

Tecnológico Nacional de México
Subdirección Académica
Instrumentación didáctica para la formación y desarrollo de competencias Profesionales

Periodo: FEBRERO – JUNIO 2024

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	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. Introducción a la mercadotecnia 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.	<ul style="list-style-type: none"> • Investigar en equipo la historia de la mercadotecnia en diferentes fuentes de información para generar una línea de tiempo creativa y se exponga ante el grupo. • Investigar de manera individual, en diferentes fuentes de información la conceptualización e importancia de la mercadotecnia, compararlas y a partir de ello, generar sus propios conceptos. • En reunión plenaria cada uno debe presentar sus conceptos para elaborar y construir uno general con las aportaciones del grupo. • Diseñar un cuadro comparativo con los distintos 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 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuadre. Al inicio del curso se informa al alumno el contenido del programa, competencia general, así como cada competencia por unidad temática, criterios de evaluación de la asignatura, y posterior a ello se aplica la evaluación diagnóstica. • 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. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de Análisis y síntesis. • Capacidad de organizar y planificar. • Trabajo en equipo. • Compromiso ético. • Capacidad de comunicación 	12 – 8

	clase analizarlos y discutirlos con su equipo para redactar su conclusión misma que deberá exponer ante el grupo.			
--	---	--	--	--

Indicadores de Alcance	Valor de Indicador
El alumno cuenta con la habilidad para buscar, analizar y sintetizar información para cubrir con los requisitos que una investigación documental requiere.	20 %
Discusión grupal de resultados con la finalidad de conocer diversos puntos de vista acerca de la consultoría de empresas	20 %
Demuestra la capacidad de análisis y síntesis de información	20 %
Demuestra conocimientos de los concepto aprendidos durante el desarrollo de la unidad	40 %

Niveles de desempeño:

Desempeño	Nivel de desempeño	Indicadores de Alcance	Valoración numérica
Competencia Alcanzada	Excelente	<p>Cumple al menos cinco de los siguientes indicadores</p> <p>a) Se adapta a situaciones y contextos complejos. Puede trabajar en equipo, reflejar sus conocimientos en la interpretación de la realidad. Inferir comportamientos o consecuencias de los fenómenos o problemas en estudio. Incluir más variables en dichos casos de estudio.</p> <p>b) 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 complementan al presentado en la clase. Presenta fuentes de información adicionales (Internet, documentales), usa más bibliografía, consulta fuentes en un segundo idioma, etc.</p> <p>c) Propone y/o explica soluciones o procedimientos no vistos en clase (creatividad). Ante problemas o casos 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>d) Introduce recursos y experiencias que promueven un pensamiento crítico; (por ejemplo el uso de las tecnologías de la información estableciendo previamente un criterio). Ante temas de una asignatura,</p>	95-100

		<p>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>e) Incorpora conocimientos y actividades interdisciplinarias en su aprendizaje. En el desarrollo de los temas de la asignatura, incorpora conocimientos y actividades desarrollados en otras asignaturas para lograr la competencia.</p> <p>f) 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. Aprovecha la planeación de la asignatura presentada por el (la) profesor(a) (instrumentación didáctica) para presentar propuestas de mejora de la temática vista durante el curso. Realiza actividades de investigación para participar activamente 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	
Línea del tiempo (lista de cotejo)	20%	19-20	17-18.8	15-16.8	14-14.8	0-13.8	El alumno cuenta con la habilidad para buscar, analizar y sintetizar información para cubrir con los requisitos que una investigación documental requiere.
Investigación documental e internet (lista de cotejo)	20%	19-20	17-18.8	15-16.8	14-14.8	0-13.8	El alumno cuenta con la habilidad para buscar, analizar y sintetizar información para cubrir con los requisitos que una investigación documental requiere.

Cuadro comparativo (lista de cotejo)	20%	19-20	17-18.8	15-16.8	14-14.8	0-13.8	Demuestra la capacidad de análisis y síntesis de información
Examen escrito	40%	38-40	34-37.6	30-33.6	28-29.6	0-27.6	Demuestra conocimientos de los concepto aprendidos durante el desarrollo de la unidad
Total	100%	95-100	85-94	75-84	70-74	NA	

