



Guía para el Profesor

MERCADOTECNIA

LTMT1001

Profesional

Índice

Información general del curso	3
Competencia del curso	3
Metodología.....	3
Evaluación	3
Bibliografía y recursos especiales	5
Contenido del curso (temas).....	5
Uso de rúbricas	7
Tips importantes	7

Información general del curso

- Profesional
- Plan académico 2013.
- Modalidades
 - Clave banner: LTMT1001.
 - Modalidad: Presencial y Online.
 - Técnica didáctica: Aprendizaje basado en proyecto.

Competencia del curso

Propone estrategias en las que distingue los elementos fundamentales de la mercadotecnia, para asegurar el éxito de un producto o servicio, satisfaciendo así las necesidades de los consumidores.

Metodología

Características del curso

- Tiene una competencia y dos evidencias (una para cada módulo).
- Está conformado por dos módulos distribuidos en 15 temas que integran su contenido.
- Se desarrollan 6 ejercicios.
- Se aplican 4 evaluaciones rápidas, así como una evaluación final.

Modelo didáctico

El modelo que se sigue para el diseño e impartición de cursos en la Universidad Tecmilenio es constructivista, ya que está centrado en el aprendizaje de los alumnos y presenta un cambio en sus roles, así como de los profesores, quienes guían el aprendizaje de los alumnos y construyen ambientes que los motiven a aprender. Asimismo, los alumnos obtienen las bases para hacer una interpretación de la realidad, construir su propio conocimiento y responsabilizarse de su aprendizaje, propiciando que aprendan por ellos mismos, organicen su trabajo, realicen proyectos y se hagan responsables también de sus logros.

Por otro lado, las actividades que se realizan en los cursos están vinculadas a contextos específicos relacionados con la realidad económica, social y tecnológica del entorno. Esta didáctica se conforma de:

a. Aprendizaje conceptual

A través de la plataforma tecnológica se le proporcionan al alumno las definiciones conceptuales básicas relacionadas con las actividades por tema y con las actividades previas que lo apoyen a prepararse y estudiar el material requerido, las cuales implican estudios de libros, artículos, videgrabaciones con explicaciones de los temas integrados en la experiencia práctica, lecturas de Internet referenciadas, acceso a Biblioteca Digital, entre otros, con la finalidad de que fundamenten su experiencia.

Es importante mencionar que el alumno debe buscar información acerca de los temas del curso en fuentes adicionales a las indicadas en el curso.

GUÍA PARA EL PROFESOR

En esta búsqueda y estudio de explicaciones se desarrollan incrementalmente las siguientes habilidades:

- Construcción de un marco de referencia
- Abstracción de propiedades comunes
- Verbalización de estos descubrimientos
- Visión sistémica y comprensión
- Jerarquización de los conceptos
- Todas estas habilidades son esenciales en el ejercicio profesional y en particular para el desarrollo de la creatividad.

b. Experiencia práctica

Una vez que los alumnos hayan estudiado previamente el material requerido, realizarán diversos tipos de actividades como problemas, simuladores, análisis de situaciones reales, experimentos, proyectos de campo, juegos, entre otros. El propósito de estas actividades es crear valiosas oportunidades para el aprendizaje personal y están construidas para involucrar, estimular y retar a los alumnos en el descubrimiento de respuestas.

La experiencia sirve a los alumnos como base para buscar explicaciones a teorías que expongan los fenómenos observados o experimentados, de manera que puedan integrarlas en la construcción de un nuevo significado y desarrollar así, la habilidad de aplicar dichas teorías en la toma de decisiones y solución de problemas.

Cómo impartir el curso

El curso está diseñado para que los alumnos desarrollen capacidades de desempeño demostradas en conocimientos, habilidades y actitudes. Estas capacidades están definidas en una competencia con sus respectivas tres evidencias, que son parte de los elementos con los que se evaluará el desempeño de los alumnos.

Por otro lado, el profesor debe revisar a fondo las actividades antes de que las realicen los alumnos y conocer todos los aspectos teóricos involucrados (capítulos de libros de texto o de apoyo y recursos), para brindar una respuesta o ayuda oportuna a los estudiantes dentro del modelo constructivista.

Las evaluaciones parciales o de medio término de los contenidos del curso se desarrollan por el profesor impartidor o por academias y pueden ser teóricos o prácticos.

Evaluación

No. Evaluable	Evaluable	Ponderación
1	Ejercicio 1	8
2	Ejercicio 2	8
3	Evaluación rápida 1	3
4	Ejercicio 3	8
5	Evaluación rápida 2	3
6	Evidencia 1	15
7	Ejercicio 4	8

8	Ejercicio 5	8
9	Evaluación rápida 3	3
10	Ejercicio 6	8
11	Evaluación rápida 4	3
12	Evidencia 2	15
13	Examen final	10
Total		100

Bibliografía y recursos especiales

Libros de texto

- Fischer, L. y Espejo, J. (2017). *Mercadotecnia* (5ta ed.). México: McGraw-Hill Interamericana. ISBN (e-Book): 9786071513922
Disponible en Biblioteca digital.

