

Periodo Febrero. Junio 2026

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:

Esta asignatura aporta al perfil del licenciado en administración: 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.

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.

La importancia de la asignatura. 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.

En qué consiste la asignatura. Introducción de la mercadotecnia, Administración de la mercadotecnia, Ambiente de la Mercadotecnia, Clasificación de los mercados y su segmentación y Comportamiento del consumidor.

Con qué otras asignaturas se relacionan. Se relaciona con las materias de Teoría General de la Administración, Función administrativa I y II, Comunicación corporativa, Mezcla de mercadotecnia, Innovación y Emprendedurismo, Plan de Negocios, Formulación y evaluación de proyectos, taller de habilidades para la comunicación efectiva, formulación y Evaluación de Proyectos.

### 2. Intención didáctica:

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

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.

La manera de abordar los contenidos:

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.

Fundamentación: marco referencial (teórico, conceptual, contextual, legal) en el cual se fundamenta el proyecto de acuerdo con un diagnóstico realizado, mismo que permite a los estudiantes lograr la comprensión de la realidad o situación objeto de estudio para definir un proceso de intervención o hacer el diseño de un modelo.

• Planeación: con base en el diagnóstico en esta fase se realiza el diseño del proyecto por parte de los estudiantes con asesoría del docente; implica planificar un proceso: de intervención empresarial, social o comunitaria, el diseño de un modelo, entre otros, según el tipo de proyecto, las actividades a realizar los recursos requeridos y el cronograma de trabajo.

• Ejecución: consiste en el desarrollo de la planeación del proyecto realizada por parte de los estudiantes con asesoría del docente, es decir en la intervención (social, empresarial), o construcción del modelo propuesto según el tipo de proyecto, es la fase de mayor duración que implica el desempeño de las competencias genéricas y específicas a desarrollar.

• Evaluación: es la fase final que aplica un juicio de valor en el contexto laboral-profesión, social e investigativo, ésta se debe realizar a través del reconocimiento de logros y aspectos a mejorar se estará promoviendo el concepto de "evaluación para la mejora continua", la metacognición, el desarrollo del pensamiento crítico y reflexivo en los estudiantes.

### 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.

<b>Temas y subtemas para desarrollar la competencia específica</b>	<b>Actividades de aprendizaje</b>	<b>Actividades de enseñanza</b>	<b>Desarrollo de competencias genéricas</b>	<b>Horas teórico-práctica</b>
<p>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.</p>	<p>El estudiante participa en el encuadre.            Participa en la dinámica.            Toma nota de la bibliografía.            Da a conocer al grupo las expectativas del curso.</p> <p>Los estudiantes participan en las clases de los temas de antecedentes de la mercadotecnia, su concepto, Campo de acción de la mercadotecnia, su importancia de la mercadotecnia en el desarrollo de las organizaciones, los distintos enfoques de mercadotecnia y las megatendencias de la mercadotecnia.</p> <p>Los estudiantes elaboran una línea del tiempo de la historia de la mercadotecnia en diferentes fuentes de información (se sugieren 2 fuentes bibliográficas y 1 sitio gráfico) y lo exponen al grupo, las evidencias las suben a la plataforma Google classroom.</p> <p>Los estudiantes elaboran un trabajo que incluye un cuadro comparativo con los distintos enfoques de la mercadotecnia, tomando en consideración 4 elementos básicos: concepto, características, ejemplo e impacto social también investigan</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.            Aplica una dinámica grupal para fomentar la, cooperación y el trabajo en equipo            Pregunta las expectativas del grupo.            Solicita la lista de asistencia.</p> <p>El facilitador mediante la técnica expositiva plantea los temas de antecedentes de la mercadotecnia, su concepto, Campo de acción de la mercadotecnia, su importancia de la mercadotecnia en el desarrollo de las organizaciones, los distintos enfoques de mercadotecnia y las megatendencias de la mercadotecnia.            El facilitador solicita a los estudiantes que elaboren una línea del tiempo de la historia de la mercadotecnia en diferentes fuentes de información (se sugieren 2 fuentes bibliográficas y 1 sitio gráfico) y lo exponen al grupo,            El facilitador solicita a los estudiantes que laboren un trabajo que incluye un cuadro comparativo con los distintos enfoques de la mercadotecnia, tomando en consideración 4 elementos básicos: concepto, características, ejemplo e impacto social también investigan</p>	<p>Capacidad de Análisis y síntesis.            Capacidad de organizar y planificar.            Trabajo en equipo. Compromiso ético. Capacidad de comunicación</p> <p>Capacidad de Análisis y síntesis.            Capacidad de organizar y planificar.            Capacidad de redacción</p>	<p>13 (Total de horas)            8-5</p>

