indicadores definidos en desempeño excelente.	N. A.

Matriz de Evaluación (4.11):

Evidencia de Aprendizaje	%	Indicador de Alcance					Evaluación formativa de la competencia
		A	B	C	D	N	

Cuadro Sinóptico (lista de cotejo)	20%	19.000-20.000	17.000-18.800	15.000-16.800	14.000-14.800	N. A.	Realizar un cuadro sinóptico donde mencione los factores que influyen en el micro y macro ambiente de la organización. Papel Bond
Ensayo (lista de cotejo)	20%	19.000-20.000	17.000-18.800	15.000-16.800	14.000-14.800	N. A.	Elaborar un ensayo que explique la influencia de los cambios del micro y microambiente en la organización.
Participación (lista de cotejo)	20%	19.000-20.000	17.000-18.800	15.000-16.800	14.000-14.800	N. A.	Participación, Desempeño, actitud de trabajo, individual y por equipo.
Quizz	40%	38.000-40.000	34.000-37.350	30.000-33.750	28.000-29.750	N.A	De manera individual el alumno analizara un video en edpuzzle y realizara un Quizz
Total	100	95-100	85-94	75-84	70-74	N/A	

**g) Análisis por competencias específicas:**

Competencia No.	1	Descripción	Conoce las tecnologías adecuadas de integración utilizadas en los modelos de negocios en la economía digital, para evaluar su factibilidad y ventaja competitiva
-----------------	---	-------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Temas y subtemas para desarrollar la competencia específica	Actividades de aprendizaje	Actividades de enseñanza	Desarrollo de competencias genéricas	Horas teórico-práctica
<b>3. Mercados de Consumo y de negocios, comportamiento de compra y segmentación.</b> 3.1 Mercado de consumo. 3.1.1 Modelo de conducta del consumidor. 3.1.2 Características que afectan la conducta del consumidor. 3.1.3 El proceso de decisión del comprador. 3.2 Mercado de negocios.	El docente instruye a los Estudiantes realizar por equipo y de manera individual las siguientes actividades, que presentaran en clases y las evidencias en classroom, con la finalidad de lograr la competencia marcada en la unidad.  Investigar los temas de la unidad. Introducción desarrollo, conclusiones, bibliografía.	Se inicia a la tercera unidad informando la manera en que se evaluara esta etapa.  El docente instruye a los Estudiantes realizar por equipo y de manera individual las siguientes actividades, que presentaran en clases y las evidencias en classromm, con la finalidad de lograr la competencia marcada en la unidad.	Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación, capacidad para la toma de decisiones, capacidad de trabajo en equipo, habilidades de investigación, capacidad creativa, capacidad de abstracción, análisis y síntesis	6-9

<p>3.2.1 Características de los mercados de negocios. 3.2.2 Comportamiento de compra de negocios. 3.3 Segmentación de mercados. 3.3.1 Segmentación de mercados de consumidores. 3.3.2 Segmentación de mercados de negocios. 3.3.3 Segmentación de mercados internacionales. 3.4 Selección de segmentos de mercados meta. 3.5 Posicionamiento para la ventaja competitiva.</p>	<p>Exponer los temas de la unidad por equipo.</p> <p>De manera individual Elaborar un mapa mental sobre el proceso de decisión del comprador.</p> <p>Participación, Desempeño, actitud de trabajo, individual y por equipo.</p>	<p>Por equipo: Investigar los temas de la unidad. Introducción desarrollo, conclusiones, bibliografía.</p> <p>Exponer los temas de la unidad por equipo.</p> <p>De manera individual Elaborar un mapa mental sobre el proceso de decisión del comprador.</p> <p>Participación, Desempeño, actitud de trabajo, individual y por equipo.</p> <p>Elaborar un cuadro comparativo de la segmentación de mercados.</p>		
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--





--	--	--	--	--

Indicadores de Alcance (4.8)	Valor de Indicador ((4.9)
a) Investigar por equipo los temas de la unidad. Introducción desarrollo, conclusiones, bibliografía.	20%
b) Exponer por equipo los temas de la unidad por equipo.	20%
c) Elaborar de manera individual un mapa mental sobre el proceso de decisión del comprador.	20%
d) Participación, Desempeño, actitud de trabajo, individual y por equipo.	40%

Niveles de desempeño (4.10):

Desempeño	Nivel de desempeño	Indicadores de Alcance	Valoración numérica
Competencia Alcanzada	Excelente	<p>Cumple al menos 5 de los siguientes indicadores</p> <p>13. <b>Se adapta a situaciones y contextos complejos:</b> Puede trabajar en equipo, refleja sus conocimientos en la interpretación de la realidad.</p> <p>14. <b>Hace aportaciones a las actividades académicas desarrolladas:</b> Pregunta integrando conocimientos de otras asignaturas o de casos anteriores de la misma asignatura. Presenta otros puntos de vista que complementen al presentado en la clase, presenta fuentes de información adicionales (internet y documental etc.) y usa más bibliografía.</p> <p>15. <b>Propone y/o explica soluciones o procedimientos no visto en clase (creatividad):</b> Ante problemas o caso de estudio propone perspectivas diferentes, para abordarlos y sustentarlos correctamente. Aplica procedimientos aprendidos en otra asignatura o contexto para el problema que se está resolviendo.</p> <p>16. <b>Introduce recursos y experiencias que promueven un pensamiento crítico:</b></p>	95-100

		<p>Ante los temas de la asignatura introduce cuestionamientos de tipo ético, ecológico, histórico, político, económico, etc. que deben tomarse en cuenta para comprender mejor o a futuro dicho tema. Se apoya en foros, autores, bibliografía, documentales, etc. para sustentar su punto de vista.</p> <p>17. <b>Incorpora conocimientos y actividades interdisciplinarios en su aprendizaje:</b> En el desarrollo de los temas de la asignatura incorpora conocimientos y actividades desarrolladas en otras asignaturas para lograr la competencia.</p> <p>18. <b>Realiza su trabajo de manera autónoma y autorregulada.</b> Es capaz de organizar su tiempo y trabajar sin necesidad de una supervisión estrecha y/o coercitiva. Realiza actividades de investigación para participar de forma activa durante el curso.</p>	
	Notable	Cumple 4 de los indicadores definidos en desempeño excelente	85-94
	Bueno	Cumple 3 de los indicadores definidos en desempeño excelente	75-84
	Suficiente	Cumple 2 de los indicadores definidos en desempeño excelente	70-74
Competencia No Alcanzada	Insuficiente	No se cumple con el 100% de evidencias conceptuales, procedimentales y actitudinales de los indicadores definidos en desempeño excelente.	N. A.

