

Tecnológico Nacional de México
Subdirección Académica
Instrumentación didáctica para la formación y desarrollo de competencias Profesionales
Periodo: AGOSTO 2023 - ENERO 2024

Nombre de la asignatura: Mezcla de Mercadotecnia
Plan de Estudios: LADM-2010-234
Clave de la asignatura: AEC-1080
Horas teoría-Horas prácticas-Créditos: 2-2-4

1. Caracterización de la asignatura

Esta asignatura aporta al perfil del egresado la capacidad para diseñar estrategias de recolección, análisis, interpretación, innovación y aplicación de la información adquirida en estrategias mercadológicas
Para integrarla se ha hecho un análisis del campo empresarial, identificando los temas de sistemas de información que tienen que saber para la aplicación en el quehacer profesional de este ingeniero.
Puesto que esta materia dará soporte a otras, más directamente vinculadas con desempeños profesionales. De manera particular, lo trabajado en esta asignatura se aplica en el sexto semestre para la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos

1. Intención didáctica:

Se recomienda dar un enfoque práctico y adecuado a la forma en que las empresas desarrollan nuevos productos que satisfagan las necesidades del consumidor, desarrollando estrategias adecuadas para su permanencia en el mercado. **El profesor debe ser un facilitador de los conocimientos y aplicar técnicas para el desarrollo de habilidades pertinentes.**
Tema 1: Conocer, analizar y aplicar los elementos comprendidos en el manejo y desarrollo de los productos
Tema 2: Identificar cada etapa del proceso de desarrollo de nuevos productos e implementar estrategias adecuadas a las diferentes etapas del ciclo de vida del producto, así como comprender la importancia de la innovación de nuevos productos.
Tema 3: Definir y comprender la importancia que tiene la fijación de precios en los productos y/o servicios
Tema 4: Identificar y analizar la importancia del diseño de los canales de distribución y los medios adecuados para una distribución física.
Tema 5: Diseñar y evaluar, las campañas de la promoción de mercadotecnia

2. Competencia de la asignatura:

Analiza y aplica los conceptos fundamentales relacionados con la mezcla de mercadotecnia en los diferentes entornos.
Identifica oportunidades y desarrolla propuestas para el diseño, rediseño y desarrollo de nuevos productos.
Diseña e implementa estrategias de mezcla de mercadotecnia basadas en el análisis de información sistemáticamente obtenida del entorno.
Diseña e implementa campañas publicitarias, promocionales y de relaciones públicas adecuadas al producto y/o servicio.

3. Análisis por competencias específicas:

Competencia No. 1 Producto Descripción Conoce, analiza y aplica los elementos comprendidos en el manejo y desarrollo de los productos.

Temas y subtemas para desarrollar la competencia específica	Actividades de aprendizaje	Actividades de enseñanza	Desarrollo de competencias genéricas	Horas teórico-práctica
1.1 El Producto y clasificaciones de productos 1.2 Características y atributos de los productos 1.3 Línea y mezcla de productos 1.4 Fases del Ciclo de vida del producto 1.5 Estrategias en las etapas del ciclo de vida de productos 1.6 Mercadotecnia de servicios 1.7 Mercadotecnia de productos internacionales	<p>El estudiante participa en el encuadre. Participa en la dinámica. Toma nota de la bibliografía, criterios de evaluación. Los estudiantes dan a conocer las expectativas del curso.</p> <p>Los estudiantes participan en las clases de los temas producto, clasificaciones de productos, características y atributos de los productos, línea y mezcla de productos, fases del ciclo de vida del producto, estrategias en las etapas en las etapas del ciclo de vida de productos, mercadotecnia de servicios, mercadotecnia de productos internacionales.</p> <p>Los estudiantes elaboran una infografía de los temas características y atributos de los productos,</p>	<p>El facilitador realiza el encuadre de la materia dando a conocer el objetivo, el temario, las reglas de trabajo, los criterios de evaluación, bibliografía etc. El facilitador pregunta las expectativas del grupo. Elabora la lista de asistencia. El facilitador mediante la técnica expositiva y plantea los temas producto, clasificaciones de productos, características y atributos de los productos, línea y mezcla de productos, fases del ciclo de vida del producto, estrategias en las etapas en las etapas del ciclo de vida de productos, mercadotecnia de servicios, mercadotecnia de productos internacionales. El facilitador solicita a los estudiantes elaboran una infografía de los temas características y atributos</p>	<p>Trabajo en equipo Capacidad para generar nuevas ideas y creatividad Capacidad para diseñar y gestionar nuevos proyectos.</p> <p>Capacidad de análisis y síntesis. Capacidad de generar nuevas ideas</p>	<p>10 (Total de horas) 5 - 5</p>

