

Tecnológico Nacional de México
Subdirección Académica
Instrumentación didáctica para la formación y desarrollo de competencias Profesionales
Periodo: Febrero-Julio 2023

Nombre de la asignatura: Fundamentos de Mercadotecnia
Plan de Estudios: LADM-2010-234
Clave de la asignatura: LAF-1021
Horas teoría-Horas prácticas-Créditos: 3-2-5

1. Caracterización de la asignatura

La asignatura se estructura en cinco temas: Introducción de la mercadotecnia, Administración de la mercadotecnia, Ambiente de la Mercadotecnia, Clasificación de los mercados y su segmentación y Comportamiento del consumidor.

Permite identificar, analizar e interpretar los aspectos fundamentales de la mercadotecnia en los diferentes entornos, así como relacionar el proceso administrativo con la función de mercadotecnia y su aplicación.

Analiza los diferentes factores del medio ambiente de la mercadotecnia que tienen incidencia en la toma de decisiones dentro de la organización y además posibilita la aplicación de herramientas de investigación para la obtención de información documental y de campo, relacionados con los elementos mercadológicos de las organizaciones.

2. Intención Didáctica

El Licenciado en Administración debe contar con una base sólida sobre la función de mercadotecnia, siendo ésta una de las áreas básicas de la administración en cualquier tipo de organización.

En cada uno de los temas, se requiere que **las actividades prácticas sugeridas promuevan** el desarrollo de habilidades para la toma de decisiones mercadológicas y propicien procesos intelectuales como inducción-deducción y análisis-síntesis con el propósito de generar una actividad intelectual compleja.

En las actividades prácticas sugeridas **es importante que el docente** busque facilitar a sus estudiantes la obtención de información para el análisis y conclusión de los casos prácticos.

Se sugieren actividades de aprendizaje que ayuden al estudiante a hacer de éste un aprendizaje significativo. Algunas de estas actividades se proponen como extra clase. Con ellas se pretende buscar experiencias concretas, situaciones que se viven en diferentes empresas, para lo cual será necesario ofrecer diferentes escenarios en los que el estudiante concrete su aprendizaje.

3. Competencia de la asignatura

Identifica los conceptos básicos e importancia de la mercadotecnia para generar el sustento teórico que permita diseñar proyectos integradores en los diferentes entornos.

4. Análisis por competencias específicas

Competencia No.	1	Introducción a la Mercadotecnia	Descripción	Identifica el concepto e importancia de la mercadotecnia mediante la revisión de información básica para valorar su trascendencia en el entorno global.
-----------------	---	---------------------------------	-------------	---

Temas y subtemas para desarrollar la competencia específica	Actividades de aprendizaje	Actividades de enseñanza	Desarrollo de competencias genéricas	Horas teórico-práctica
1.1 Antecedentes de la mercadotecnia. 1.2 Conceptos de mercadotecnia. 1.3 Campo de acción de la mercadotecnia. 1.4 Importancia de la mercadotecnia en el desarrollo de las organizaciones. 1.5 Distintos enfoques de mercadotecnia 1.6 Megatendencias de la mercadotecnia.	Investigar en equipo la historia de la mercadotecnia en diferentes fuentes de información para generar una línea de tiempo. Investigar de manera individual, en diferentes fuentes de información la conceptualización de la mercadotecnia Investigar de manera individual los campos de acción y realizar una plenaria Los estudiantes elaboraran un caso práctico en donde se destaque la importancia de la mercadotecnia en las organizaciones. Diseñar un cuadro comparativo de los	El facilitador realiza el encuadre del curso y realiza una evaluación diagnóstica El facilitador integra en equipos de trabajo para realizar de manera individual y solicita a los estudiantes elaborar una línea del tiempo, la cual es evaluada a través de la plataforma google classroom El facilitador solicita investigar el concepto de mercadotecnia de varios autores y con ello elaborar un mapa conceptual. En la presentación quizlet la cual enviaran a la plataforma google classroom para su evaluación.	Capacidad de Análisis y síntesis. Capacidad de organizar y planificar. Trabajo en equipo. Compromiso ético. Capacidad de comunicación	8-7 horas