	<p>concepto, características, ejemplo e impacto social también investigan artículos relacionados con las megatendencias de la mercadotecnia y las TIC's;</p> <p>Los estudiantes resuelven un examen en línea en la plataforma Google classroom de los temas presentados en la unidad.</p> <p>Revisan junto con el facilitador las expectativas logradas.</p>	<p>artículos relacionados con las megatendencias de la mercadotecnia y las TIC's;</p> <p>El facilitador elabora un examen en línea en la plataforma Google classroom de los temas presentados en la unidad.</p> <p>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>Conocimientos básicos de la carrera.</p> <p>Capacidad de aprender</p>	
--	--	--	--	--

<b>Indicadores de Alcance (4.8)</b>		<b>Valor de Indicador (4.9)</b>
A)	Demuestra capacidad de Análisis y síntesis. Capacidad de organizar y planificar. Trabajo en equipo. Compromiso ético. Capacidad de comunicación.	20%
B)	Manifiesta capacidad de Análisis y síntesis. Capacidad de organizar y planificar	30%
C)	Muestra conocimientos básicos de la carrera. Capacidad de aprender	50%

**Niveles de desempeño:**

<b>Desempeño</b>	<b>Nivel de desempeño</b>	<b>Indicadores de Alcance</b>	<b>Valoración numérica</b>
Competencia Alcanzada	Excelente	<p><b>Cumple al menos 5 de los siguientes indicadores</b></p> <p>a) <b>Se adapta a situaciones y contextos complejos.</b> 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) <b>Hace aportaciones a las actividades académicas desarrolladas.</b> Pregunta integrando conocimientos de otras asignaturas o de casos anteriores de la misma asignatura. Presenta otros puntos de vista que complementan al presentado en la clase. Presenta fuentes de información adicionales (Internet, documentales), usa más bibliografía, consulta fuentes en un segundo idioma, etc.</p>	95-100

Desempeño	Nivel de desempeño	Indicadores de Alcance	Valoración numérica
		<p>c) Propone y/o explica soluciones o procedimientos no vistos en clase (<b>creatividad</b>). 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. 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) <b>Realiza su trabajo de manera autónoma y autorregulada.</b> Es capaz de organizar su tiempo y trabajar sin necesidad de una supervisión estrecha y/o coercitiva. 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:**

<b>Evidencia de Aprendizaje</b>	<b>%</b>	<b>Indicador de Alcance</b>					<b>Evaluación formativa de la competencia</b>
		<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	<b>N</b>	
Línea del tiempo (lista de cotejo)	20%	19-20	17-18.8	15-16.8	14-14.8	0-13.8	Demuestra capacidad de Análisis y síntesis. Capacidad de organizar y planificar. Trabajo en equipo. Compromiso ético. Capacidad de comunicación.
Trabajo de investigación (lista de cotejo)	30%	28.5-30	25.5-28.2	22.5-25.2	21-22.2	0-20.7	Manifiesta capacidad de Análisis y síntesis. Capacidad de organizar y planificar
Examen (cuestionario)	50%	47.5-50	42.5-47	37.5-42	35-37	0-34.5	Muestra conocimientos básicos de la carrera. Capacidad de aprender
Total	100%	95-100	85-94	75-84	70-74	0-69	

**4. Análisis por competencias específicas:**

**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.

<b>Temas y subtemas para desarrollar la competencia específica</b>	<b>Actividades de aprendizaje</b>	<b>Actividades de enseñanza</b>	<b>Desarrollo de competencias genéricas</b>	<b>Horas teórico-práctica</b>
Administración de la mercadotecnia. 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.	El estudiante participa en el encuadre. Participa en la dinámica. Toma nota de la bibliografía. Da a conocer al grupo las expectativas del curso.   Los estudiantes participan en las clases de los temas de la importancia de la función administrativa de la mercadotecnia, Planeación de la mercadotecnia, Organización de la mercadotecnia,	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. Aplica una dinámica grupal para fomentar la, cooperación y el trabajo en equipo Pregunta las expectativas del grupo.  El facilitador mediante la técnica expositiva plantea los temas de la importancia de la función administrativa de la mercadotecnia, Planeación de la mercadotecnia, Organización de la mercadotecnia, Dirección de la mercadotecnia y Control de la mercadotecnia.		13 (Total de horas) 8-5 horas