	<p>línea y mezcla de productos, poniendo ejemplos en cada una de ellas.</p> <p>Los estudiantes organizados en equipo resuelven un caso práctico y lo presentan por equipo en clases.</p> <p>Los estudiantes resuelven un examen en línea en la plataforma educativa Google classroom de los temas presentados en la unidad.</p>	<p>de los productos, línea y mezcla de productos, poniendo ejemplos en cada una de ellas.</p> <p>El facilitador organiza al grupo en equipos y solicita a los estudiantes que resuelvan un caso.</p> <p>El facilitador elabora un examen en línea en la plataforma educativa Google classroom de los temas presentados en la unidad.</p> <p>El facilitador al final hace una reflexión de las expectativas cumplidas.</p> <p>El facilitador durante este proceso retroalimentará a los estudiantes en el horario asignado de acuerdo a la materia.</p>	<p>(creatividad).</p> <p>Capacidad de análisis y síntesis. Capacidad de redactar Capacidad de trabajo en equipo.</p> <p>Conocimientos básicos de la carrera y su capacidad de aprender</p>	
--	---	--	--	--

Indicadores de Alcance	Valor de Indicador
Demuestra capacidad de análisis y síntesis. Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad).	30%
Manifiesta la capacidad de análisis y síntesis, Capacidad de redactar Capacidad de trabajo en equipo.	20%
Demuestra conocimientos básicos de la carrera y su capacidad de aprender.	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"> 1. Se adapta a situaciones y contextos complejos: Puede trabajar en equipo, refleja sus conocimientos en la interpretación de la realidad. 2. 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. 3. 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. 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. 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>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>	95-100

	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	
Infografía (lista de cotejo)	30%	25-30	19-24	12-18	6-11	0-5	Capacidad de análisis y síntesis. Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad).
Caso practico (lista de cotejo)	20%	19-20	17-18.8	15-16.8	14-14.8	0-13.8	Manifiesta la capacidad de análisis y síntesis, Capacidad de redactar Capacidad de trabajo en equipo
Examen escrito (Cuestionario)	50%	47.5-50	42.5-47	37.5-42	35-37	0-34.5	Demuestra conocimientos básicos de la carrera y su capacidad de aprender.
Total	100%	98-100	85-94	75-84	70-74	0-69	

Competencia No. 2	Desarrollo de Nuevos Productos	Descripción	Identifica cada etapa del proceso de desarrollo de nuevos productos e implementa estrategias adecuadas a las diferentes etapas del ciclo de vida del producto, así como comprende la importancia de la innovación de nuevos productos.
-------------------	--------------------------------	-------------	--

Temas y subtemas para desarrollar la competencia específica	Actividades de aprendizaje	Actividades de enseñanza	Desarrollo de competencias genéricas	Horas teórico-práctica
2.1 Conceptualización 2.2 Etapas del proceso de nuevos productos 2.3 Modificación de nuevos productos	Los estudiantes participan en las clases de los temas relativos a las etapas de nuevos productos, modificación de nuevos	El facilitador usando la técnica expositiva explica los temas relativos a los nuevos productos, modificación de nuevos		11 (Total de horas) 5 - 6

<p>2.4 Estrategias de nuevos productos 2.5 Diseño de un nuevo producto</p>	<p>productos y estrategias de nuevos productos.</p> <p>Los estudiantes elaboran un proyecto relativo al desarrollo de un producto que pretenda satisfacer una necesidad.</p> <p>Los estudiantes resuelven un examen en línea en la plataforma educativa Google classroom de los temas presentados en la unidad.</p>	<p>productos y estrategias de nuevos productos.</p> <p>El facilitador organiza a los equipos en equipos Y solicita que elaboren un proyecto relativo al desarrollo de un producto que pretenda satisfacer una necesidad.</p> <p>El facilitador elabora un examen en línea en la plataforma educativa Google classroom de los temas presentados en la unidad.</p> <p>El facilitador durante este proceso retroalimentará a los estudiantes en el horario asignado de acuerdo a la materia.</p>	<p>Trabajar en equipo Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad) Capacidad para diseñar y gestionar proyectos.</p> <p>Capacidad de aprender Conocimientos generales básicos.</p>	
--	---	---	---	--