	<p>enfoques de la mercadotecnia tomando en consideración 4 elementos básicos: concepto, características, ejemplo e impacto social. Investigar en equipo artículos relacionados con las megatendencias de la mercadotecnia y las TIC's; en clase analizarlos y discutirlos con su equipo para redactar su conclusión misma que deberá exponer ante el grupo.</p>	<p>El facilitador solicita a los estudiantes investigar los campos de acción y organiza una plenaria, la cual es expuesta en clases. El facilitador organiza en equipos a los estudiantes, y proporciona un caso práctico a través de la plataforma google classroom para su evaluación. El facilitador solicita a los estudiantes realizar un cuadro comparativo, de los distintos enfoques de aprendizaje, mismo que es subido a la plataforma google classroom para su evaluación. El facilitador solicita a los estudiantes realizar un reporte de las megatendencias de la mercadotecnia y las TICS.. misma que es evaluada a través de la plataforma google classrrom El facilitador guiara estas actividades y despejará las dudas que puedan presentarse</p>		
--	---	---	--	--

Indicadores de Alcance	Valor de Indicador
------------------------	--------------------

Analiza la información realizando la elaboración de esquemas describe las ideas principales del tema, no tiene faltas de ortografía,	30%
Capacidad de comunicación, habilidad de gestión de la información	20%
Aplicación de conocimientos teórico prácticos	30%
Capacidad de investigar, capacidad de análisis y síntesis	20%

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"> Se adapta a situaciones y contextos complejos: Puede trabajar en equipo, refleja sus conocimientos en la interpretación de la realidad. Hace aportaciones a las actividades académicas desarrolladas: 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. Propone y/o explica soluciones o procedimientos no visto en clase (creatividad): Ante problemas o caso de estudio propone perspectivas diferentes, para abordarlos y sustentarlos correctamente. Aplica procedimientos aprendidos en otra asignatura o 	95-100

		<p>contexto para el problema que se está resolviendo.</p> <p>4. Introduce recursos y experiencias que promueven un pensamiento crítico: 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. Incorpora conocimientos y actividades interdisciplinarios en su aprendizaje: En el desarrollo de los temas de la asignatura incorpora conocimientos y actividades desarrolladas en otras asignaturas para lograr la competencia.</p> <p>Realiza su trabajo de manera autónoma y autorregulada. 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	
Elaboración de gráficos (mapa conceptual, línea del tiempo, cuadro comparativo) Lista de cotejo	30%	28.50-30	25.50-28.20	22.50-25.20	21.22.20	0-20.70	Analiza la información realizando la elaboración de esquemas describe las ideas principales del tema, no tiene faltas de ortografía,
Plenaria (Guía de observación)	20%	19-20	17-18.80	15-16.80	14-14.80	0-13.80	Capacidad de comunicación, habilidad de gestión de la información
Casos de estudio (lista de cotejo)	30%	28.50-30	25.50-28.20	22.50-25.20	21.22.20	0-20.70	Aplicación de conocimientos teórico prácticos
Reporte (lista de cotejo)	20%	19-20	17-18.80	15-16.80	14-14.80	0-13.80	Capacidad de investigar, capacidad de análisis y síntesis
Total	100%						
Total 100%							

Competencia No. 2 Administración de la Mercadotecnia Descripción Aplica el proceso administrativo en la actividad mercadológica considerando las características de las organizaciones con el fin de lograr el cumplimiento de los objetivos de la empresa.

Temas y subtemas para desarrollar la competencia específica	Actividades de aprendizaje	Actividades de enseñanza	Desarrollo de competencias genéricas	Horas teórico-práctica
2.1. Importancia de la función administrativa de la mercadotecnia.	Elaborar en forma individual un mapa conceptual del proceso	El facilitador realizara el encuadre mencionando el	Capacidad de investigación. Capacidad de	7-7 horas