	<p>Dirección de la mercadotecnia y Control de la mercadotecnia.</p> <p>Los estudiantes investigan ejemplos de diferentes empresas del proceso administrativo en el departamento de mercadotecnia. (incluyendo planes, presupuestos y programas); las evidencias las suben a la plataforma Google classroom.</p> <p>Los estudiantes investigan ejemplos de empresas que cuentan con el departamento de mercadotecnia y realizan una infografía al finalizar lo exponen ante el grupo, indicando las áreas con las que cuentan, las evidencias las suben a la plataforma Google classroom.</p> <p>Los estudiantes resuelven un examen en línea en la plataforma Google classroom de los temas presentados en la unidad.</p> <p>Revisan junto con el facilitador las expectativas logradas.</p>	<p>El facilitador solicita a los estudiantes que investiguen ejemplos de diferentes empresas del proceso administrativo en el departamento de mercadotecnia. (incluyendo planes, presupuestos y programas); las evidencias las suben a la plataforma Google classroom.</p> <p>El facilitador solicita a los estudiantes que realicen una investigación de los departamentos de mercadotecnia realizan una infografía y lo exponen ante el grupo, indicando las áreas con las que cuentan las evidencias las suben a la plataforma Google classroom.</p> <p>El facilitador elabora un examen en línea en la plataforma Google classroom de los temas presentados en la unidad.</p> <p>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>Capacidad de Análisis y síntesis. Capacidad de organizar y planificar. Trabajo en equipo. Compromiso ético. Capacidad de comunicación</p> <p>Capacidad de Análisis y síntesis. Capacidad de organizar y planificar. Capacidad de redacción</p> <p>Conocimientos básicos de la carrera. Capacidad de aprender</p>	
--	--	--	---	--

<b>Indicadores de Alcance (4.8)</b>		<b>Valor de Indicador (4.9)</b>
A)	Demuestra capacidad de Análisis y síntesis. Capacidad de organizar y planificar. Trabajo en equipo. Compromiso ético. Capacidad de comunicación.	20%
B)	Manifiesta Capacidad de Análisis y síntesis. Capacidad de organizar y planificar.	30%
C)	Muestra conocimientos básicos de la carrera. Capacidad de aprender.	50%
Total		100%

**Niveles de desempeño:**

<b>Desempeño</b>	<b>Nivel de desempeño</b>	<b>Indicadores de Alcance</b>	<b>Valoración numérica</b>
Competencia Alcanzada	Excelente	Cumple al menos 5 de los siguientes indicadores	95-100

Desempeño	Nivel de desempeño	Indicadores de Alcance	Valoración numérica
		<p>a) <b>Se adapta a situaciones y contextos complejos.</b> 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) <b>Hace aportaciones a las actividades académicas desarrolladas.</b> Pregunta integrando conocimientos de otras asignaturas o de casos anteriores de la misma asignatura. Presenta otros puntos de vista que 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) <b>Propone y/o explica soluciones o procedimientos no vistos en clase (creatividad).</b> Ante problemas o casos de estudio propone perspectivas diferentes, para abordarlos y sustentarlo correctamente. Aplica procedimientos aprendidos en otra asignatura o contexto para el problema que se está resolviendo. 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) <b>Incorpora conocimientos y actividades interdisciplinarias en su aprendizaje.</b> En el desarrollo de los temas de la asignatura, incorpora conocimientos y actividades desarrollados en otras asignaturas para lograr la competencia.</p> <p>f) <b>Realiza su trabajo de manera autónoma y autorregulada.</b> Es capaz de organizar su tiempo y trabajar sin necesidad de una supervisión estrecha y/o coercitiva. Aprovecha</p>	

<b>Desempeño</b>	<b>Nivel de desempeño</b>	<b>Indicadores de Alcance</b>	<b>Valoración numérica</b>
		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:**