Indicadores de Alcance	Valor de Indicador
Demuestra trabajar en equipo, Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad), Capacidad para diseñar y gestionar proyectos.	50%
Demuestra Capacidad de aprender, Conocimientos generales básicos.	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: 	95-100

		<p>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>3. 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.</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	

Proyecto desarrollo de un producto (lista de cotejo)	50%	47.5-50	42.5-47	37.5-42	35-37	0-34.5	Demuestra trabajar en equipo, Capacidad de generar nuevas ideas, (creatividad), Capacidad para diseñar y gestionar proyectos.
Examen escrito (cuestionario)	50%	47.5-50	42.5-47	37.5-42	35-37	0-34.5	Demuestra capacidad de aprender, Conocimientos generales básicos.
Total	100%	98-100	85-94	75-84	70-74	0-69	

Competencia No. 3 Precio Descripción Define y comprende la importancia que tiene la fijación de precios en los productos y/o servicios.

Temas y subtemas para desarrollar la competencia específica	Actividades de aprendizaje	Actividades de enseñanza	Desarrollo de competencias genéricas	Horas teórico-práctica
3.1 Estrategia de Precio 3.2 Concepto, naturaleza e importancia del precio 3.3 Objetivos en la fijación de precios 3.4 Factores a considerar en la fijación del precio 3.5 Métodos de fijación de precios 3.6 Estrategias y políticas en la fijación de precios 3.7 Estrategias de ajuste de precios	<p>Los estudiantes participan en las clases de los temas relativos a las estrategias de precios, naturaleza e importancia del precio, los objetivos en la fijación de precios, los factores y métodos para la fijación de precios.</p> <p>Estrategias y políticas de precio, estrategias de ajustes de precios.</p> <p>Los estudiantes organizados en equipo investigan las políticas y estrategias de fijación de precios de empresas del entorno presentando un reporte y comentando los resultados en el grupo.</p>	<p>El facilitador usando la técnica expositiva explica los temas relativos a las estrategias de precios, naturaleza e importancia del precio, los objetivos en la fijación de precios, los factores y métodos para la fijación de precios.</p> <p>Estrategias y políticas de precio, estrategias de ajustes de precios.</p> <p>El facilitador organiza al grupo en equipos para que investiguen las políticas y estrategias de fijación de precios de empresas del entorno presentando un reporte y comentando los resultados en el grupo.</p>	<p>Conocimientos generales básicos. Compromiso ético.</p>	<p>10 (Total de horas) 5 - 5</p>

	<p>Los estudiantes elaboran el diseño en la fijación del precio relativa al producto de aplicación.</p> <p>Los estudiantes resuelven un examen en línea en la plataforma educativa Google classroom de los temas presentados en la unidad</p>	<p>El facilitador solicita a los estudiantes que organizados por equipo determinen el precio del producto.</p> <p>El facilitador elabora un examen en línea en la plataforma educativa Google classroom de los temas presentados en la unidad.</p> <p>El facilitador durante este proceso retroalimentará a los estudiantes en el horario asignado de acuerdo a la materia.</p>	<p>Capacidad de investigación y análisis de los diferentes entornos de la mercadotecnia Capacidad para diseñar y gestionar proyectos.</p> <p>Capacidad de aprender Conocimientos generales básicos.</p>	
--	---	---	---	--

Indicadores de Alcance	Valor de Indicador
Demuestra conocimientos generales básicos. Compromiso ético.	20%
Demuestra Capacidad de investigación y análisis, Capacidad para diseñar y gestionar proyectos.	30%
Demuestra capacidad de aprender, Conocimientos generales básicos.	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. 	95-100

		<p>3. 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.</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	
Trabajo de investigación políticas y estrategias de fijación de precios de empresas (lista de cotejo)	20%	19-20	17-18.8	15-16.8	14-14.8	0-13.8	Demuestra conocimientos generales básicos. Compromiso ético.
Trabajo de fijación de precios (lista de cotejo)	30%	25-30	19-24	12-18	6-11	0-5	Demuestra Capacidad de investigación y análisis, Capacidad para diseñar y gestionar proyectos.
Examen escrito (cuestionario)	50%	47.5-50	42.5-47	37.5-42	35-37	0-34.5	Demuestra capacidad de aprender, Conocimientos generales básicos.
		95-100	85-94	75-84	70-74	N.A	

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

Competencia No. 4 Plaza Descripción Identifica y analiza la importancia del diseño de los canales de distribución y los medios adecuados para una distribución física.