<p>2.2. Planeación de la mercadotecnia 2.3. Organización de la mercadotecnia. 2.4. Dirección de la mercadotecnia. 2.5 Control de la mercadotecnia.</p>	<p>administrativo para identificar cada una de las etapas; presentarlo al grupo. Investigar de manera individual ejemplos de diferentes empresas del proceso administrativo en el departamento de mercadotecnia. Aplicar el proceso administrativo de la mercadotecnia a través de un ejercicio práctico, por equipos Cada equipo deberá presentar al grupo el producto obtenido de cada una de las etapas de la Investigación anterior.</p>	<p>nombre de la materia, objetivo, el temario, la mecánica de trabajo, y los criterios de evaluación.</p> <p>El facilitador solicita a los estudiantes elaborar un mapa conceptual, el cual es evaluado a través de la plataforma google classrrom.</p> <p>El facilitador solicita a los estudiantes una investigación del proceso administrativo, aplicado en la mercadotecnia. Esta actividad es evaluada a través de la plataforma google classrrom.</p> <p>El facilitador organiza a los estudiantes en equipo y solicita la aplicación del proceso de la mercadotecnia de manera práctica a través de la aplicación de un ejercicio práctico, misma que es expuesta en el salón de clases El facilitador guiara estas actividades y despejará las dudas que puedan presentarse</p>	<p>comunicación. Trabajo en equipo</p>	
--	--	---	--	--

Indicadores de Alcance	Valor de Indicador
Analiza la información realizando la elaboración de esquemas describe las ideas principales del tema, no tiene faltas de ortografía,	10 %
Habilidades para la búsqueda, procesamiento y análisis de la	20%

Información procedente de diversas fuentes. Habilidad de investigación.	
Aplica los conocimientos teórico práctico, del entorno actual. Demuestra conocimiento y dominio de los temas abordados en la unidad.	50%
Demuestra su capacidad crítica y autocrítica del trabajo realizado frente al grupo, así como la habilidad en el uso de las TICs., trabaja en equipo, presenta dominio del tema e incluye ejemplos claros y precisos para la comprensión del grupo.	20%

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"> Se adapta a situaciones y contextos complejos: Puede trabajar en equipo, refleja sus conocimientos en la interpretación de la realidad. Hace aportaciones a las actividades académicas desarrolladas: 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. Propone y/o explica soluciones o procedimientos no visto en clase (creatividad): Ante problemas o caso de estudio propone perspectivas diferentes, para abordarlos y sustentarlos 	95-100



		<p>correctamente. Aplica procedimientos aprendidos en otra asignatura o contexto para el problema que se está resolviendo.</p> <p>4. Introduce recursos y experiencias que promueven un pensamiento crítico: 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. Incorpora conocimientos y actividades interdisciplinarios en su aprendizaje: En el desarrollo de los temas de la asignatura incorpora conocimientos y actividades desarrolladas en otras asignaturas para lograr la competencia.</p> <p>Realiza su trabajo de manera autónoma y autorregulada. 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>	
	<p>Notable</p>	<p>Cumple 4 de los indicadores definidos en desempeño excelente</p>	<p>85-94</p>

	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.

Competencia No. 3 Ambiente de la Mercadotecnia Descripción Identifica los factores del ambiente interno y externo en la toma de decisiones de la mercadotecnia con el fin de evaluar el impacto que tiene.

Temas y subtemas para desarrollar la competencia específica	Actividades de aprendizaje	Actividades de enseñanza	Desarrollo de competencias genéricas	Horas teórico-práctica
3.1. Ambiente interno 3.2. Ambiente externo 3.3 Impacto del ambiente en la toma de decisiones mercadológicas.	Investigar en forma individual distintas fuentes de información (libros, revistas e internet académico) los factores del medio ambiente interno y externo que influyen en las decisiones de mercadotecnia de la organización. Con los resultados de esta investigación, elaborar un reporte y un gráfico que muestre la información del reporte. Discutir en grupo los resultados de la investigación, hasta	El facilitador realizará el encuadre mencionando el nombre de la materia, objetivo, el temario, la mecánica de trabajo, y los criterios de evaluación, etc. El facilitador solicita a los estudiantes realizar una investigación del ambiente interno y externo desde el punto de vista mercadológico. Misma que será evaluada en la plataforma google clasrrom Con esta información los estudiantes realizarán una	Habilidad de gestión de información. Comunicación oral y escrita. Trabajo en equipo. Capacidad de investigar. Capacidad de Análisis y Síntesis	7-7 horas

	<p>clarificar la forma en que los factores del ambiente interno y externo influyen en las decisiones de mercadotecnia.</p>	<p>plenaria en el salón de clases, de los factores internos y externos que influyen en las decisiones de mercadotecnia. El facilitador realizara un ensayo de los temas abordados el cual subirán a través de la plataforma google classroom para su evaluación. El facilitador organizara equipos y resolverán casos prácticos del ambiente de la mercadotecnia, mismo que se comentara en el salón de clases El facilitador guiara estas actividades y despejará las dudas que puedan presentarse</p>		
--	--	---	--	--