<b>Evidencia de Aprendizaje</b>	<b>%</b>	<b>Indicador de Alcance</b>					<b>Evaluación formativa de la competencia</b>
		<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	<b>N</b>	
Trabajo De investigación (lista de cotejo)	20%	19-20	17-18.8	15-16.8	14-14.8	0-13.8	Demuestra capacidad de Análisis y síntesis. Capacidad de organizar y planificar. Trabajo en equipo. Compromiso ético. Capacidad de comunicación.
Infografía (lista de cotejo)	30%	28.5-30	25.5-28.2	22.5-25.2	21-22.2	0-20.7	Manifiesta capacidad de Análisis y síntesis. Capacidad de organizar y planificar
Examen (cuestionario)	50%	47.5-50	42.5-47	37.5-42	35-37	0-34.5	Muestra conocimientos básicos de la carrera. Capacidad de aprender
Total	100%	95-100	85-94	75-84	70-74	0-69	

**1. Análisis por competencias específicas:**

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.

<b>Temas y subtemas para desarrollar la competencia específica</b>	<b>Actividades de aprendizaje</b>	<b>Actividades de enseñanza</b>	<b>Desarrollo de competencias genéricas</b>	<b>Horas teórico-práctica</b>
Ambiente de la mercadotecnia 3.1. Ambiente interno 3.2. Ambiente externo 3.3 Impacto del ambiente en la toma de decisiones mercadológicas.	El estudiante participa en el encuadre. Participa en la dinámica. Toma nota de la bibliografía. Da a conocer al grupo las expectativas del curso.	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.		13 (Total de horas) 8-5 horas

	<p>Los estudiantes participan en las clases de los temas de ambiente interno, externo, impacto del ambiente en la toma de decisiones mercadológicas.</p> <p>Los estudiantes elaboran una investigación en 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, también la expone al grupo, las evidencias las suben a la plataforma Google classroom.</p> <p>Los estudiantes resuelven un examen en línea en la plataforma Google classroom de los temas presentados en la unidad.</p> <p>Revisan junto con el facilitador las expectativas logradas.</p>	<p>Aplica una dinámica grupal para fomentar la, cooperación y el trabajo en equipo</p> <p>Pregunta las expectativas del grupo.</p> <p>El facilitador mediante la técnica expositiva plantea los temas de ambiente interno, externo, impacto del ambiente en la toma de decisiones mercadológicas.</p> <p>El facilitador solicita a los estudiantes que elaboren una investigación en 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.</p> <p>Con los resultados de esta investigación, elaborar un reporte y un gráfico que muestre la información del reporte, también la expone al grupo, las evidencias las suben a la plataforma Google classroom.</p> <p>El facilitador elabora un examen en línea en la plataforma Google classroom de los temas presentados en la unidad.</p> <p>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>Capacidad de Análisis y síntesis.</p> <p>Capacidad de organizar y planificar.</p> <p>Trabajo en equipo. Compromiso ético. Capacidad de comunicación</p> <p>Conocimientos básicos de la carrera.</p> <p>Capacidad de aprender</p>	
--	--	---	---	--

A) Demuestra capacidad de Análisis y síntesis. Capacidad de organizar y planificar. Trabajo en equipo. Compromiso ético. Capacidad de comunicación.	50%
B) Muestra conocimientos básicos de la carrera. Capacidad de aprender	50%

**Niveles de desempeño:**

<b>Desempeño</b>	<b>Nivel de desempeño</b>	<b>Indicadores de Alcance</b>	<b>Valoración numérica</b>
Competencia Alcanzada	Excelente	<p><b>Cumple al menos 5 de los siguientes indicadores</b></p> <p>a) <b>Se adapta a situaciones y contextos complejos.</b> 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) <b>Hace aportaciones a las actividades académicas desarrolladas.</b> Pregunta integrando conocimientos de otras asignaturas o de casos anteriores de la misma asignatura. Presenta otros puntos de vista que 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) <b>Propone y/o explica soluciones o procedimientos no vistos en clase (creatividad).</b> Ante problemas o casos de estudio propone perspectivas diferentes, para abordarlos y sustentarlo 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) <b>Incorpora conocimientos y actividades interdisciplinarias en su aprendizaje.</b> En el</p>	95-100

Desempeño	Nivel de desempeño	Indicadores de Alcance	Valoración numérica
		desarrollo de los temas de la asignatura, incorpora conocimientos y actividades desarrollados en otras asignaturas para lograr la competencia. <b>f) Realiza su trabajo de manera autónoma y autorregulada.</b> Es capaz de organizar su tiempo y trabajar sin necesidad de una supervisión estrecha y/o coercitiva. 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:**