Temas y subtemas para desarrollar la competencia específica	Actividades de aprendizaje	Actividades de enseñanza	Desarrollo de competencias genéricas	Horas teórico-práctica
4.1 Estrategias de Canales de distribución 4.2 Importancia de los canales de distribución 4.3 Comportamiento y organización del canal 4.4 Diseño de canales de distribución 4.5 Administración del canal 4.6 Distribución física 4.7 Logística y administración de la cadena de suministro	<p>Los estudiantes participan en las clases de los temas estrategias de canales de distribución, organización del canal, diseño de canales de distribución, administración del canal, distribución física, logística y administración de la cadena de suministro.</p> <p>Los estudiantes resuelven preguntas de análisis del tema canales de distribución</p> <p>Los estudiantes organizados en equipo diseñan el canal de distribución y la logística relativa al producto del proyecto de aplicación en proceso, intercambiando las experiencias en el grupo.</p>	<p>El facilitador mediante la técnica expositiva plantea los temas de estrategias de canales de distribución, organización del canal, diseño de canales de distribución administración del canal, distribución física, logística y administración de la cadena de suministro.</p> <p>El facilitador proporciona preguntas de análisis del tema de canales de distribución</p> <p>El facilitador organiza al grupo en equipos para que diseñen el canal de distribución que utilizaran en el proyecto de aplicación.</p> <p>El facilitador elabora un</p>	<p>Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica. Capacidad de análisis y síntesis.</p> <p>Habilidades de gestión de formación (habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas. Capacidad de aprender.</p> <p>Capacidad de aplicar los</p>	11 (Total de horas) 5 - 6

	Los estudiantes resuelven un examen en línea en la plataforma educativa Google classroom de los temas presentados en la unidad.	examen en línea en la plataforma educativa Google classroom de los temas presentados en la unidad El facilitador durante este proceso retroalimentará a los estudiantes en el horario asignado de acuerdo a la materia.	conocimientos en la práctica.	
--	---	--	-------------------------------	--

Indicadores de Alcance	Valor de Indicador
Demuestra capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica. Capacidad de análisis y síntesis.	20%
Demuestra habilidades de gestión de formación (habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas. Capacidad de aprender.	30%
Demuestra capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.	50%

Niveles de desempeño (4.10):

Desempeño	Nivel de desempeño	Indicadores de Alcance	Valoración numérica
Competencia Alcanzada	Excelente	Cumple al menos 5 de los siguientes indicadores 1. Se adapta a situaciones y contextos complejos: Puede trabajar en equipo, refleja sus conocimientos en la interpretación de la realidad. 2. 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. 3. 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. 4. Introduce recursos y experiencias que promueven un	95-100

		<p>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	
Trabajo de Análisis de caso (lista de cotejo)	20%	19-20	17-18.8	15-16.8	14-14.8	0-13.8	Demuestra capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica. Capacidad de análisis y síntesis.
Trabajo de Diseño del canal de distribución (lista de cotejo)	30%	25-30	19-24	12-18	6-11	0-5	Demuestra habilidades de gestión de formación (habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas. Capacidad de aprender
Examen escrito (cuestionario)	50%	76-80	68-75.2	60-62.2	56-59.2	0-55.2	Demuestra capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
Total	100%	95-100	85-94	75-84	70-74	N.A	

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.

Competencia No. 5 Promoción Descripción Diseña y evalúa, las campañas de la promoción de mercadotecnia.