Matriz de Evaluación (4.11):

Evidencia de Aprendizaje	%	Indicador de Alcance					Evaluación formativa de la competencia
		A	B	C	D	N	
Investigación (Lista de cotejo)	20%	19.000-20.000	17.000-18.800	15.000-16.800	14.000-14.800	N. A.	Investigar los temas de la unidad. Introducción desarrollo, conclusiones, bibliografía.

Exposición (Guía De Observación)	20%	19.000-20.000	17.000-18.800	15.000-16.800	14.000-14.800	N. A.	Desarrollar exposiciones en equipos de trabajo en referencia a los temas que comprende la unidad, utilizando las TIC'S.
Mapa Mental (Lista de cotejo)	20%	19.000-20.000	17.000-18.800	15.000-16.800	14.000-14.800	N. A.	Elaborar un mapa mental sobre el proceso de decisión del comprador.
Participación (Guía De Observación)	40%	38.000-40.000	34.000-37.350	30.000-33.750	28.000-29.750	N.A	Participación, Desempeño, actitud de trabajo, individual y por equipo.
Total	100	95-100	85-94	75-84	70-74	N/A	

#### h) Análisis por competencias específicas:

Competencia No.	1	Descripción	Identifica las características y comportamientos de compra de los mercados de consumo y de negocios para segmentarlos eficientemente y posicionar los productos.
-----------------	---	-------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Temas y subtemas para desarrollar la competencia específica	Actividades de aprendizaje	Actividades de enseñanza	Desarrollo de competencias genéricas	Horas teórico-práctica
<b>4. Producto.</b> 4.1 Producto y clasificaciones de productos. 4.2 Decisiones de productos individuales. 4.3 Decisiones sobre la línea y mezcla de productos. 4.4 Mercadotecnia de servicios. 4.5 Mercadotecnia de productos internacionales 4.6 Estrategia de desarrollo de nuevos productos. 4.7 Estrategias del ciclo de vida del producto.	<p>El docente instruye a los Estudiantes realizar por equipo y de manera individual las siguientes actividades, que presentaran en clases y las evidencias en classromm, con la finalidad de lograr la competencia marcada en la unidad.</p> <p>Elaborar de manera individual un cuadro sinóptico acerca de la clasificación de los productos.</p>	<p>Se inicia a la cuarta unidad informando la manera en que se evaluara esta etapa.</p> <p>El docente informa que se considerará la Participación individual y por equipó del Estudiante en clases y en los trabajos entregados.</p> <p>El docente instruye a los Estudiantes realizar por equipo y de manera individual las siguientes actividades, que presentaran en clases y las</p>	<p>Capacidad para la toma de decisiones, capacidad para trabajar en equipo, habilidades de investigación, capacidad de abstracción, análisis y síntesis.</p>	6-9

	<p>Por equipo Evidenciar la amplitud y profundidad de línea de productos de una organización mediante un diagrama.</p> <p>Investigar por equipo los temas: Mercadotecnia de Servicios y Mercadotecnia de Productos Internacionales.</p> <p>Participación, Desempeño, actitud de trabajo, individual y por equipo.</p>	<p>evidencias en classromm, con la finalidad de lograr la competencia marcada en la unidad.</p> <p>Individual: Elaborar de manera individual un cuadro sinóptico acerca de la clasificación de los productos.</p> <p>Por equipo Evidenciar la amplitud y profundidad de línea de productos de una organización mediante un diagrama.</p> <p>Investigar por equipo los temas: Mercadotecnia de Servicios y Mercadotecnia de Productos Internacionales.</p> <p>Participación, Desempeño, actitud de trabajo, individual y por equipo.</p>		
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

Indicadores de Alcance	Valor de Indicador
a) Elaborar un cuadro sinóptico acerca de la clasificación de los productos.	20%
b) Evidenciar la amplitud y profundidad de línea de productos de una organización mediante un diagrama.	20%
c) Investigar los temas: Mercadotecnia de Servicios y Mercadotecnia de Productos Internacionales.	20%
d) Participación, Desempeño, actitud de trabajo, individual y por equipo.	40%

Niveles de desempeño:

Desempeño	Nivel de desempeño	Indicadores de Alcance	Valoración numérica
Competencia Alcanzada	Excelente	<p>Cumple al menos 5 de los siguientes indicadores</p> <p>19. <b>Se adapta a situaciones y contextos complejos:</b> Puede trabajar en equipo, refleja sus conocimientos en la interpretación de la realidad.</p> <p>20. <b>Hace aportaciones a las actividades académicas desarrolladas:</b> Pregunta integrando conocimientos de otras asignaturas o de casos anteriores de la misma asignatura. Presenta otros puntos de vista que complementen al presentado en la clase, presenta fuentes de información adicionales (internet y documental etc.) y usa más bibliografía.</p> <p>21. <b>Propone y/o explica soluciones o procedimientos no visto en clase (creatividad):</b> Ante problemas o caso de estudio propone perspectivas diferentes, para abordarlos y sustentarlos correctamente. Aplica procedimientos aprendidos en otra asignatura o contexto para el problema que se está resolviendo.</p>	95-100

		<p>22. <b>Introduce recursos y experiencias que promueven un pensamiento crítico:</b> Ante los temas de la asignatura introduce cuestionamientos de tipo ético, ecológico, histórico, político, económico, etc. que deben tomarse en cuenta para comprender mejor o a futuro dicho tema. Se apoya en foros, autores, bibliografía, documentales, etc. para sustentar su punto de vista.</p> <p>23. <b>Incorpora conocimientos y actividades interdisciplinarios en su aprendizaje:</b> En el desarrollo de los temas de la asignatura incorpora conocimientos y actividades desarrolladas en otras asignaturas para lograr la competencia.</p> <p>24. <b>Realiza su trabajo de manera autónoma y autorregulada.</b> Es capaz de organizar su tiempo y trabajar sin necesidad de una supervisión estrecha y/o coercitiva. Realiza actividades de investigación para participar de forma activa durante el curso.</p>	
	Notable	Cumple 4 de los indicadores definidos en desempeño excelente	85-94
	Bueno	Cumple 3 de los indicadores definidos en desempeño excelente	75-84
	Suficiente	Cumple 2 de los indicadores definidos en desempeño excelente	70-74
Competencia No Alcanzada	Insuficiente	No se cumple con el 100% de evidencias conceptuales, procedimentales y actitudinales de los indicadores definidos en desempeño excelente.	N. A.