Evidencia de Aprendizaje	%	Indicador de Alcance					Evaluación formativa de la competencia
		A	B	C	D	N	
Trabajo de investigación (lista de cotejo)	50%	50%	47.50-50	42.50-47	37.50-42	35-37	Demuestra capacidad de Análisis y síntesis. Capacidad de organizar y planificar. Trabajo en equipo. Compromiso ético. Capacidad de comunicación.
Examen (cuestionario)	50%	50%	47.50-50	42.50-47	37.50-42	35-37	Muestra conocimientos básicos de la carrera. Capacidad de aprender
Total 100%		95-100	85-94	75-84	70-74	0-69	

**4. Análisis por competencias específicas:**

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

<b>Temas y subtemas para desarrollar la competencia específica</b>	<b>Actividades de aprendizaje</b>	<b>Actividades de enseñanza</b>	<b>Desarrollo de competencias genéricas</b>	<b>Horas teórico-práctica</b>
<p>4. Clasificación de los mercados y su segmentación          4.1 Concepto de mercado          4.2 Tipos de mercados y sus características.          4.3. Segmentación de mercados 4.4. Posicionamiento</p>	<p>El estudiante participa en el encuadre.          Participa en la dinámica.          Toma nota de la bibliografía.          Da a conocer al grupo las expectativas del curso.</p> <p>Los estudiantes participan en las clases de los temas de concepto de mercado, tipos de mercado y sus características, segmentación de mercados y posicionamiento.</p> <p>Los estudiantes elaboran un cuadro comparativo de los diferentes tipos de mercado que existen, describiendo las características de cada uno, las evidencias las suben a la plataforma Google classroom.</p> <p>Los estudiantes investigan en equipo el concepto de segmentación de mercado, sus ventajas, limitaciones y criterios para segmentar los diferentes tipos de segmentación que existen en la actualidad, según sea el tipo de mercado, exponiendo al grupo los resultados.</p> <p>Los estudiantes resuelven un examen en línea en la plataforma Google classroom de los temas presentados en la unidad.</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.          Aplica una dinámica grupal para fomentar la, cooperación y el trabajo en equipo          Pregunta las expectativas del grupo.          El facilitador mediante la técnica expositiva plantea los temas de concepto de mercado, tipos de mercado y sus características, segmentación de mercados y posicionamiento.</p> <p>El facilitador solicita a los estudiantes que elaboren un cuadro comparativo de los diferentes tipos de mercado que existen, describiendo las características de cada uno, las evidencias las suben a la plataforma Google classroom.</p> <p>El facilitador solicita a los estudiantes que investiguen en equipo el concepto de segmentación de mercado, sus ventajas, limitaciones y criterios para segmentar los diferentes tipos de segmentación que existen en la actualidad, según sea el tipo de mercado, exponiendo al grupo los resultados.</p> <p>El facilitador elabora un examen en línea en la plataforma Google classroom de los temas presentados en la unidad.          Al final hace una reflexión de las expectativas cumplidas.</p>	<p>Capacidad de Análisis y síntesis.          Capacidad de organizar y planificar.          Compromiso ético. Capacidad de comunicación</p> <p>Capacidad de Análisis y síntesis.          Capacidad de organizar y planificar.          Capacidad de redacción          Trabajo en equipo</p> <p>Conocimientos básicos de la carrera.          Capacidad de aprender</p>	<p>13 (Total de horas)          8 -5 horas</p>

	Revisan junto con el facilitador las expectativas logradas.	El facilitador durante este proceso retroalimentará a los estudiantes en el horario asignado de acuerdo a la materia.		
--	---	---	--	--

<b>Indicadores de Alcance (4.8)</b>	<b>Valor de Indicador (4.9)</b>
A) Demuestra capacidad de Análisis y síntesis. Capacidad de organizar y planificar. Compromiso ético. Capacidad de comunicación.	20%
B) Manifiesta capacidad de Análisis y síntesis. Capacidad de organizar y planificar, Trabajo en equipo.	30%
C) Muestra conocimientos básicos de la carrera. Capacidad de aprender	50%

