**Tecnológico Nacional de México Subdirección Académica**

**Instrumentación didáctica para la formación y desarrollo de competencias Profesionales Periodo: Febrero-Junio 2025**

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.

1. **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.

1. **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.

1. **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 trascendía 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. Antecedentes de la mercadotecnia.   2. Conceptos de mercadotecnia.   3. Campo de acción de la mercadotecnia.   1.4 Importancia de la mercadotecnia en el  desarrollo de las organizaciones.   * 1. 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  Diseñar un cuadro comparativo de los 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. | 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. **plataforma google classroom** para su evaluación.  El facilitador solicita a los estudiantes investigar los campos de acción y organiza una plenaria, la cual es expuesta en clases.  El facilitador solicita a los estudiantes realizar un cuadro comparativo, de los distintos enfoques de aprendizaje, mismo que es subido a la **plataforma google clasroom** 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 | Capacidad de Análisis y síntesis. Capacidad de  organizar y planificar. Trabajo en equipo.  Compromiso ético. Capacidad de comunicación | 9-10 horas |

|  |  |
| --- | --- |
| Indicadores de Alcance | Valor de Indicador |
| Analiza la información realizando la elaboración de esquemas. | 15% |
| Describe las ideas principales del tema, no tiene faltas de ortografía, | 15% |
| Organiza la información realizando la elaboración de esquemas. | 15% |
| Capacidad de comunicación, habilidad de gestión de la información | 25% |
| Aplicación de conocimientos teórico prácticos | 30% |

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 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. | 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 |
| Elaboración de mapa conceptual lista de cotejo | 15% | 14.25-15 | 12.75-14.10 | 11.25-12.60 | 10.50-11.10 | 0-10.35 | Analiza la información realizando la elaboración de esquemas. |
| Elaboración línea del tiempo , lista de cotejo | 15% | 14.25-15 | 12.75-14.10 | 11.25-12.60 | 10.50-11.10 | 0-10.35 | Describe las ideas principales del tema, no tiene faltas de ortografía, |
| Elaboración de cuadro comparativo, lista de cotejo | 15% | 14.25-15 | 12.75-14.10 | 11.25-12.60 | 10.50-11.10 | 0-10.35 | Organiza la información realizando la elaboración de esquemas describe las ideas principales del tema, no tiene faltas de ortografía, |
| Plenaria (Guía de observación) | 25% | 23.75-25 | 21.25-23.50 | 18.75-21 | 17.50-18.50 | 0-17.25 | Capacidad de comunicación, habilidad de gestión de la información |
| Reporte (lista de cotejo) | 30% | 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.  2.2. Planeación de la mercadotecnia  2.3. Organización de la mercadotecnia.  2.4. Dirección de la mercadotecnia.  2.5 Control de la mercadotecnia. | 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.  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. | El facilitador realizara el encuadre mencionando el nombre de la materia, objetivo, el temario, la mecánica de trabajo, y los criterios de evaluación.  El facilitador solicita a los estudiantes elaborar un mapa conceptual, el cual es evaluado a través de la **plataforma google classrrom**.  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**.  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 | Capacidad de investigación.  Capacidad de comunicación.  Trabajo en equipo | 7-7 horas |

|  |  |
| --- | --- |
| 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 Información procedente de diversas fuentes. Habilidad de investigación. | 20% |
| 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 | 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 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. | 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 |
| Elaboración de Mapa conceptual ( lista de coetejo) | 10% | 9.50-10 | 8.50-9.40 | 7.50-8.40 | 7-7.40 | 0.6.90 | Analiza la información realizando la elaboración de esquemas describe las ideas principales del tema, no tiene faltas de ortografía, |
| Investigación (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. Habilidad de investigación. |
| Ejercicios Prácticos (lista de cotejo) | 70% | 66.50-70 | 59.50-66.80 | 52.50-58.80 | 49-51.80 | 0-48.50 | Aplica los conocimientos teórico práctico, del entorno actual. Demuestra conocimiento y dominio de los temas abordados en la unidad. |
| Total  100% | |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Competencia No. | 3 | Ambiente de la Mercadotecnia | Descripción | Iidentifica 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 clarificar la forma en que los factores del ambiente interno y externo influyen  en las decisiones de mercadotecnia. | El facilitador realizara 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 realizaran una 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 | Habilidad de gestión de información.  Comunicación oral y escrita. Trabajo en equipo.  Capacidad de investigar. Capacidad de Análisis y  Síntesis | 7-8 horas |

|  |  |
| --- | --- |
| 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% |
| 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 | 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 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. | 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 |
| 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 sus características.  4.3. Segmentación de mercados  4.4. Posicionamiento | Investigar en forma individual los conceptos 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 | El facilitador realizara el encuadre mencionando el nombre de la materia, objetivo, el temario, la mecánica de trabajo, y los criterios de evaluación, etc.  El facilitador solicitara una investigación de 5 definiciones de mercado de diferentes autores y elaborar la definición propia, misma que se evaluara 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 solicitara 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 integrara en equipos de trabajo en donde los integrantes exponen los temas abordados en el **salón de clases.**  El facilitador guiara estas actividades y despejará las dudas que puedan presentarse | Habilidad de gestión de información.  Comunicación oral y escrita. Trabajo en equipo.  Capacidad de investigar. Capacidad de Análisis y  síntesis | 7-7horas |

|  |  |
| --- | --- |
| 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 | 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 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. | 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 |
| 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 |
| 5.1. Factores que influyen en el comportamiento  del consumidor. (Psicológicos, fisiológicos,  sociológicos y situacionales).  5.2. Modelos del proceso de decisión de compra.  5.3. Funciones de compra. | 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  presentar los resultados al grupo. | El facilitador realizara el encuadre mencionando el nombre de la materia, objetivo, el temario, la mecánica de trabajo, y los criterios de evaluación, etc.  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 clasrroom**  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**  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.**  El facilitador guiara estas actividades y despejará las dudas que puedan presentarse | Habilidad de gestión de información.  Comunicación oral y escrita.  Trabajo en equipo.  Capacidad de investigar. Capacidad de Análisis y  síntesis | 7-7 horas |

|  |  |
| --- | --- |
| Indicadores de Alcance | Valor de Indicador |
| Habilidades para la búsqueda, procesamiento y análisis de la Información procedente de diversas | 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. | 25% |
| Capacidad de comunicación interpersonal | 40% |

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 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. | 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 |
| 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 |
| 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 | 25% | 23.75-25 | 21.25-23.50 | 18.75-21 | 17.50-18.50 | 0-17.25 | Habilidades para la búsqueda, procesamiento y análisis de la  información procedente de diversas fuentes, conocimiento sobre el área de  estudio y la profesión. |
| Exposición | 40% | 30-40 | 27-28.80 | 25-26.80 | 24-24.80 | 0-23.80 | Capacidad de comunicación interpersonal |
| Total  100% | |  |  |  |  |  |  |

1. Fuentes de información y apoyos didácticos:

|  |  |
| --- | --- |
| Fuentes de información: | Apoyos didácticos |
| 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 | Pizarrón  Pintarron  Computadora  Proyector  Extensión  bocinas |

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 específica n)

SD: Seguimiento departamental

ES: Evaluación sumativa

|  |  |
| --- | --- |
| Fecha de elaboración | 27 de Enero de 2025 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| MCA. María del Carmen David Miros |  | LAE. Renata Ramos Moreno |
| Nombre y firma de la profesora |  | Nombre y firma de la Jefe(a) de Departamento Académico |