Matriz de Evaluación:

Evidencia de Aprendizaje	%	Indicador de Alcance					Evaluación formativa de la competencia
		A	B	C	D	N	

Cuadro Comparativo(Lista de cotejo)	20%	19.000-20.000	17.000-18.800	15.000-16.800	14.000-14.800	N. A.	Elaborar un cuadro sinóptico acerca de la clasificación de los productos.
Diagrama (Lista de cotejo)	20%	19.000-20.000	17.000-18.800	15.000-16.800	14.000-14.800	N. A.	Evidenciar la amplitud y profundidad de línea de productos de una organización mediante un diagrama.
Investigación(Lista de cotejo)	20%	19.000-20.000	17.000-18.800	15.000-16.800	14.000-14.800	N. A.	Investigar los temas: Mercadotecnia de Servicios y Mercadotecnia de Productos Internacionales.
Participación (Guía De Observación)	40%	38.000-40.000	34.000-37.350	30.000-33.750	28.000-29.750	N.A	Participación, Desempeño, actitud de trabajo, individual y por equipo.
Total	100	95-100	85-94	75-84	70-74	N/A	

**i) Análisis por competencias específicas:**

Competencia No.	1	Descripción	Identifica estrategias adecuadas en las diferentes etapas del ciclo de vida del producto para el lanzamiento y/o reposicionamiento de productos en el mercado.
-----------------	---	-------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Temas y subtemas para desarrollar la competencia específica	Actividades de aprendizaje	Actividades de enseñanza	Desarrollo de competencias genéricas	Horas teórico-práctica
<b>5 Canales de Distribución.</b> 5.1 Concepto, Importancia y funciones de los canales de distribución. 5.2 Tipos de canales de distribución 5.3 Diseño y administración de canales de distribución. 5.4 Logística de mercadotecnia y	El docente instruye a los Estudiantes realizar por equipo y de manera individual las siguientes actividades, que presentaran en clases y las evidencias en classroom, con la finalidad de lograr la competencia marcada en la unidad.  Elaborar por equipo un mapa conceptual del concepto,	Se inicia la quinta unidad informando la manera en que se evaluara esta quinta etapa.  El docente instruye a los Estudiantes realizar por equipo y de manera individual las siguientes actividades, que presentaran en clases y las evidencias en classromm, con la finalidad	Habilidad para la solución de problemas, capacidad para la toma de decisiones, capacidad de trabajo en equipo, capacidad de abstracción, análisis y síntesis	4-6



<p>administración cadena de suministro. 5.5 Venta al detalle, mayorista y comisionista.</p>	<p>importancia y funciones de los canales de distribución.</p> <p>Investigar e identificar por equipo en organizaciones, la siguiente información a través de un reporte: Diseño y Administración de los Canales de distribución utilizada Logística de distribución utilizada.</p> <p>Por equipo Presentar los resultados de la investigación realizada en la organización a través de un informe.</p> <p>Participación, Desempeño, actitud de trabajo, individual y por equipo.</p>	<p>de lograr la competencia marcada en la unidad.</p> <p>El docente informa que se considerará la Participación individual y por equipo del Estudiante en clases y en los trabajos entregados.</p> <p>El docente instruye a los Estudiantes realizar por equipo las siguientes actividades:</p> <p>Elaborar por equipo un mapa conceptual del concepto, importancia y funciones de los canales de distribución.</p> <p>Investigar e identificar por equipo en organizaciones, la siguiente información a través de un reporte: Diseño y Administración de los Canales de distribución utilizada Logística de distribución utilizada.</p> <p>Por equipo Presentar los resultados de la investigación realizada en la organización a través de un informe.</p> <p>Participación, Desempeño, actitud de trabajo, individual y por equipo.</p>		
-------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--



Indicadores de Alcance (4.8)	Valor de Indicador ((4.9)
a) Elaborar un mapa conceptual del concepto, importancia y funciones de los canales de distribución.	20%
b) Investigar e identificar en organizaciones, la siguiente información a través de un reporte: Diseño y Administración de los Canales de distribución utilizada Logística de distribución utilizada	20%
c) Presentar los resultados de la investigación realizada en la organización.	20%
d) Participación, Desempeño, actitud de trabajo, individual y por equipo.	40%

Niveles de desempeño (4.10):

Desempeño	Nivel de desempeño	Indicadores de Alcance	Valoración numérica
Competencia Alcanzada	Excelente	<p>Cumple al menos 5 de los siguientes indicadores</p> <p>25. <b>Se adapta a situaciones y contextos complejos:</b> Puede trabajar en equipo, refleja sus conocimientos en la interpretación de la realidad.</p> <p>26. <b>Hace aportaciones a las actividades académicas desarrolladas:</b> Pregunta integrando conocimientos de otras asignaturas o de casos anteriores de la misma asignatura. Presenta otros puntos de vista que complementen al presentado en la clase, presenta fuentes de información adicionales (internet y documental etc.) y usa más bibliografía.</p> <p>27. <b>Propone y/o explica soluciones o procedimientos no visto en clase (creatividad):</b> Ante problemas o caso de estudio propone perspectivas diferentes, para abordarlos y sustentarlos correctamente. Aplica procedimientos aprendidos en otra</p>	95-100