**Niveles de desempeño:**

<b>Desempeño</b>	<b>Nivel de desempeño</b>	<b>Indicadores de Alcance</b>	<b>Valoración numérica</b>
Competencia Alcanzada	Excelente	<p><b>Cumple al menos 5 de los siguientes indicadores</b></p> <p>a) <b>Se adapta a situaciones y contextos complejos.</b> 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) <b>Hace aportaciones a las actividades académicas desarrolladas.</b> Pregunta integrando conocimientos de otras asignaturas o de casos anteriores de la misma asignatura. Presenta otros puntos de vista que 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) <b>Propone y/o explica soluciones o procedimientos no vistos en clase (creatividad).</b> 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. D) Introduce recursos y experiencias que promueven un pensamiento crítico; (por ejemplo. El uso de las tecnologías</p>	95-100

Desempeño	Nivel de desempeño	Indicadores de Alcance	Valoración numérica
		<p>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) <b>Incorpora conocimientos y actividades interdisciplinarias en su aprendizaje.</b> En el desarrollo de los temas de la asignatura, incorpora conocimientos y actividades desarrollados en otras asignaturas para lograr la competencia.</p> <p>f) <b>Realiza su trabajo de manera autónoma y autorregulada.</b> Es capaz de organizar su tiempo y trabajar sin necesidad de una supervisión estrecha y/o coercitiva. 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	
Cuadro comparativo (lista de cotejo)	20%	19-20	17-18.8	15-16.8	14-14.8	0-13.8	Demuestra capacidad de Análisis y síntesis. Capacidad de organizar y planificar. Trabajo en equipo. Compromiso ético. Capacidad de comunicación

<b>Evidencia de Aprendizaje</b>	<b>%</b>	<b>Indicador de Alcance</b>					<b>Evaluación formativa de la competencia</b>
		<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	<b>N</b>	
Trabajo de investigación (lista de cotejo)	30%	28.5-30	25.5-28.2	22.5-25.2	21-22.2	0-20.7	Manifiesta capacidad de Análisis y síntesis. Capacidad de organizar y planificar
Examen (cuestionario)	50%	47.5-50	42.5-47	37.5-42	35-37	0-34.5	Muestra conocimientos básicos de la carrera. Capacidad de aprender
Total 100%		95-100	85-94	75-84	70-74	0-69	

**4. Análisis por competencias específicas:**

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

<b>Temas y subtemas para desarrollar la competencia específica</b>	<b>Actividades de aprendizaje</b>	<b>Actividades de enseñanza</b>	<b>Desarrollo de competencias genéricas</b>	<b>Horas teórico-práctica</b>
<p>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>	<p>El estudiante participa en el encuadre.</p> <p>Participa en la dinámica.</p> <p>Toma nota de la bibliografía.</p> <p>Da a conocer al grupo las expectativas del curso.</p> <p>Los estudiantes participan en las clases de los temas de comportamiento del consumidor (Psicológicos, fisiológicos, sociológicos y situacionales), Modelos del proceso de decisión de compra, funciones de compra.</p> <p>Los estudiantes investigan en equipo los factores que influyen en el proceso de decisión de compra de los consumidores, exemplificando el proceso de compra de un seguro de vida, de un equipo industrial, o de un servicio educativo, de un paquete vacacional entre otros y exponen al grupo lo investigado, utilizando un</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.</p> <p>Aplica una dinámica grupal para fomentar la, cooperación y el trabajo en equipo</p> <p>Pregunta las expectativas del grupo.</p> <p>El facilitador mediante la técnica expositiva plantea los temas de comportamiento del consumidor (Psicológicos, fisiológicos, sociológicos y situacionales), Modelos del proceso de decisión de compra, funciones de compra.</p> <p>El facilitador solicita a los estudiantes que investiguen en equipo los factores que influyen en el proceso de decisión de compra de los consumidores utilizando un cómic, exemplificando el proceso de compra de un seguro de vida, de un equipo industrial, o de un servicio educativo, de un paquete vacacional entre otros y exponer al grupo lo investigado las evidencias las suben a la plataforma</p>	<p>Capacidad de Análisis y síntesis.</p> <p>Capacidad de organizar y planificar.</p> <p>Trabajo en equipo. Compromiso ético. Capacidad de comunicación.</p> <p>Capacidad de redacción</p>	<p>13 (Total de horas) 8 – 5</p>