Competencia No. 2 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. Administración de la mercadotecnia 2.1 Etapas y elementos del Proceso de Consultoría. 2.1.1. Iniciación 2.1.1.1 Contacto inicial 2.1.1.2 Diagnóstico Preliminar 2.1.1.3. Estrategia y planificación de la tarea 2.1.1.4 Presentación de propuesta al cliente 2.1.1.5 Contrato de consultoría 2.1.2 Diagnóstico 2.1.2.1 Situación de hechos 2.1.2.2 Análisis de los hechos e identificación de problemáticas 2.8 Resultados preliminares al cliente 2.1.3. planificación de propuestas de solución 2.1.4. Implantación de la consultoría 2.1.4.1 Supervisión de acciones 2.1.4.2 Presentación del Informe 2.1.5 Terminación	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar en forma individual un mapa conceptual del proceso 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. (incluyendo planes, presupuestos y programas); discutir los diferentes artículos en equipos y en base a ellos redactar una conclusión y un ejemplo propio. (ésta actividad se repetirá con cada uno de las etapas del proceso administrativo). • Cada equipo deberá presentar al grupo el producto obtenido de cada una de las etapas de la investigación anterior. 	<ul style="list-style-type: none"> • Propiciar actividades de búsqueda, selección y análisis de información en distintas fuentes. • Fomentar actividades grupales que propicien la comunicación, el intercambio argumentado de ideas, la reflexión, la integración y la colaboración de y entre los estudiantes. • Propiciar el uso de las nuevas tecnologías en el desarrollo de los contenidos de la asignatura. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de investigación. • Capacidad de comunicación. • Trabajo en equipo 	8 – 6

2.1.5.1.Evaluación de resultados				
2.1.5.2.Cierre de la consultoría				

Indicadores de Alcance	Valor de Indicador
El alumno cuenta con la habilidad para buscar, analizar y sintetizar información para cubrir con los requisitos que una investigación documental requiere.	15 %
Capacidad de toma de decisión, planificar, organizar y comunicación oral y escrita y de mediante las TIC's	15 %
Discusión grupal de resultados con la finalidad de conocer diversos puntos de vista acerca de la consultoría de empresas	15 %
Demuestra la capacidad de análisis y síntesis de información	15 %
Demuestra conocimientos de los concepto aprendidos durante el desarrollo de la unidad	40 %

Desempeño	Nivel de desempeño	Indicadores de Alcance	Valoración numérica
Competencia Alcanzada	Excelente	<p>Cumple al menos cinco de los siguientes indicadores</p> <p>a) Se adapta a situaciones y contextos complejos. Puede trabajar en equipo, reflejar sus conocimientos en la interpretación de la realidad. Inferir comportamientos o consecuencias de los fenómenos o problemas en estudio. Incluir más variables en dichos casos de estudio.</p> <p>b) 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 complementan al presentado en la clase. Presenta fuentes de información adicionales (Internet, documentales), usa más bibliografía, consulta fuentes en un segundo idioma, etc.</p> <p>c) Propone y/o explica soluciones o procedimientos no vistos en clase (creatividad). Ante problemas o casos 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>d) Introduce recursos y experiencias que promueven un pensamiento crítico; (por ejemplo el uso de las tecnologías de la información estableciendo previamente un criterio). Ante temas de una 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.</p>	95-100

		para sustentar su punto de vista. e) Incorpora conocimientos y actividades interdisciplinarias en su aprendizaje. En el desarrollo de los temas de la asignatura, incorpora conocimientos y actividades desarrollados en otras asignaturas para lograr la competencia. f) 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. Aprovecha la planeación de la asignatura presentada por el (la) profesor(a) (instrumentación didáctica) para presentar propuestas de mejora de la temática vista durante el curso. Realiza actividades de investigación para participar activamente 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 (4.11):

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	El alumno cuenta con la habilidad para buscar, analizar y sintetizar información para cubrir con los requisitos que una investigación documental requiere.
Mapa conceptual (lista de cotejo)	15%	14.25-15	12.75-14.10	11.25-12.60	10.50-11.10	0-10.35	Capacidad de toma de decisión, planificar, organizar y comunicación oral y escrita y de mediante las TIC's
Investigación de campo para la detección de la utilización del Proceso Administrativo	15%	14.25-15	12.75-14.10	11.25-12.60	10.50-11.10	0-10.35	El alumno debe aplicar conocimientos previos que le permitan obtener información de forma directa e indirecta de problemáticas empresariales del entorno.
Presentación de un informe de resultados	15%	14.25-15	12.75-	11.25-	10.50-	0-10.35	Capacidad de redacción ejecutiva de informes

de forma digital (lista de cotejo)			14.10	12.60	11.10		
Exposición de los resultados ante el grupo (lista de cotejo)	40%	38-40	34-37.6	30-33.6	28-29.6	0-27.6	Demuestra la capacidad de análisis y síntesis de información mediante la presentación ejecutiva de informes
Total	100 %	95-100	85-94	75-84	70-74	NA	