		<p>asignatura o contexto para el problema que se está resolviendo.</p> <p>28. <b>Introduce recursos y experiencias que promueven un pensamiento crítico:</b> Ante los temas de la asignatura introduce cuestionamientos de tipo ético, ecológico, histórico, político, económico, etc. que deben tomarse en cuenta para comprender mejor o a futuro dicho tema. Se apoya en foros, autores, bibliografía, documentales, etc. para sustentar su punto de vista.</p> <p>29. <b>Incorpora conocimientos y actividades interdisciplinarios en su aprendizaje:</b> En el desarrollo de los temas de la asignatura incorpora conocimientos y actividades desarrolladas en otras asignaturas para lograr la competencia.</p> <p>30. <b>Realiza su trabajo de manera autónoma y autorregulada.</b> Es capaz de organizar su tiempo y trabajar sin necesidad de una supervisión estrecha y/o coercitiva. Realiza actividades de investigación para participar de forma activa durante el curso.</p>	
	Notable	Cumple 4 de los indicadores definidos en desempeño excelente	85-94
	Bueno	Cumple 3 de los indicadores definidos en desempeño excelente	75-84
	Suficiente	Cumple 2 de los indicadores definidos en desempeño excelente	70-74
Competencia No Alcanzada	Insuficiente	No se cumple con el 100% de evidencias conceptuales, procedimentales y actitudinales de los indicadores definidos en desempeño excelente.	N. A.

Matriz de Evaluación (4.11):

Evidencia de Aprendizaje	%	Indicador de Alcance					Evaluación formativa de la competencia
		A	B	C	D	N	

Mapa Conceptual (Lista de cotejo)	20%	19.000-20.000	17.000-18.800	15.000-16.800	14.000-14.800	N. A.	Elaborar un mapa conceptual del concepto, importancia y funciones de los canales de distribución.
Reporte (lista de cotejo)	20%	19.000-20.000	17.000-18.800	15.000-16.800	14.000-14.800	N. A.	Investigar e identificar en organizaciones, la siguiente información a través de un reporte: Diseño y Administración de los Canales de distribución utilizada Logística de distribución utilizada
Exposición (guía de observación)	20%	19.000-20.000	17.000-18.800	15.000-16.800	14.000-14.800	N. A.	Desarrollar exposiciones en equipos de trabajo los resultados de la investigación realizada en la organización, utilizando las TIC's
Participación (Guía de Observación)	40%	38.000-40.000	34.000-37.350	30.000-33.750	28.000-29.750	N,A	Organiza su tiempo y trabaja de manera autónoma y por equipo, entregando en tiempo y forma las actividades encomendadas, realiza aportaciones de los temas que se desarrollan en clases
Total	100	100	95-100	85-94	75-84	70-74	

**j) Análisis por competencias específicas:**

Competencia No.	1	Descripción	Comprende la importancia, funciones y tipos de canales de distribución para hacer eficiente la actividad de mercadotecnia de las organizaciones.
-----------------	---	-------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Temas y subtemas para desarrollar la competencia específica	Actividades de aprendizaje	Actividades de enseñanza	Desarrollo de competencias genéricas	Horas teórico-práctica
<b>6. Comunicación de la Mercadotecnia Integrada.</b> 6.1 Comunicación de marketing integrada.	El docente instruye a los Estudiantes realizar por equipo y de manera individual las siguientes actividades, que presentaran en clases y las evidencias en classromm, con	Se inicia la última unidad informando la manera en que se evaluara esta quinta etapa.	Habilidad para la solución de problemas, capacidad para la toma de decisiones, capacidad de trabajo en equipo, capacidad de	4-6

<p>6.2 La mezcla de comunicaciones de marketing 6.2.1 Publicidad. 6.2.2 Promoción de ventas. 6.2.3 Relaciones públicas. 6.2.4 Ventas personales. 6.2.5 Marketing directo. 6.3 Determinación de la mezcla de comunicación. 6.4 Establecimiento del presupuesto de comunicación.</p>	<p>la finalidad de lograr la competencia marcada en la unidad.</p> <p>Por equipo Investigar los temas de la unidad. Introducción desarrollo, conclusiones, bibliografía.</p> <p>Exponer por equipo los temas de la unidad por equipo. En equipo Elaborar un mapa mental sobre la mezcla de comunicaciones de marketing. Papel Bond</p> <p>Participación, Desempeño, actitud de trabajo, individual y por equipo.</p>	<p>El docente instruye a los Estudiantes realizar por equipo y de manera individual las siguientes actividades, que presentaran en clases y las evidencias en classromm, con la finalidad de lograr la competencia marcada en la unidad.</p> <p>Por equipo Investigar los temas de la unidad. Introducción desarrollo, conclusiones, bibliografía.</p> <p>Exponer por equipo los temas de la unidad por equipo.</p> <p>En equipo Elaborar un mapa mental sobre la mezcla de comunicaciones de marketing. Papel Bond</p> <p>Participación, Desempeño, actitud de trabajo, individual y por equipo.</p>	<p>abstracción, análisis y síntesis</p>	
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------	--



TECNOLÓGICO  
NACIONAL DE MÉXICO



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE  
SAN ANDRÉS TUXTLA

Indicadores de Alcance (4.8)	Valor de Indicador ((4.9)
e) Investigar los temas de la unidad. Introducción desarrollo, conclusiones, bibliografía.	20%
f) Exponer los temas de la unidad por equipo.	20%
g) Elaborar un mapa mental sobre la mezcla de comunicaciones de marketing. Papel Bond	20%
h) Participación, Desempeño, actitud de trabajo, individual y por equipo.	40%

Niveles de desempeño (4.10):

Desempeño	Nivel de desempeño	Indicadores de Alcance	Valoración numérica
Competencia Alcanzada	Excelente	<p>Cumple al menos 5 de los siguientes indicadores</p> <p>31. <b>Se adapta a situaciones y contextos complejos:</b> Puede trabajar en equipo, refleja sus conocimientos en la interpretación de la realidad.</p> <p>32. <b>Hace aportaciones a las actividades académicas desarrolladas:</b> Pregunta integrando conocimientos de otras asignaturas o de casos anteriores de la misma asignatura. Presenta otros puntos de vista que complementen al presentado en la clase, presenta fuentes de información adicionales (internet y documental etc.) y usa más bibliografía.</p> <p>33. <b>Propone y/o explica soluciones o procedimientos no visto en clase (creatividad):</b> Ante problemas o caso de estudio propone perspectivas diferentes, para abordarlos y sustentarlos correctamente. Aplica procedimientos aprendidos en otra asignatura o contexto para el problema que se está resolviendo.</p>	95-100