Indicadores de Alcance	Valor de Indicador
Habilidades para la búsqueda, procesamiento y análisis de la Información procedente de diversas fuentes. Habilidad de investigación.	15%
Habilidad de comunicación interpersonal, compromiso ético, compromiso con su medio sociocultural	15%
Habilidades para la búsqueda, procesamiento y análisis de la información procedente de diversas fuentes, conocimiento sobre el área de estudio y la profesión.	20%
Habilidad en el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TICs).Capacidad para trabajar en equipo, habilidad de comunicación oral, capacidad de	20%

planificar y organizar trabajos	
Capacidad para aplicar los conocimientos a la práctica, capacidad de adaptarse a nuevas situaciones, capacidad creativa.	50%

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"> Se adapta a situaciones y contextos complejos: Puede trabajar en equipo, refleja sus conocimientos en la interpretación de la realidad. Hace aportaciones a las actividades académicas desarrolladas: 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. Propone y/o explica soluciones o procedimientos no visto en clase (creatividad): 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. 	95-100



		<p>4. Introduce recursos y experiencias que promueven un pensamiento crítico: 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. Incorpora conocimientos y actividades interdisciplinarios en su aprendizaje: En el desarrollo de los temas de la asignatura incorpora conocimientos y actividades desarrolladas en otras asignaturas para lograr la competencia.</p> <p>Realiza su trabajo de manera autónoma y autorregulada. 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	70-74

		excelente	
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	
Investigación (lista de cotejo)	15%	14.25-15	12.75-14.10	11.25-12.60	10.50-11.10	0-10.35	Habilidades para la búsqueda, procesamiento y análisis de la información procedente de diversas fuentes. Habilidad de investigación.
Plenaria (guía de observación)	15%	14.25-15	12.75-14.10	11.25-12.60	10.50-11.10	0-10.35	Habilidad de comunicación interpersonal, compromiso ético, compromiso con su medio sociocultural
Ensayo (lista de cotejo)	20%	19-20	17-18.80	15-16.80	14-14.80	0-13.80	Habilidades para la búsqueda, procesamiento y análisis de la información procedente de diversas fuentes, conocimiento sobre el área de estudio y la profesión.
Casos Prácticos (lista de cotejo)	50%	47.50-50	42.50-47	37.50-42	35-37	0.34.50	Capacidad para aplicar los conocimientos a la práctica, capacidad de adaptarse a nuevas situaciones, capacidad creativa.
Total	100%						

Competencia No. 4 Clasificación de los mercados y su segmentación Descripción Aplica los criterios y variables que integran segmentación de mercados para el logro del posicionamiento de la marca o empresa.

Temas y subtemas para desarrollar la competencia específica	Actividades de aprendizaje	Actividades de enseñanza	Desarrollo de competencias genéricas	Horas teórico-práctica
4.1 Concepto de mercado 4.2 Tipos de mercados y	Investigar en forma individual los conceptos	El facilitador realizara el encuadre mencionando el	Habilidad de gestión de información.	6-7horas

<p>sus características. 4.3. Segmentación de mercados 4.4. Posicionamiento</p>	<p>de mercado (5 autores distintos). Identificar los elementos comunes en cada concepto y elaborar un concepto general. Elaborar en equipo un cuadro comparativo acerca de los diferentes tipos de mercado que existen, describiendo las características de cada uno. Cada equipo debe presentar un tipo de mercado. Investigar en equipo el concepto de segmentación de mercados, sus ventajas limitaciones, y criterios para segmentar, los diferentes tipos de segmentación que existen en la actualidad, según sea el tipo de mercado. Exponer al grupo lo investigado. Los estudiantes</p>	<p>nombre de la materia, objetivo, el temario, la mecánica de trabajo, y los criterios de evaluación, etc. El facilitador solicitará una investigación de 5 definiciones de mercado de diferentes autores y elaborar la definición propia, misma que se evaluará a través de la plataforma google classroom. El facilitador dirigirá la plenaria e integrará a los estudiantes a participar. Esta actividad se realizará en el salón de clases El facilitador solicitará la elaboración de un cuadro comparativo de los tipos de mercados y sus características el cual es evaluado a través de la plataforma google classroom. El facilitador integrará en equipos de trabajo en donde los integrantes exponen los temas abordados en el salón de clases. El facilitador guiará estas actividades y despejará las dudas que puedan presentarse</p>	<p>Comunicación oral y escrita. Trabajo en equipo. Capacidad de investigar. Capacidad de Análisis y síntesis</p>	
--	---	---	--	--