Competencia No. 3 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
<p>3. Ambiente de la mercadotecnia.</p> <p>3.1. Ambiente interno</p> <p>3.2. Ambiente externo</p> <p>3.3 Impacto del ambiente en la toma de decisiones mercadológicas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Investigar en forma individual en distintas fuentes de información 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 clarificar la forma en que los factores del ambiente interno y externo influyen en las decisiones de mercadotecnia. 	<ul style="list-style-type: none"> 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. 	<ul style="list-style-type: none"> Habilidad de gestión de información. Comunicación oral y escrita. Trabajo en equipo. Capacidad de investigar. Capacidad de Análisis y síntesis 	9 – 6

Indicadores de Alcance	Valor de Indicador
El alumno cuenta con la habilidad para buscar, analizar y sintetizar información para cubrir con los requisitos que una investigación documental requiere.	15 %
Demuestra la capacidad de análisis y síntesis de información	15 %
Capacidad de toma de decisión, planificar, organizar, comunicación oral y escrita y mediante las TIC's	15 %
Discusión grupal de resultados con la finalidad de conocer diversos puntos de vista acerca de los factores que influyen en las decisiones de mercadotecnia.	15 %
Demuestra conocimientos de los concepto aprendidos durante el desarrollo de la unidad	40 %

Niveles de desempeño (4.10):

Desempeño	Nivel de desempeño	Indicadores de Alcance	Valoración numérica
Competencia Alcanzada	Excelente	<p>Cumple al menos cinco de los siguientes indicadores</p> <p>a) Se adapta a situaciones y contextos complejos. Puede trabajar en equipo, reflejar sus conocimientos en la interpretación de la realidad. Inferir comportamientos o consecuencias de los fenómenos o problemas en estudio. Incluir más variables en dichos casos de estudio.</p> <p>b) 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 complementan al presentado en la clase. Presenta fuentes de información adicionales (Internet, documentales), usa más bibliografía, consulta fuentes en un segundo idioma, etc.</p> <p>c) Propone y/o explica soluciones o procedimientos no vistos en clase (creatividad). Ante problemas o casos 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>d) Introduce recursos y experiencias que promueven un pensamiento crítico; (por ejemplo el uso de las tecnologías de la información estableciendo previamente un criterio). Ante temas de una 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>e) Incorpora conocimientos y actividades interdisciplinarias en su aprendizaje. En el desarrollo de los temas de la asignatura, incorpora conocimientos y actividades desarrollados en otras asignaturas para lograr la competencia.</p> <p>f) 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. Aprovecha la planeación de la asignatura presentada por el</p>	95-100

		(la) profesor(a) (instrumentación didáctica) para presentar propuestas de mejora de la temática vista durante el curso. Realiza actividades de investigación para participar activamente 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 (4.11):

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	El alumno cuenta con la habilidad para buscar, analizar y sintetizar información para cubrir con los requisitos que una investigación documental requiere.
Reporte (lista de cotejo)	15%	14.25-15	12.75-14.10	11.25-12.60	10.50-11.10	0-10.35	Demuestra la capacidad de análisis y síntesis de información
Grafico (lista de cotejo)	15%	14.25-15	12.75-14.10	11.25-12.60	10.50-11.10	0-10.35	Capacidad de toma de decisión, planificar, organizar, comunicación oral y escrita y mediante las TIC's
Debate (lista de cotejo)	15%	14.25-15	12.75-14.10	11.25-12.60	10.50-11.10	0-10.35	Discusión grupal de resultados con la finalidad de conocer diversos puntos de vista acerca de los factores que influyen en las decisiones de mercadotecnia.
Examen escrito	40%	38-40	34-37.6	30-33.6	28-29.6	0-27.6	Demuestra conocimientos de los concepto aprendidos durante el desarrollo de la unidad
Total	100 %	95-100	85-94	75-84	70-74	NA	

Competencia No. 4 Descripción Aplica los criterios y variables que integran la 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
<p>1. Clasificación de los mercados y su segmentación</p> <p>4.1 Concepto de mercado</p> <p>4.2 Tipos de mercados y sus características.</p> <p>4.3. Segmentación de mercados</p> <p>4.4. Posicionamiento.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Investigar en forma individual los conceptos de mercado (3 autores distintos). • Identificar los elementos comunes en cada concepto y elaborar el propio. • En plenaria, 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, criterios para segmentar, y los diferentes tipos de segmentación de mercado. • Exponer al grupo lo investigado. 	<ul style="list-style-type: none"> • 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. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de Análisis y síntesis. • Capacidad de organizar y planificar. • Trabajo en equipo. • Compromiso ético. • Capacidad de comunicación 	7 – 6