		<p>34. <b>Introduce recursos y experiencias que promueven un pensamiento crítico:</b> Ante los temas de la asignatura introduce cuestionamientos de tipo ético, ecológico, histórico, político, económico, etc. que deben tomarse en cuenta para comprender mejor o a futuro dicho tema. Se apoya en foros, autores, bibliografía, documentales, etc. para sustentar su punto de vista.</p> <p>35. <b>Incorpora conocimientos y actividades interdisciplinarios en su aprendizaje:</b> En el desarrollo de los temas de la asignatura incorpora conocimientos y actividades desarrolladas en otras asignaturas para lograr la competencia.</p> <p>36. <b>Realiza su trabajo de manera autónoma y autorregulada.</b> Es capaz de organizar su tiempo y trabajar sin necesidad de una supervisión estrecha y/o coercitiva. Realiza actividades de investigación para participar de forma activa durante el curso.</p>	
	Notable	Cumple 4 de los indicadores definidos en desempeño excelente	85-94
	Bueno	Cumple 3 de los indicadores definidos en desempeño excelente	75-84
	Suficiente	Cumple 2 de los indicadores definidos en desempeño excelente	70-74
Competencia No Alcanzada	Insuficiente	No se cumple con el 100% de evidencias conceptuales, procedimentales y actitudinales de los indicadores definidos en desempeño excelente.	N. A.

Matriz de Evaluación (4.11):

Evidencia de Aprendizaje	%	Indicador de Alcance					Evaluación formativa de la competencia
		A	B	C	D	N	
Investigación (lista de cotejo)	20%	19.000-20.000	17.000-18.800	15.000-16.800	14.000-14.800	N. A.	Demuestra la búsqueda en diversas fuentes de información, utiliza

							correctamente las citas bibliográficas, la información presenta una redacción satisfactoria sobre el tema que se desarrolló, el documento cuenta con los elementos mínimos que un trabajo de investigación requiere.
Exposición(Guía de Observación)	20%	19.000-20.000	17.000-18.800	15.000-16.800	14.000-14.800	N. A.	Desarrollar exposiciones en equipos de trabajo en referencia a los temas que comprende la unidad, utilizando las TIC'S.
Mapa Mental (Lista de cotejo)	20%	19.000-20.000	17.000-18.800	15.000-16.800	14.000-14.800	N. A.	Elaborar un mapa mental sobre la mezcla de comunicaciones de marketing.
Participación (Guía de Observación)	40%	38.000-40.000	34.000-37.350	30.000-33.750	28.000-29.750	N.A	Organiza su tiempo y trabaja de manera autónoma y por equipo, entregando en tiempo y forma las actividades encomendadas, realiza aportaciones de los temas que se desarrollan en clases.
Total	100	95-100	85-94	75-84	70-74	N/A	

**k) Análisis por competencias específicas:**

Competencia No.	1	Descripción	Identifica los diversos elementos de comunicación integrada de mercadotecnia, como elemento focal de la estrategia de mezcla promocional para el lanzamiento y/o reposicionamiento de un producto. Así como las decisiones que tiene que considerar la empresa en la definición de su estrategia de precios, para determinar la venta de un producto o servicio.
-----------------	---	-------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Temas y subtemas para desarrollar la competencia específica	Actividades de aprendizaje	Actividades de enseñanza	Desarrollo de competencias genéricas	Horas teórico-práctica
<b>7. Precio.</b>	El docente instruye a los Estudiantes realizar por	Se inicia la última unidad informando la manera en que	Habilidades de investigación,	4-6

<p>7.1 Factores a considerar en la fijación de precios. 7.2 Proceso para el establecimiento del precio. 7.3 Métodos de fijación de precios. 7.4 Estrategias de fijación de precios de nuevos productos. 7.5 Estrategias de determinación de precios para una mezcla de producto. 7.6 Estrategias de ajuste de precios. 7.7 Cambios de precio.</p>	<p>equipo y de manera individual las siguientes actividades, que presentaran en clases y las evidencias en classromm, con la finalidad de lograr la competencia marcada en la unidad.</p> <p>Realizar en equipo una investigación con los factores internos y externos que afectan las decisiones y la determinación de precios en una organización y presentarlos en un reporte.</p> <p>Por equipo Elaborar un informe que incluya un cuadro concentrador de un producto seleccionando en base a métodos de evaluación para determinar cuál es la mejor opción.</p> <p>Participación, Desempeño, actitud de trabajo, individual y por equipo.</p>	<p>se evaluara esta quinta etapa.</p> <p>El docente instruye a los Estudiantes realizar por equipo y de manera individual las siguientes actividades, que presentaran en clases y las evidencias en classromm, con la finalidad de lograr la competencia marcada en la unidad.</p> <p>Realizar en equipo una investigación con los factores internos y externos que afectan las decisiones y la determinación de precios en una organización y presentarlos en un reporte.</p> <p>Por equipo Elaborar un informe que incluya un cuadro concentrador de un producto seleccionando en base a métodos de evaluación para determinar cuál es la mejor opción.</p> <p>Participación, Desempeño, actitud de trabajo, individual y por equipo.</p>	<p>capacidad de abstracción, análisis y síntesis, capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica. Precios</p>	
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

Indicadores de Alcance (4.8)	Valor de Indicador ((4.9)
Realizar una investigación con los factores internos y externos que afectan las decisiones y la determinación de precios en una organización y presentarlos en un reporte.	20%
Elaborar un informe que incluya un cuadro concentrador de un producto seleccionando en base a métodos de evaluación para determinar cuál es la mejor opción.	40%
Participación, Desempeño, actitud de trabajo, individual y por equipo.	40%

Niveles de desempeño (4.10):

Desempeño	Nivel de desempeño	Indicadores de Alcance	Valoración numérica
Competencia Alcanzada	Excelente	<p>Cumple al menos 5 de los siguientes indicadores</p> <p>37. <b>Se adapta a situaciones y contextos complejos:</b> Puede trabajar en equipo, refleja sus conocimientos en la interpretación de la realidad.</p> <p>38. <b>Hace aportaciones a las actividades académicas desarrolladas:</b> Pregunta integrando conocimientos de otras asignaturas o de casos anteriores de la misma asignatura. Presenta otros puntos de vista que complementen al presentado en la clase, presenta fuentes de información adicionales (internet y documental etc.) y usa más bibliografía.</p> <p>39. <b>Propone y/o explica soluciones o procedimientos no visto en clase (creatividad):</b> Ante problemas o caso de estudio propone perspectivas diferentes, para abordarlos y sustentarlos correctamente. Aplica procedimientos aprendidos en otra asignatura o contexto para el problema que se está resolviendo.</p>	95-100

