|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **D. Fecha de elaboración:** | 29/04/2020 | **E. Periodo al que aplica:** | Mayo-Agosto |

|  |
| --- |
|  **I. Información General** |
| **Programa Educativo:**  | TSU en Diseño Digital: área Animación |
| **Nombre de la Asignatura:** Mercadotecnia | **Grupo:** DD 32 |
| **Cuatrimestre:**  | Tercero |
| **Nombre del Docente:** L.M. Joel Luqueño Gallegos |

**PLANEACIÓN Y EVALUACIÓN**

| **III. Planeación por tema / sesión** |
| --- |
| **Número y Nombre de la Unidad de Aprendizaje** | **Tema de aprendizaje** | **Actividades de los Estudiantes** | **Link o material sugerido para realizar las actividades** | **App utilizada / Id o invitación para ingresar.**  | **Evidencia y fecha de entrega** | **Ponderación** |
|
| Unidad I Fundamentos de mercadotecnia | 1. Conceptos básicos de mercadotecnia | El alumno analizará detalladamente los archivos enviados al grupo de Whats App y adjuntos en Classroom (Código de la clase: ffjm4de) “LINEAMIENTO DE ENTREGA DE ACTIVIDADES”, así como cada una de las portadas oficiales, las cuales deberá incluir en cada una de las actividades realizadas en todo el cuatrimestre.Así mismo cabe mencionar que algún tema y/o actividad no mencionado en esta planeación, pero que en el transcurso del cuatrimestre se considere importante, se les agregará en la sesión correspondiente1. El alumno investigará y posteriormente registrará en su cuaderno los siguientes conceptos:a) Mercadotecniab) Mercadoc) Necesidadd) Deseoe) Clientef) Proveedorg) Distribuidorh) Competencia directai) Competencia indirectaj) Canal de distribuciónk) Ofertal) Demandam) Precion) Productoñ) Servicioo) Punto de ventap) Promociónq) Publicidadr) Marcas) Logotipot) Esloganu) Etiquetav) Empaquew) Envasex) Embalajey) Lealtad de marcaz) Nicho | a) Documento adjunto LINEAMINETO DE ENTREGA DE ACTIVIDADES.b) Documentos adjuntos PORTADAS OFICIALES (para documento en Word y Power Point)c) Los siguientes links<https://www.merca20.com/conceptos-basicos-mercadotecnia/><https://www.marketinginteli.com/documentos-marketing/conceptos-b%C3%A1sicos-de-marketing/><https://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/31-definiciones-de-mercadotecnia-9><https://www.marketing-xxi.com/> | Classroom (Código de la clase: ffjm4de)Google MeetWhats AppCorreo institucional | Tomar fotografías a su cuaderno de notas con la evidencia de la investigación e insertarlas en un Documento en Word (PDF).**Fecha de entrega: máximo jueves 14 de mayo a las 11:00 hrs.** | 28 % |
|   |  | 2. La segunda actividad del presente tema de aprendizaje, el alumno elegirá dos productos existentes en el mercado (productos reales) y describirá cada uno de los incisos de la investigación anterior, realizando una presentación en Power Point.NOTA: Concepto por diapositiva y debe de llevar una imagen (obligatorio). | a) Apuntes del cuaderno de la asignaturab) Comerciales e internet (opcional) | Classroom (Código de la clase: ffjm4de)Google MeetWhats AppCorreo institucional | Elaborar una presentación en Power Point (PDF).NOTA: Concepto por diapositiva y debe de llevar una imagen (obligatorio).**Fecha de entrega: máximo viernes 15 de mayo a las 14:00 hrs.** |  |
| Haga clic o pulse aquí para escribir texto. | 2. Tipos de mercado | 3. Analizará detalladamente el documento adjunto “TIPOS DE MERCADO” y registrará en su cuaderno de la asignatura, las características principales de cada uno de ellos. | a) Documento adjunto “TIPOS DE MERCADO”b) Cuaderno de la asignaturac) Artículos de internet (opcional) | Classroom (Código de la clase: ffjm4de)Google MeetWhats AppCorreo institucional | Tomar fotografías a su cuaderno de notas con la evidencia de la investigación e insertarlas en un Documento en Word (PDF).**Fecha de entrega: máximo jueves 21 de mayo a las 11:00 hrs.** |  |
| Haga clic o pulse aquí para escribir texto. |  | 4. La siguiente actividad, basándote en los apuntes de tu cuaderno de la actividad anterior, así como en el archivo adjunto “TIPOS DE MERCADO”, el alumno identificará dos productos del mercado actual (productos reales) que corresponda a cada uno de los mercados mencionados.Para lo cual elaborará una presentación en Power Point.NOTA: Cada tipo de mercado por diapositiva y debe de llevar una imagen (obligatorio). | a) Documento adjunto “TIPOS DE MERCADO”b) Cuaderno de la asignaturac) Artículos de internet (opcional) | Classroom (Código de la clase: ffjm4de)Google MeetWhats AppCorreo institucional | Elaborar una presentación en Power Point (PDF).NOTA: Cada tipo de mercado por diapositiva y debe de llevar una imagen (obligatorio).**Fecha de entrega: máximo viernes 22 de mayo a las 14:00 hrs.** |  |