Indicadores de Alcance (4.8)	Valor de Indicador ((4.9)
El alumno cuenta con la habilidad para buscar, analizar y sintetizar información para cubrir con los requisitos que una investigación documental requiere.	15 %
El alumno cuenta con la habilidad para buscar, analizar y sintetizar información para cubrir con los requisitos que una investigación documental requiere.	15 %

Discusión grupal de resultados con la finalidad de conocer diversos puntos de vista acerca de la consultoría de empresas	15 %
Demuestra la capacidad de análisis y síntesis de información	15 %
Demuestra conocimientos de los conceptos aprendidos durante el desarrollo de la unidad	40 %

Niveles de desempeño (4.10):

Desempeño	Nivel de desempeño	Indicadores de Alcance	Valoración numérica
Competencia Alcanzada	Excelente	<p>Cumple al menos cinco de los siguientes indicadores</p> <p>a) Se adapta a situaciones y contextos complejos. Puede trabajar en equipo, reflejar sus conocimientos en la interpretación de la realidad. Inferir comportamientos o consecuencias de los fenómenos o problemas en estudio. Incluir más variables en dichos casos de estudio.</p> <p>b) 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 complementan al presentado en la clase. Presenta fuentes de información adicionales (Internet, documentales), usa más bibliografía, consulta fuentes en un segundo idioma, etc.</p> <p>c) Propone y/o explica soluciones o procedimientos no vistos en clase (creatividad). Ante problemas o casos 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>d) Introduce recursos y experiencias que promueven un pensamiento crítico; (por ejemplo el uso de las tecnologías de la información estableciendo previamente un criterio). Ante temas de una 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>e) Incorpora conocimientos y actividades interdisciplinarias en su aprendizaje. En el desarrollo de los temas de la asignatura, incorpora conocimientos y</p>	95-100

		actividades desarrollados en otras asignaturas para lograr la competencia. f) 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. Aprovecha la planeación de la asignatura presentada por el (la) profesor(a) (instrumentación didáctica) para presentar propuestas de mejora de la temática vista durante el curso. Realiza actividades de investigación para participar activamente 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 (4.11):

Evidencia de Aprendizaje	%	Indicador de Alcance					Evaluación formativa de la competencia
		A	B	C	D	N	
Investigación documental e internet (lista de cotejo)	15%	14.25-15	12.75-14.10	11.25-12.60	10.50-11.10	0-10.35	El alumno cuenta con la habilidad para buscar, analizar y sintetizar información para cubrir con los requisitos que una investigación documental requiere.
Cuadro comparativo (lista de cotejo)	15%	14.25-15	12.75-14.10	11.25-12.60	10.50-11.10	0-10.35	El alumno cuenta con la habilidad para buscar, analizar y sintetizar información para cubrir con los requisitos que una investigación documental requiere.
Investigación documental e internet (lista de cotejo)	15%	14.25-15	12.75-14.10	11.25-12.60	10.50-11.10	0-10.35	El alumno cuenta con la habilidad para buscar, analizar y sintetizar información para cubrir con los requisitos que una investigación documental requiere.

Cuadro comparativo (lista de cotejo)	15%	14.25-15	12.75-14.10	11.25-12.60	10.50-11.10	0-10.35	Demuestra la capacidad de análisis y síntesis de información
Examen escrito	40%	38-40	34-37.6	30-33.6	28-29.6	0-27.6	Demuestra conocimientos de los conceptos aprendidos durante el desarrollo de la unidad
Total	100 %	95-100	85-94	75-84	70-74	NA	

Competencia No.	5	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
<p>5. Comportamiento del consumidor</p> <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>	<ul style="list-style-type: none"> Investigar en forma individual los modelos del proceso de decisión de compra de los consumidores y elaborar un gráfico de cada uno. Investigar en equipo los factores que influyen en el proceso de decisión de compra de los consumidores y exponer al grupo lo investigado. Elaborar de manera individual un cuadro comparativo de los factores expuestos. Investigar en equipo la influencia que tienen las diversas fuentes de información en el comportamiento de compra del consumidor y 	<ul style="list-style-type: none"> 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. 	<ul style="list-style-type: none"> Habilidad de gestión de información. Comunicación oral y escrita. Trabajo en equipo. Capacidad de investigar. Capacidad de Análisis y síntesis 	9 – 6

	presentar los resultados al grupo.			
--	------------------------------------	--	--	--