		<p>40. <b>Introduce recursos y experiencias que promueven un pensamiento crítico:</b> Ante los temas de la asignatura introduce cuestionamientos de tipo ético, ecológico, histórico, político, económico, etc. que deben tomarse en cuenta para comprender mejor o a futuro dicho tema. Se apoya en foros, autores, bibliografía, documentales, etc. para sustentar su punto de vista.</p> <p>41. <b>Incorpora conocimientos y actividades interdisciplinarios en su aprendizaje:</b> En el desarrollo de los temas de la asignatura incorpora conocimientos y actividades desarrolladas en otras asignaturas para lograr la competencia.</p> <p>42. <b>Realiza su trabajo de manera autónoma y autorregulada.</b> Es capaz de organizar su tiempo y trabajar sin necesidad de una supervisión estrecha y/o coercitiva. Realiza actividades de investigación para participar de forma activa durante el curso.</p>	
	Notable	Cumple 4 de los indicadores definidos en desempeño excelente	85-94
	Bueno	Cumple 3 de los indicadores definidos en desempeño excelente	75-84
	Suficiente	Cumple 2 de los indicadores definidos en desempeño excelente	70-74
Competencia No Alcanzada	Insuficiente	No se cumple con el 100% de evidencias conceptuales, procedimentales y actitudinales de los indicadores definidos en desempeño excelente.	N. A.

Matriz de Evaluación (4.11):

Evidencia de Aprendizaje	%	Indicador de Alcance					Evaluación formativa de la competencia
		A	B	C	D	N	
Reporte. (lista de cotejo)	20%	19.000-20.000	17.000-18.800	15.000-16.800	14.000-14.800	N. A.	Demuestra la búsqueda en diversas fuentes de información, utiliza

							correctamente las citas bibliográficas, la información presenta una redacción satisfactoria sobre el tema que se desarrolló, el documento cuenta con los elementos mínimos que un reporte debe de contener.
Informe (lista de cotejo)	40%	38.000-40.000	34.000-37.350	30.000-33.750	28.000-29.750	N.A	Elaborar un informe que incluya un cuadro concentrador de un producto seleccionando en base a métodos de evaluación para determinar cuál es la mejor opción.
Participación (Guía de Observación)	40%	38.000-40.000	34.000-37.350	30.000-33.750	28.000-29.750	N.A	Organiza su tiempo y trabaja de manera autónoma y por equipo, entregando en tiempo y forma las actividades encomendadas, realiza aportaciones de los temas que se desarrollan en clases.
Total	100						

Nota: este apartado número 4 de la instrumentación didáctica para la formación y desarrollo de competencias profesionales se repite, de acuerdo al número de competencias específicas de los temas de asignatura.

I) Fuentes de información y apoyos didácticos:

Fuentes de información:

Apoyos didácticos

<p><b>FUENTES DE INFORMACION</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kotler, Philip; Armstrong, Gary, “<i>Marketing versión para Latinoamérica</i>” 10a edición, Editorial Prentice Hall, México 2007.</li> <li>2. Kotler, Phillip; Lane, Keller, “<i>Dirección de Marketing</i>” 12a edición, Pearson Prentice Hall, México 2006.</li> <li>3. Stanton, William, Etzel; Michael J.; Walker Bruce J.; “<i>Fundamentos Marketing</i>”.Ed. Mc. Graw Hill. 2004.</li> <li>4. Kotler, Phillip; Armstrong, Gary, “<i>Fundamentos de Marketing</i>” 8a. edición, Pearson Prentice Hall, México</li> </ol>	<p>Cañón Computadora Bocinas Apuntador Pizarron</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------

2008.5 Fisher, Laura; Espejo Jorge; “Mercadotecnia”, Editorial Mc Graw Hill 2003.

5. Hair, Lamb; “Marketing”, Editorial Thompson 2003.

6. Mercado, Salvador. “Mercadotecnia programada” 3ª edición, Editorial Noriega- Limusa.

7. Zeithaml, Valarie; “Marketing de servicios”, Editorial Mc Graw Hill 2001.

8. Hingston, Peter; “Marketing efectivo-Guía de negocios”, Editorial Prentice Hall.

9. Stuart, Salomón; *Marketing Personas reales, soluciones reales*, Editorial Prentice Hall.

**Referencias electrónicas:**

- <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/funcion-mercadotecnia.html>
- <http://www.gestiopolis.com/satisfaccion-cliente-estrategia-marketing/>
- <http://www.crecenegocios.com/la-satisfaccion-del-cliente/>

m) Calendarización de evaluación en semanas (6)

Semana	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
TP		EF1		EF2			EF3			EF4		EF5		EF6		EF7
TR	ED															
SD					SD1				SD2				SD3			SD4

TP: Tiempo Planeado  
ED: Evaluación diagnóstica

TR: Tiempo Real  
EFn: Evaluación formativa (Competencia específica n)

SD: Seguimiento departamental  
ES: Evaluación sumativa

---

MCA. Edith Fonseca Guzmán  
Nombre y firma del (de la) profesor(a)

---

Lic. Ana Karenina Córdoba Ferman  
Nombre y firma del(de la) Jefe(a) de Departamento Académico



## INDICACIONES PARA DESARROLLAR LA INSTRUMENTACIÓN DIDÁCTICA:

### (1) Caracterización de la asignatura

Determinar los atributos de la asignatura, de modo que claramente se distinga de las demás y, al mismo tiempo, se vea las relaciones con las demás y con el perfil profesional:

- Explicar la aportación de la asignatura al perfil profesional.
- Explicar la importancia de la asignatura.
- Explicar en qué consiste la asignatura.
- Explicar con qué otras asignaturas se relaciona, en qué temas, con que competencias específicas

### (2) Intención didáctica

- Explicar claramente la forma de tratar la asignatura de tal manera que oriente las actividades de enseñanza y aprendizaje:
- La manera de abordar los contenidos.
- El enfoque con que deben ser tratados.
- La extensión y la profundidad de los mismos.
- Que actividades del estudiante se deben resaltar para el desarrollo de competencias genéricas.
- Que competencias genéricas se están desarrollando con el tratamiento de los contenidos de la asignatura.
- De manera general explicar el papel que debe desempeñar el (la) profesor(a) para el desarrollo de la asignatura.