| Haga clic o pulse aquí para escribir texto. | 3. Segmentación de mercados | 5. El alumno analizará detalladamente el archivo adjunto “SEGMENTACIÓN DE MERCADOS”, comprendiendo en que consiste la segmentación de mercado, así como manejar cuales son las variables que se utilizan para llevar a cabo una segmentación de mercado de un producto en el mercado, Posteriormente, elegirá un producto existente en el mercado y en el cuaderno de la signatura realizará su segmentación de mercado, aplicando cada una de las variables.  | a) Documento adjunto “TIPOS DE MERCADO”b) Artículos de internet (opcional) | Classroom (Código de la clase: ffjm4de)Google MeetWhats AppCorreo institucional | Tomar fotografías a su cuaderno de notas con la evidencia de la segmentación e insertarlas en un Documento en Word (PDF).**Fecha de entrega: máximo jueves 28 de mayo a las 11:00 hrs.** |  |
| Haga clic o pulse aquí para escribir texto. Haga clic o pulse aquí para escribir texto. | 4. Caso práctico | El alumno innovará un producto, con el cual se aplicará cada uno de los temas vistos en el presente cuatrimestre.Por tal motivo como siguiente actividad, el alumno creará su propia empresa y desarrollará los siguientes aspectos:a) Nombre de la empresab) Misiónc) Visiónd) Objetivose) Ubicaciónf) Descripción del giro de la empresag) Estructura organizacionalh) Descripción del producto a innovari) A quien va dirigido el productoEsta actividad la realizarán en un documento en Word | a) Documento adjunto “EMPRESA Y PRODUCTO INNOVADO”b) Artículos de internet (opcional) | Classroom (Código de la clase: ffjm4de)Google MeetWhats AppCorreo institucional | Elaborar un documento en Word (PDF).**Fecha de entrega: máximo viernes 29 de mayo a las 14:00 hrs.** |  |
|  | 5. Posicionamiento de mercado | El alumno analizará el archivo adjunto CONCEPTOS GENERALES DE POSICIONAMIENTO y posteriormente elaborará una presentación en Power Point, en dónde mencione que es Mercado meta, posicionamiento de mercado, tipos de clientes, competencia directa e indirecta, así como las diferentes estrategias de posicionamiento | a) Documento adjunto “CONCEPTOS GENERALES DE POSICIONAMIENTO”b) Links de internet (opcional) | Classroom (Código de la clase: ffjm4de)Google MeetWhats AppCorreo institucional | Elaborar una presentación en Power Point (PDF).**Fecha de entrega: máximo domingo 07 de junio a las 20:00 hrs.** |  |
|  | 6. Continuidad proyecto final | En esta actividad el alumno le dará continuidad a la elaboración de su proyecto final, para lo cual desarrollará el tipo de mercado en el que incursionará su producto innovado, posteriormente mencionará los tipos de clientes que tendrá el mismo, así como dará a conocer cuales serán las estrategias de posicionamiento que implementará en su comercialización (con el fin de incrementar su participación en el mercado) y para concluir describirá cada una de la competencia, tanto directa e indirecta a la que se enfrentará el producto innovado en el mercado | a) Archivos adjuntos en actividades anteriores.b) Links proporcionados con anterioridadc) Proyecto final (avance) | Classroom (Código de la clase: ffjm4de)Google MeetWhats AppCorreo institucional | Continuar con la elaboración de un documento en Word (PDF).**Fecha de entrega: máximo domingo 07 de junio a las 20:00 hrs.** |  |
| II. Investigación de mercados | 1. Definición de investigación de mercado | El alumno analizará el archivo adjunto TIPOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS y posteriormente elaborará una presentación en Power Point, en dónde mencione en que consiste una investigación de mercado, así como mencionar y explicar cada uno de los tipos de investigación existentes.  | a) Archivo adjunto TIPOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.b) Links de internet (opcional) | Classroom (Código de la clase: ffjm4de)Google MeetWhats AppCorreo institucional | Elaborar una presentación en Power Point (PDF).**Fecha de entrega: máximo domingo 14 de junio a las 20:00 hrs.** | 39% |