Indicadores de Alcance	Valor de Indicador
Habilidades para la búsqueda, procesamiento y análisis de la Información procedente de diversas fuentes. Habilidad de investigación.	15 %
Habilidad de comunicación interpersonal, compromiso ético, compromiso con su medio sociocultural	20%
Habilidad de gestión de información, capacidad de análisis y síntesis.	15%
Capacidad de comunicación interpersonal, capacidad de aprendizaje y comprensión de los temas abordados	50%

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"> Se adapta a situaciones y contextos complejos: Puede trabajar en equipo, refleja sus conocimientos en la interpretación de la realidad. Hace aportaciones a las actividades académicas desarrolladas: 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. Propone y/o explica soluciones o procedimientos no visto en clase (creatividad): Ante problemas o caso de estudio 	95-100



		<p>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>4. Introduce recursos y experiencias que promueven un pensamiento crítico: 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. Incorpora conocimientos y actividades interdisciplinarios en su aprendizaje: En el desarrollo de los temas de la asignatura incorpora conocimientos y actividades desarrolladas en otras asignaturas para lograr la competencia.</p> <p>Realiza su trabajo de manera autónoma y autorregulada. 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	85-94

		definidos en desempeño excelente	
	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	
Investigación (lista de coetjo)	15%	14.25-15	12.75-14.10	11.25-12.60	10.50-11.10	0-10.35	Habilidades para la búsqueda, procesamiento y análisis de la Información procedente de diversas fuentes. Habilidad de investigación.
Plenaria (guía de observación)	20%	19-20	17-18.80	15-16.80	14-14.80	0-13.80	Habilidad de comunicación interpersonal, compromiso ético, compromiso con su medio sociocultural
Cuadro comparativo (lista de cotejo)	15%	14.25-15	12.75-14.10	11.25-12.60	10.50-11.10	0-10.35	Habilidad de gestión de información, capacidad de análisis y síntesis.
Exposición (guía de observación)	50%	47.50-50	42.50-47	37.50-42	35-37	0.34.50	Capacidad de comunicación interpersonal
Total							

Competencia No. 5 Comportamiento del consumidor Descripción Distingue los diversos factores que influyen en las decisiones y hábitos de compra de los consumidores con el fin de identificar el proceso.

Temas y subtemas para desarrollar la competencia específica	Actividades de aprendizaje	Actividades de enseñanza	Desarrollo de competencias genéricas	Horas teórico-práctica
---	----------------------------	--------------------------	--------------------------------------	------------------------

<p>5.1. Factores que influyen en el comportamiento del consumidor. (Psicológicos, fisiológicos, sociológicos y situacionales).</p> <p>5.2. Modelos del proceso de decisión de compra.</p> <p>5.3. Funciones de compra.</p>	<p>Investigar en forma individual los modelos del proceso de decisión de compra de los consumidores y elaborar un gráfico de cada uno.</p> <p>Investigar en equipo los factores que influyen en el proceso de decisión de compra de los consumidores y exponer al grupo lo investigado.</p> <p>Elaborar de manera individual un cuadro comparativo de los factores expuestos.</p> <p>Investigar en equipo la influencia que tienen las diversas fuentes de información en el comportamiento de compra del consumidor y presentar los resultados al grupo.</p>	<p>El facilitador realizara el encuadre mencionando el nombre de la materia, objetivo, el temario, la mecánica de trabajo, y los criterios de evaluación, etc.</p> <p>El facilitador forma equipos de trabajo para investigar los factores del proceso de decisión de compra del consumidor, esta actividad es evaluada a través de la plataforma google classroom</p> <p>El facilitador solicita la elaboración de un cuadro comparativo de los aspectos psicológicos, fisiológicos, sociológicos, y situacionales. Esta actividad es evaluada a través de la plataforma google classroom</p> <p>El facilitador integra en equipos de trabajo y organiza a los estudiantes en donde realizaran un reporte de los consumidores de sus decisiones de compra, para exponerlos ante el grupo. Actividad evaluada a través de la plataforma google classrom.</p> <p>El facilitador guiara estas actividades y despejará las dudas que puedan</p>	<p>Habilidad de gestión de información.</p> <p>Comunicación oral y escrita.</p> <p>Trabajo en equipo.</p> <p>Capacidad de investigar.</p> <p>Capacidad de Análisis y síntesis</p>	<p>7-8 horas</p>
--	---	---	---	------------------