### (3) Competencia de la asignatura

Se enuncia de manera clara y descriptiva la competencia(s) específica(s) que se pretende que el estudiante desarrolle de manera adecuada respondiendo a la pregunta **¿Qué debe saber y saber hacer el estudiante?** como resultado de su proceso formativo en el desarrollo de la asignatura.

### (4) Análisis por competencia específica

Los puntos que se describen a continuación se repiten, de acuerdo al número de competencias específicas de los temas de asignatura.

#### (4.1) Competencia No.

Se escribe el número de competencia, acorde a la cantidad de temas establecidos en la asignatura.

#### (4.2) Descripción

Se enuncia de manera clara y descriptiva la competencia específica que se pretende que el estudiante desarrolle de manera adecuada respondiendo a la pregunta **¿Qué debe saber y saber hacer el estudiante?** como resultado de su proceso formativo en el desarrollo del tema.

#### (4.3) Temas y subtemas para desarrollar la competencia específica

Se presenta el temario de una manera concreta, clara, organizada y secuenciada, evitando una presentación exagerada y enciclopédica.

## INDICACIONES PARA DESARROLLAR LA INSTRUMENTACIÓN DIDÁCTICA:

### (4.4) Actividades de aprendizaje

El desarrollo de competencias profesionales lleva a pensar en un conjunto de las actividades que el estudiante desarrollará y que el (la) profesor(a) indicará, organizará, coordinará y pondrá en juego para propiciar el desarrollo de tales competencias profesionales. Estas actividades no solo son importantes para la adquisición de las competencias específicas; sino que también se constituyen en aprendizajes importantes para la adquisición y desarrollo de competencias genéricas en el estudiante, competencias fundamentales en su formación pero sobre todo en su futuro desempeño profesional. Actividades tales como las siguientes:

- Llevar a cabo actividades intelectuales de inducción-deducción y análisis-síntesis, las cuales lo encaminan hacia la investigación, la aplicación de conocimientos y la solución de problemas.
- Buscar, seleccionar y analizar información en distintas fuentes.
- Uso de las nuevas tecnologías en el desarrollo de los contenidos de la asignatura.
- Participar en actividades grupales que propicien la comunicación, el intercambio argumentado de ideas, la reflexión, la integración y la colaboración.
- Desarrollar prácticas para que promueva el desarrollo de habilidades para la experimentación, tales como: observación, identificación manejo y control de variables y datos relevantes, planteamiento de hipótesis, de trabajo en equipo.
- Aplicar conceptos, modelos y metodologías que se va aprendiendo en el desarrollo de la asignatura.
- Usar adecuadamente conceptos, y terminología científico-tecnológica.
- Enfrentar problemas que permitan la integración de contenidos de la asignatura y entre distintas asignaturas, para su análisis y solución.
- Relacionar los contenidos de la asignatura con el cuidado del medio ambiente
- Observar y analizar fenómenos y problemáticas propias del campo ocupacional.
- Relacionar los contenidos de la asignatura con las demás del plan de estudios para desarrollar una visión interdisciplinaria.
- Leer, escuchar, observar, descubrir, cuestionar, preguntar, indagar, obtener información.
- Hablar, redactar, crear ideas, relacionar ideas, expresarlas con claridad, orden y rigor oralmente y por escrito.
- Dialogar, argumentar, replicar, discutir, explicar, sostener un punto de vista.
- Participar en actividades colectivas, colaborar con otros en trabajos diversos, trabajar en equipo, intercambiar información.
- Producir textos originales, elaborar proyectos de distinta índole, diseñar y desarrollar prácticas.

### (4.5) Actividades de enseñanza

Las actividades que el(la) profesor(a) llevará a cabo para que el estudiante desarrolle, con éxito, la o las competencias genéricas y específicas establecidas para el tema:

- Propiciar, en el estudiante, el desarrollo de actividades intelectuales de inducción-deducción y análisis-síntesis, las cuales lo encaminan hacia la investigación, la aplicación de conocimientos y la solución de problemas.
- Propiciar actividades de búsqueda, selección y análisis de información en distintas fuentes.
- Propiciar el uso de las nuevas tecnologías en el desarrollo de los contenidos de la asignatura.
- Fomentar actividades grupales que propicien la comunicación, el intercambio argumentado de ideas, la reflexión, la integración y la colaboración de y entre los estudiantes.
- Llevar a cabo actividades prácticas que promuevan el desarrollo de habilidades para la experimentación, tales como: observación, identificación manejo y control de variables y datos relevantes, planteamiento de hipótesis, de trabajo en equipo.

## INDICACIONES PARA DESARROLLAR LA INSTRUMENTACIÓN DIDÁCTICA:

- Desarrollar actividades de aprendizaje que propicien la aplicación de los conceptos, modelos y metodologías que se van aprendiendo en el desarrollo de la asignatura.
- Propiciar el uso adecuado de conceptos, y de terminología científico tecnológica.
- Proponer problemas que permitan al estudiante la integración de contenidos de la asignatura y entre distintas asignaturas, para su análisis y solución.
- Relacionar los contenidos de la asignatura con el cuidado del medio ambiente; así como con las prácticas de una ingeniería con enfoque sustentable.
- Observar y analizar fenómenos y problemáticas propias del campo ocupacional.
- Relacionar los contenidos de esta asignatura con las demás del plan de estudios para desarrollar una visión interdisciplinaria en el estudiante.