Indicadores de Alcance (4.8)	Valor de Indicador ((4.9)
El alumno cuenta con la habilidad para buscar, analizar y sintetizar información para cubrir con los requisitos que una investigación documental requiere.	15 %
El alumno cuenta con la habilidad para buscar, analizar y sintetizar información para cubrir con los requisitos que una investigación documental requiere.	15 %
Discusión grupal de resultados con la finalidad de conocer diversos puntos de vista acerca de la consultoría de empresas	15 %
Demuestra la capacidad de análisis y síntesis de información	15 %
Demuestra conocimientos de los concepto aprendidos durante el desarrollo de la unidad	40 %

Niveles de desempeño (4.10):

Desempeño	Nivel de desempeño	Indicadores de Alcance	Valoración numérica
Competencia Alcanzada	Excelente	<p>Cumple al menos cinco de los siguientes indicadores</p> <p>a) Se adapta a situaciones y contextos complejos. Puede trabajar en equipo, reflejar sus conocimientos en la interpretación de la realidad. Inferir comportamientos o consecuencias de los fenómenos o problemas en estudio. Incluir más variables en dichos casos de estudio.</p> <p>b) 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 complementan al presentado en la clase. Presenta fuentes de información adicionales (Internet, documentales), usa más bibliografía, consulta fuentes en un segundo idioma, etc.</p> <p>c) Propone y/o explica soluciones o procedimientos no vistos en clase (creatividad). Ante problemas o casos 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>d) Introduce recursos y experiencias que promueven un pensamiento crítico; (por ejemplo el uso de las tecnologías de la información estableciendo previamente un criterio). Ante temas de una asignatura,</p>	95-100

		<p>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>e) Incorpora conocimientos y actividades interdisciplinarias en su aprendizaje. En el desarrollo de los temas de la asignatura, incorpora conocimientos y actividades desarrollados en otras asignaturas para lograr la competencia.</p> <p>f) 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. Aprovecha la planeación de la asignatura presentada por el (la) profesor(a) (instrumentación didáctica) para presentar propuestas de mejora de la temática vista durante el curso. Realiza actividades de investigación para participar activamente 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 documental e internet (lista de cotejo)	15%	14.25-15	12.75-14.10	11.25-12.60	10.50-11.10	0-10.35	El alumno cuenta con la habilidad para buscar, analizar y sintetizar información para cubrir con los requisitos que una investigación documental requiere.

Investigación documental e internet (lista de cotejo)	15%	14.25-15	12.75-14.10	11.25-12.60	10.50-11.10	0-10.35	El alumno cuenta con la habilidad para buscar, analizar y sintetizar información para cubrir con los requisitos que una investigación documental requiere.
Investigación documental e internet (lista de cotejo)	15%	14.25-15	12.75-14.10	11.25-12.60	10.50-11.10	0-10.35	Discusión grupal de resultados con la finalidad de conocer diversos puntos de vista acerca de la consultoría de empresas
Plenaria (lista de cotejo)	15%	14.25-15	12.75-14.10	11.25-12.60	10.50-11.10	0-10.35	Demuestra la capacidad de análisis y síntesis de información
Examen escrito	40%	38-40	34-37.6	30-33.6	28-29.6	0-27.6	Demuestra conocimientos de los conceptos aprendidos durante el desarrollo de la unidad
Total	100 %	95-100	85-94	75-84	70-74	NA	

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.

5. Fuentes de información y apoyos didácticos:

Fuentes de información:

1. Fischer, L. y Espejo, J. (2011). Mercadotecnia. Cuarta edición. Editorial Mc. Graw Hill. México.
2. Kotler, P. y Armstrong, G. (2007). Marketing para Latinoamérica. Decima primera Edición. Editorial Pearson-Prentice Hall, México.
3. Stanton, W, Michael, J.E. y otros. (2007). Fundamentos de Marketing. Editorial Mc. Graw Hill. México.

Apoyos didácticos

Mesas
Sillas
Computadora personal
Fotocopias
Cañón
Pizarrón blanco
Pintarrones

1. Calendarización de evaluación en semanas (6)

Semana	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
TP	ED			EFn			EFn			EFn			EFn			EFn
TR																
SD					SD				SD				SD			SD

TP: Tiempo Planeado
ED: Evaluación diagnóstica

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

SD: Seguimiento departamental
ES: Evaluación sumativa

Fecha de elaboración 29 DE ENERO DE 2024

MCA. LUCILA MARÍN SANTOS
Nombre y firma del (de la) profesor(a)

CP. MANUEL DE JESÚS CANO BUSTAMANTE
Nombre y firma del(de la) Jefe(a) de Departamento Académico