Libros de apoyo

- Kerin, R. y Hartley, S. (2018). *Marketing* (13va ed.). México: McGraw-Hill. ISBN (e-Book): 9781456260972
Disponible en Biblioteca digital
- Armstrong, G. & Kotler, P. (2017). *Fundamentos de Marketing* (13va ed.). México: Pearson. ISBN: 9786073238458

Contenido del curso (temas)

Módulo 1. Fundamentos y mercadotecnia estratégica.

Tema 1. Definición y proceso de la mercadotecnia.

Tema 2. El ambiente de la mercadotecnia.

- Se sugiere que al ir explicando la actividad vaya relacionando los conceptos con la forma en que trabajan algunas empresas, para que los alumnos puedan aterrizar los conceptos.
- Se sugiere compartir videos sobre la forma de trabajo de algunas empresas, para que el alumno tenga la oportunidad de ver cómo se trabaja desde dentro, igual pueden ir a visitar alguna empresa de su ciudad.

Tema 3. Inteligencia de mercados y segmentación del mercado.

Tema 4. El consumidor y su comportamiento de compra.

- El profesor deberá guiar al alumno para poder realizar el análisis FODA, puede ser a través de un ejemplo breve y sencillo.
- El profesor deberá puntualizar la importancia de la pirámide de Maslow para realizar estrategias de marketing, según la identificación de necesidades.

GUÍA PARA EL PROFESOR

Tema 5. Mercados corporativos.

Tema 6. Mezcla de mercadotecnia.

- Se sugiere utilizar ejemplos para explicar cada una de las estrategias de marketing objetivo, para que los alumnos puedan aterrizar los conocimientos.

Tema 7. Decisiones de producto.

- Se sugiere apoyarse en ejemplos locales para la explicación de estrategias de posicionamiento de marca.
- Se sugiere compartir con los alumnos un ejemplo de benchmarking, puede ser con un artículo o video de Internet que considere apropiado.

Módulo 2. Mezcla de mercadotecnia.

Tema 8. Decisiones de precio.

- Se sugiere apoyarse en ejemplos locales para la explicación de estrategias de posicionamiento de marca.
- Se sugiere compartir con los alumnos un ejemplo de benchmarking, puede ser con un artículo o video de Internet que considere apropiado.

Tema 9. Decisiones de distribución.

Tema 10. Decisiones de comunicación y promoción.

- Se requiere profundizar en los componentes de la mezcla de mercadotecnia, se puede dar un ejemplo de un artículo conocido para explicar de mejor manera.
- Revisar con atención la Pirámide de Maslow, tratar de ejemplificar.

Tema 11. Diseño y estrategia de marketing.

Tema 12. Posicionamiento y diferenciación.

- Puntualizar en la importancia de cómo distribuir y colocar el producto, en el momento y lugar adecuados.
- Recuerde cómo definir el precio basándose en costos fijos y costos variables, para que no tenga pérdidas la empresa.

Tema 13. Análisis de competencia.

Tema 14. Mercadotecnia de servicios.

- Recuerde puntualizar la importancia del manejo correcto de la promoción de acuerdo al producto.
- Es importante destacar la diferencia de un producto tangible y los servicios, sus características y el valor que tiene el estandarizarlos.

Tema 15. Mercadotecnia global.

- Recuerde que se podrá integrar información de los demás temas vistos en el módulo.
- Enfatizar en las herramientas con las que se cuenta para hacer un análisis sencillo de la situación en el nuevo mercado, como INEGI, cámaras o asociaciones internacionales que maneja cada país.

Uso de rúbricas

La evidencia final del curso tiene asignada una rúbrica con la cual es obligatorio que se califique, esto es muy importante para nuestro modelo de competencias ya que es la forma en la que medimos el desarrollo de las competencias en nuestros alumnos.

Es importante evaluar con la rúbrica que aparece en el apartado de la evidencia final ya que se les estará auditando constantemente su realización efectiva.

Video disponible para calificar con rúbricas en:

- ¿Cómo busco una rúbrica?: <https://youtu.be/QgDKeZv9tAI>
- ¿Cómo califico con una rúbrica?: <https://youtu.be/mAbIsLAgIp4>

Tips importantes

- **Material de capacitación en la plataforma tecnológica Canvas:**
 - Tutorial digital para profesores: <https://bit.ly/2SbMaNK>
 - Tutorial digital para alumnos: <https://bit.ly/35IBnP6>
- **¿En dónde o a quién reporto un error detectado en el contenido del curso?**

Lo puedes reportar a la cuenta atencioncursos@servicios.tecmilenio.mx pero te pedimos que también reportes sugerencias para el contenido y actividades del curso.

- **¿Quién me informa de la cantidad de sesiones y tiempo de cada sesión en las semanas?**

El coordinador docente te debe de proporcionar esta información.

- **¿En qué semanas se aplican los exámenes parciales y el examen final?**

Consulta con tu coordinador docente los calendarios de acuerdo a la modalidad de impartición.

- **¿Tengo que capturar las calificaciones en Banner y en la plataforma educativa?**

Si, es importante que captures calificaciones en la plataforma para que los alumnos estén informados de su avance y reciban retroalimentación de parte tuya de todo lo que realizan en el curso. En banner es el registro oficial de las calificaciones de los alumnos.