		presentarse		
--	--	-------------	--	--

Indicadores de Alcance	Valor de Indicador
Habilidades para la búsqueda, procesamiento y análisis de la Información procedente de diversas	20%
Habilidad de comunicación interpersonal, compromiso ético, compromiso con su medio sociocultural	20%
Habilidad de gestión de información, capacidad de análisis y síntesis.	15%
Habilidades para la búsqueda, procesamiento y análisis de la información procedente de diversas fuentes, conocimiento sobre el área de estudio y la profesión.	20%
Capacidad de comunicación interpersonal	25%

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"> Se adapta a situaciones y contextos complejos: Puede trabajar en equipo, refleja sus conocimientos en la interpretación de la realidad. Hace aportaciones a las actividades académicas desarrolladas: 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. Propone y/o explica 	95-100



		<p>soluciones o procedimientos no visto en clase (creatividad): 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>4. Introduce recursos y experiencias que promueven un pensamiento crítico: 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. Incorpora conocimientos y actividades interdisciplinarios en su aprendizaje: En el desarrollo de los temas de la asignatura incorpora conocimientos y actividades desarrolladas en otras asignaturas para lograr la competencia.</p> <p>Realiza su trabajo de manera autónoma y autorregulada. Es capaz de organizar su tiempo y trabajar sin necesidad de una supervisión estrecha y/o coercitiva. Realiza actividades de</p>	
--	--	--	--

		investigación para participar de forma activa durante el curso.	
	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	
Investigación	20%	19-20	17-18.80	15-16.80	14-14.80	0-13.80	Habilidades para la búsqueda, procesamiento y análisis de la Información procedente de diversas
Plenaria	20%	19-20	17-18.80	15-16.80	14-14.80	0-13.80	Habilidad de comunicación interpersonal, compromiso ético, compromiso con su medio sociocultural
Cuadro comparativo	15%	14.25-15	12.75-14.10	11.25-12.60	10.50-11.10	0-10.35	Habilidad de gestión de información, capacidad de análisis y síntesis.
Reporte	20%	19-20	17-18.80	15-16.80	14-14.80	0-13.80	Habilidades para la búsqueda, procesamiento y análisis de la información procedente de diversas fuentes, conocimiento sobre el área de estudio y la profesión.
Exposición	25%	23.75-25	21.25-23.50	18.75-21	17.50-18.50	0-17.25	Capacidad de comunicación interpersonal

Total 100%						
------------	--	--	--	--	--	--

1. Fuentes de información y apoyos didácticos:

Fuentes de información:

Apoyos didácticos

<p>Mercadotecnia Fisher Laura, Espejo Jorge Edit. Mc. Graw Hill Métodos y Técnicas de Investigación Münch Galindo Lourdes, Ángeles Ernesto, Investigación de Mercados Fisher Laura, Espejo Jorge. Servicio Express de impresión S.A de C.V Manual para la presentación de anteproyectos e informes de investigación . Schmelkes Corina, Elizondo Scmelkes Nora Marketing Internacional . Silva Guerra Harold. www.soyentrepreneur.com www.entrepreneur.com www.expansión.com Revistas: • Entrepreneur • Merca2. • Administrate Hoy • Mundo Ejecutivo</p>	<p>Pizarrón Pintarron Computadora Proyector Extensión bocinas</p>
--	---

1. Calendarización de evaluación en semanas

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

TP= Tiempo planeado
ED = Evaluación diagnóstica.

TR=Tiempo real
EFn = Evaluación formativa (Competencia Especifica n).

SD = Seguimiento departamental
ES = Evaluación sumativa.

Fecha de elaboración 13 de febrero de 2022



TECNOLÓGICO
NACIONAL DE MÉXICO

MCA. María del Carmen David Miros
Nombre y firma de la profesora



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE
SAN ANDRÉS TUXTLA

LC. Manuel de Jesús Cano Bustamante
Nombre y firma de la Jefe(a) de Departamento Académico