	<p>cómico, las evidencias las suben a la plataforma Google classroom.</p> <p>Los estudiantes resuelven un examen en línea en la plataforma Google classroom de los temas presentados en la unidad.</p> <p>Revisan junto con el facilitador las expectativas logradas.</p>	<p>Google classroom. para ello realizan un cómic</p> <p>El facilitador elabora un examen en línea en la plataforma Google classroom de los temas presentados en la unidad.</p> <p>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>Conocimientos básicos de la carrera. Capacidad de aprender</p>	
--	---	---	---	--

<b>Indicadores de Alcance</b>	<b>Valor de Indicador</b>
D) Demuestra capacidad de Análisis y síntesis. Capacidad de organizar y planificar. Trabajo en equipo. Compromiso ético. Capacidad de comunicación. Capacidad de reacción.	50%
E) Muestra conocimientos básicos de la carrera. Capacidad de aprender	50%

**Niveles de desempeño (4.10):**

<b>Desempeño</b>	<b>Nivel de desempeño</b>	<b>Indicadores de Alcance</b>	<b>Valoración numérica</b>
Competencia Alcanzada	Excelente	<p><b>Cumple al menos 5 de los siguientes indicadores</b></p> <p>a) <b>Se adapta a situaciones y contextos complejos.</b> 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) <b>Hace aportaciones a las actividades académicas desarrolladas.</b> Pregunta integrando conocimientos de otras asignaturas o de casos anteriores de la misma asignatura. Presenta otros puntos de vista que 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) <b>Propone y/o explica soluciones o procedimientos no vistos en clase</b></p>	95-100

<b>Desempeño</b>	<b>Nivel de desempeño</b>	<b>Indicadores de Alcance</b>	<b>Valoración numérica</b>
		<p><b>(creatividad).</b> 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. 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><b>e) Incorpora conocimientos y actividades interdisciplinarias en su aprendizaje.</b> En el desarrollo de los temas de la asignatura, incorpora conocimientos y actividades desarrollados en otras asignaturas para lograr la competencia.</p> <p><b>f) Realiza su trabajo de manera autónoma y autorregulada.</b> Es capaz de organizar su tiempo y trabajar sin necesidad de una supervisión estrecha y/o coercitiva. 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:**

<b>Evidencia de Aprendizaje</b>	<b>%</b>	<b>Indicador de Alcance</b>					<b>Evaluación formativa de la competencia</b>
		<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	<b>N</b>	
Cómico (lista de cotejo)	50%	47.5-50	42.5-47	37.5-42	35-37	0-34.5	Demuestra capacidad de Análisis y síntesis. Capacidad de organizar y planificar. Trabajo en equipo. Compromiso ético. Capacidad de comunicación.
Examen (cuestionario)	50%	47.5-50	42.5-47	37.5-42	35-37	0-34.5	Muestra conocimientos básicos de la carrera. Capacidad de aprender
Total							

**1. Fuentes de información y apoyos didácticos:**

<b>Fuentes de información:</b>	<b>Apoyos didácticos (5.2)</b>
1.- Fischer, L. (2010). Mercadotecnia. 4 <sup>a</sup> . edición. Editorial Mc. Graw Hill. México. 2.- Fischer, L., Espejo, J. (2008). Casos de Mercadotecnia. Editorial Mc. Graw-Hill. México. 3.- Kotler, P. y Armstrong, G. Marketing para Latinoamérica. 11 <sup>a</sup> . Edición. Editorial Pearson-Prentice Hall, México: 2007. 4.- Stanton, W, Michael, J.E. y otros. (2007)Fundamentos de Marketing. Editorial Mc. Graw Hill. México.	Laptop Cañón. Internet USB Copias fotostáticas Papel américa Bocinas Hojas blancas y de colores. Equipo de cómputo

**2. Calendarización de evaluación en semanas:**

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

TP: Tiempo Planeado  
ES: Evaluación sumativa

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

SD: Seguimiento departamental

23 de Enero de 2026

Fecha de elaboración

DRA. MARÍA DEL CARMEN DAVID MIROS

LAE. RENATA RAMOS MORENO

Nombre y firma del (de la) profesor(a)

Nombre y firma del (de la) Jefe(a) de División



TECNOLÓGICO  
NACIONAL DE MÉXICO®

INSTRUMENTACIÓN DIDÁCTICA  
PARA LA FORMACIÓN Y DESARROLLO DE COMPETENCIAS PROFESIONALES



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE  
**SAN ANDRÉS TUXTLA**