|  | 2. Fuentes de información | En un documento en Word (PDF), el alumno explicará los tipos y uso de las fuentes de información: internas, externas, reuniones de grupos, entrevista, observación, encuesta y experimentosAsí como el concepto de: benchmarking, merchandising, mistery shopping  | a) Archivo adjunto TIPOS DE FUENTES DE INFORMACIÓNb) Archivo adjunto CONCEPTOS DE MARKETINGc) Links de internet (opcional) | Classroom (Código de la clase: ffjm4de)Google MeetWhats AppCorreo institucional | Elaborar un documento en Word (PDF).**Fecha de entrega: máximo domingo 14 de junio a las 20:00 hrs.** |  |
|  | 3. Continuidad Proyecto final | En esta actividad el alumno le dará continuidad a la elaboración de su proyecto final, para lo cual desarrollará cada una de las fuentes de información para implementarlo en la innovación de su producto. | a) Archivos adjuntos en actividades anteriores.b) Links proporcionados con anterioridadc) Proyecto final (avance) | Classroom (Código de la clase: ffjm4de)Google MeetWhats AppCorreo institucional | Continuar con la elaboración de un documento en Word (PDF).**Fecha de entrega: máximo domingo 21 de junio a las 20:00 hrs.** |  |
|  | 4. Etapas de la investigación de mercados | El alumno leerá detalladamente el archivo adjunto ETAPAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO, y posteriormente en un documento en Word (PDF) identificará la estructura de la investigación de mercados y explicar los conceptos de: formulación del problema, diseño de la investigación, obtención de información, análisis e interpretación de resultados y conclusiones. | a) Archivo adjunto ETAPAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO.b) Links de internet (opcional) | Classroom (Código de la clase: ffjm4de)Google MeetWhats AppCorreo institucional | Elaborar un documento en Word (PDF).**Fecha de entrega: máximo domingo 21 de junio a las 20:00 hrs.** |  |
|  |  | El alumno diseñara su investigación de mercado, para lo cual trabajará con las siguientes etapas: formulación del problema, diseño de la investigación.NOTA: Presentará su instrumento de investigación (encuesta) para su aplicación. | a) Archivos proporcionados con anterioridad.b) Links de internet (opcional) | Classroom (Código de la clase: ffjm4de)Google MeetWhats AppCorreo institucional | Elaborar un documento en Word (PDF).**Fecha de entrega: máximo domingo 21 de junio a las 20:00 hrs.** |  |
|  | 5. Continuidad del proyecto final | En esta actividad el alumno le dará continuidad a la elaboración de su proyecto final, para lo cual anexará su investigación de mercado cuantitativa, incluyendo cada una de las siguientes partes: formulación del problema, diseño del instrumento de investigación, hoja de tabulación, elaboración de gráficas, análisis e interpretación de resultados y conclusiones. | a) Archivos proporcionados con anterioridad.b) Links de internet (opcional) | Classroom (Código de la clase: ffjm4de)Google MeetWhats AppCorreo institucional | Continuar con la elaboración de un documento en Word (PDF).**Fecha de entrega: máximo domingo 28 de junio a las 20:00 hrs.** |  |
| AVISO IMPORTANTE | AVISOS IMPORTANTES | a) Es muy importante que leas el documento adjunto “LINEAMIENTO DE ENTREGA DE ACTIVIDADES” b) En todas las actividades deberás utilizar las portadas oficiales (Word y Power Point)c) Se creará un grupo de Whats App, en el cual se dará a conocer información exclusivamente de la asignatura y/o si algún alumno tiene alguna duda en la elaboración de alguna actividad.d) Los archivos adjuntos se subirán en Whats App y en Classroom (Código de la clase: ffjm4de).e) Es importante que no te quedes con alguna duda, pregunta y con todo gusto te atenderéf) Cualquier punto no establecido en la presente planeación, se dará a conocer en el transcurso del cuatrimestre.g) El día viernes de 13:00 a 14:00 hrs. Me conectaré en Google Meet, esto con el fin de aclarar dudas que se llegaran a presentar.h) En la sesión del mismo viernes de 12:00 a 13:00 hrs. te proporcionaré el ID para ingresar a la sesión.i) Ingresar a Google Meet no es obligatorio, pero cabe mencionar que a los alumnos que ingresen se les tomará con décimas a su favor, pero a los que no ingresen no se les perjudicará. |  |  |  |  |