Temas y subtemas para desarrollar la competencia específica	Actividades de aprendizaje	Actividades de enseñanza	Desarrollo de competencias genéricas	Horas teórico-práctica
5.1 Estrategias de promoción 5.2 Comunicación integral de la mercadotecnia 5.3 Publicidad 5.3.1 Objetivos de la Publicidad 5.3.2 Herramientas 5.3.3 La estrategia de Publicidad 5.3.4 Evaluación de un programa de publicidad 5.4 Promoción de ventas 5.4.1 Objetivos de la promoción de ventas 5.4.2 Herramientas de promoción de ventas 5.4.3 Evaluación de un programa de la promoción de ventas 5.5 Relaciones Públicas 5.5.1 Relaciones públicas en la mercadotecnia	<p>Los estudiantes participan en las clases de los temas de técnica expositiva da a conocer las estrategias de promoción, comunicación integral, publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas.</p> <p>Los estudiantes resuelven un caso de estrategia de comunicación integral. Dicha actividad deberán subirla a la plataforma educativa indicada, Google classroom</p> <p>Los estudiantes integrados en equipo diseñan el programa de comunicación integral de mercadotecnia para el proyecto de aplicación</p> <p>Los estudiantes resuelven</p>	<p>El facilitador mediante la técnica expositiva da a conocer las estrategias de promoción, comunicación integral, publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas.</p> <p>El facilitador solicita a los estudiantes que analicen Casos de estrategia de comunicación integral. Dicha actividad deberán subirla a la plataforma educativa indicada, Google classroom</p> <p>El facilitador organiza al grupo en equipos y solicita a los estudiantes que diseñen el programa de comunicación integral de mercadotecnia para el producto del proyecto de aplicación.</p> <p>El facilitador elabora un</p>	<p>Habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas. Capacidad de aprender</p> <p>Capacidad para generar ideas creativas Capacidad para diseñar y gestionar proyectos</p> <p>Capacidad de aplicar los</p>	<p>13 (Total de horas) 6 - 7</p>

	un examen en línea en la plataforma educativa Google classroom de los temas presentados en la unidad.	examen en línea en la plataforma educativa Google classroom de los temas presentados en la unidad El facilitador durante este proceso retroalimentará a los estudiantes en el horario asignado de acuerdo a la materia.	conocimientos en la práctica.	
--	---	--	-------------------------------	--

Indicadores de Alcance	Valor de Indicador
Demuestra habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas. Capacidad de aprender.	20%
Demuestra capacidad para generar ideas creativas, Capacidad para diseñar y gestionar proyectos.	30%
Demuestra capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.	50%

Niveles de desempeño

Desempeño	Nivel de desempeño	Indicadores de Alcance	Valoración numérica
Competencia Alcanzada	Excelente	Cumple al menos 5 de los siguientes indicadores 1. Se adapta a situaciones y contextos complejos: Puede trabajar en equipo, refleja sus conocimientos en la interpretación de la realidad. 2. 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. 3. 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. 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	95-100

		futuro dicho tema. Se apoya en foros, autores, bibliografía, documentales, etc. para sustentar su punto de vista. 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. 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	
	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		N. A.

Matriz de Evaluación (4.11):

Evidencia de Aprendizaje	%	Indicador de Alcance					Evaluación formativa de la competencia
		A	B	C	D	N	
Trabajo de análisis de casos (Lista de cotejo del reporte)	20%	19-20	17-18.8	15-16.8	14-14.8	0-13.8	Demuestra habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas. Capacidad de aprender.
Trabajo del programa de comunicación integral de mercadotecnia para el producto del proyecto de aplicación. (Lista de cotejo)	30%	25-30	19-24	12-18	6-11	0-5	Demuestra capacidad para generar ideas creativas, Capacidad para diseñar y gestionar proyectos.
Examen escrito (cuestionario)	50%	47.5-50	42.5-47	37.5-42	35-37	0-34.5	Demuestra capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
Total	100%	95-100	85-94	75-84	70-74	N.A	

1. Fuentes de información y apoyos didácticos:

Fuentes de información:

Fischer, L., Espejo, J. Casos de Mercadotecnia. Editorial Mc. Graw-Hill. México: 2008.
Kotler, P. Dirección de Marketing. 12ª. edición. Editorial Prentice Hall. México: 2006.
Kotler, P. y Armstrong, G. Marketing para Latinoamérica. 11ª. edición.

Apoyos didácticos

Internet
Computadora
Cañon proyector

Editorial Pearson-
Prentice Hall. México: 2007 Laura Fisher, Mercadotecnia, 3ª. Ed. Mc
Graw Hill México 2004.

2. Calendarización de evaluación en semanas

Semana	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
TP	ED		EFn1				EFn2		EFn3			EFn4				EFn5 ES
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: 28 de agosto de 2023

M.C.A. PATRICIA ELIZABETH DAVID MIROS
Nombre y firma de la profesora

L.C. MANUEL DE JESUS CANO BUSTAMANTE
Nombre y firma del Jefe de Departamento Académico.