### **(4.6) Desarrollo de competencias genéricas**

Con base en las actividades de aprendizaje establecidas en los temas, analizarlas en su conjunto y establecer que competencias genéricas se están desarrollando con dichas actividades. Este punto es el último en desarrollarse en la elaboración de la instrumentación didáctica para la formación y desarrollo de competencias profesionales. A continuación se presentan su definición y características:

#### **Competencias genéricas**

**Competencias instrumentales:** competencias relacionadas con la comprensión y manipulación de ideas, metodologías, equipo y destrezas como las lingüísticas, de investigación, de análisis de información. Entre ellas se incluyen:

- Capacidades cognitivas, la capacidad de comprender y manipular ideas y pensamientos.
- Capacidades metodológicas para manipular el ambiente: ser capaz de organizar el tiempo y las estrategias para el aprendizaje, tomar decisiones o resolver problemas.
- Destrezas tecnológicas relacionadas con el uso de maquinaria, destrezas de computación; así como, de búsqueda y manejo de información.
- Destrezas lingüísticas tales como la comunicación oral y escrita o conocimientos de una segunda lengua.

Listado de competencias instrumentales:

- 1) Capacidad de análisis y síntesis
- 2) Capacidad de organizar y planificar
- 3) Conocimientos generales básicos
- 4) Conocimientos básicos de la carrera
- 5) Comunicación oral y escrita en su propia lengua
- 6) Conocimiento de una segunda lengua
- 7) Habilidades básicas de manejo de la computadora
- 8) Habilidades de gestión de información (habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas)
- 9) Solución de problemas
- 10) Toma de decisiones.

**Competencias interpersonales:** capacidades individuales relativas a la capacidad de expresar los propios sentimientos, habilidades críticas y de autocrítica. Estas competencias tienden a facilitar los procesos de interacción social y cooperación.

## INDICACIONES PARA DESARROLLAR LA INSTRUMENTACIÓN DIDÁCTICA:

- Destrezas sociales relacionadas con las habilidades interpersonales.
- Capacidad de trabajar en equipo o la expresión de compromiso social o ético.

Listado de competencias interpersonales:

- 1) Capacidad crítica y autocrítica
- 2) Trabajo en equipo
- 3) Habilidades interpersonales
- 4) Capacidad de trabajar en equipo interdisciplinario
- 5) Capacidad de comunicarse con profesionales de otras áreas
- 6) Apreciación de la diversidad y multiculturalidad
- 7) Habilidad para trabajar en un ambiente laboral
- 8) Compromiso ético

**Competencias sistémicas:** son las destrezas y habilidades que conciernen a los sistemas como totalidad. Suponen una combinación de la comprensión, la sensibilidad y el conocimiento que permiten al individuo ver como las partes de un todo se relacionan y se estructuran y se agrupan. Estas capacidades incluyen la habilidad de planificar como un todo y diseñar nuevos sistemas. Las competencias sistémicas o integradoras requieren como base la adquisición previa de competencias instrumentales e interpersonales.

Listado de competencias sistémicas:

- 1) Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica
- 2) Habilidades de investigación
- 3) Capacidad de aprender
- 4) Capacidad de adaptarse a nuevas situaciones
- 5) Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad)
- 6) Liderazgo
- 7) Conocimiento de culturas y costumbres de otros países
- 8) Habilidad para trabajar en forma autónoma
- 9) Capacidad para diseñar y gestionar proyectos
- 10) Iniciativa y espíritu emprendedor
- 11) Preocupación por la calidad
- 12) Búsqueda del logro

## INDICACIONES PARA DESARROLLAR LA INSTRUMENTACIÓN DIDÁCTICA:

### **(4.7) Horas teórico-prácticas**

Con base en las actividades de aprendizaje y enseñanza, establecer las horas teórico-prácticas necesarias, para que el estudiante adecuadamente la competencia específica.

### **(4.8) Indicadores de alcance**

Indica los criterios de valoración por excelencia al definir con claridad y precisión los conocimientos y habilidades que integran la competencia.

### **(4.9) Valor del indicador**

Indica la ponderación de los criterios de valoración definidos en el punto anterior.

### **(4.10) Niveles de desempeño**

Establece el modo escalonado y jerárquico los diferentes niveles de logro en la competencia, estos se encuentran definidos en la tabla del presente lineamiento.

### **(4.11) Matriz de evaluación**

Criterios de evaluación del tema. Algunos aspectos centrales que deben tomar en cuenta para establecer los criterios de evaluación son:

- Determinar, desde el inicio del semestre, las actividades y los productos que se esperan de dichas actividades; así como, los criterios con que serán evaluados los estudiantes. A manera de ejemplo la elaboración de una rúbrica o una lista de cotejo.
- Comunicar a los estudiantes, desde el inicio del semestre, las actividades y los productos que se esperan de dichas actividades así como los criterios con que serán evaluados.
- Propiciar y asegurar que el estudiante vaya recopilando las evidencias que muestran las actividades y los productos que se esperan de dichas actividades; dichas evidencias deben de tomar en cuenta los criterios con que serán evaluados. A manera de ejemplo el portafolio de evidencias.
- Establecer una comunicación continua para poder validar las evidencias que el estudiante va obteniendo para retroalimentar el proceso de aprendizaje de los estudiantes.
- Propiciar procesos de autoevaluación y coevaluación que completen y enriquezcan el proceso de evaluación y retroalimentación del profesor.

## **(5) Fuentes de información y apoyos didácticos**

Se consideran todos los recursos didácticos de apoyo para la formación y desarrollo de las competencias.

### **(5.1) Fuentes de información**

Se considera a todos los recursos que contienen datos formales, informales, escritos, audio, imágenes, multimedia, que contribuyen al desarrollo de la asignatura. Es importante que los recursos sean vigentes y actuales (de años recientes) y que se indiquen según la Norma APA (American

## INDICACIONES PARA DESARROLLAR LA INSTRUMENTACIÓN DIDÁCTICA:

Psychological Association) vigente. Ejemplo de algunos de ellos: Referencias de libros, revistas, artículos, tesis, páginas web, conferencia, fotografías, videos, entre otros).

### **(5.2) Apoyo didáctico**

Se considera cualquier material que se ha elaborado para el estudiante con la finalidad de Guiar los aprendizajes, proporcionar información, ejercitar sus habilidades, motivar e impulsar el interés, y proporcionar un entorno de expresión.

### **(6) Calendarización de evaluación**

En este apartado el (la) profesor(a) registrará los diversos momentos de las evaluaciones diagnóstica, formativa y sumativa.