

Guía para el Profesor

Estrategias de producto y promoción



ÍNDICE

Introducción	3
Aprendizaje basado en proyectos	3
Competencias del curso	5
Metodología del curso	5
Temario.....	6
Recursos especiales	6
Evaluación	7
Notas de enseñanza por tema.....	8

Introducción

El presente documento tiene la finalidad de mostrarte información esencial para la impartición del curso de nivel maestría que facilitarás. Este manual te será de utilidad para:

1. Conocer en qué consiste la metodología de aprendizaje basado en proyectos y cómo se aplica en las Maestrías de Universidad Tecmilenio
2. Revisar la metodología del curso a impartir
3. Identificar las competencias a desarrollar en cada módulo
4. Conocer los mecanismos de evaluación del curso
5. Conocer y aplicar las notas de enseñanza, es decir, las recomendaciones y sugerencias específicas de parte del equipo de Diseño Académico para optimizar la impartición de la asignatura

Lo anterior te ayudará a encaminar todos tus esfuerzos para lograr los objetivos y competencias del curso con sus estudiantes.

Es importante mencionar que algunos cursos de maestría requieren de recursos especiales, por lo que agregamos una sección en este documento que deberás revisar oportunamente y con detenimiento para poder tener el material listo con antelación.

¡Gracias por aportar tu conocimiento y experiencia a la enseñanza de este curso!

Aprendizaje basado en proyectos (adaptación)

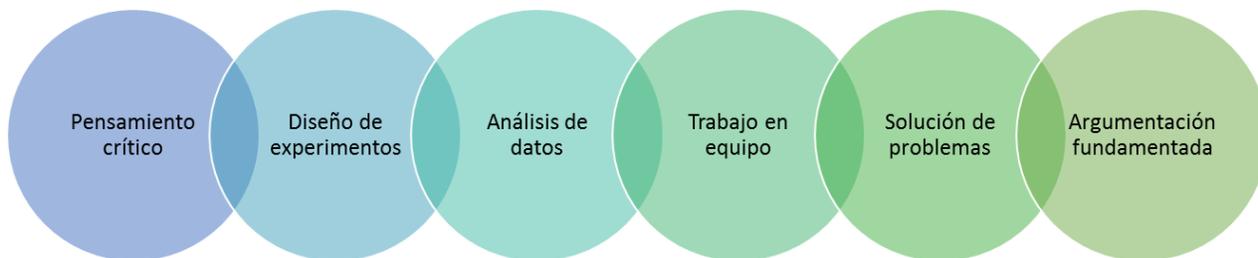
La Universidad Tecmilenio seleccionó el método de proyectos como una de sus técnicas didácticas para promover el aprendizaje significativo con un enfoque constructivista en un modelo educativo por competencias.

El propósito de utilizar una **versión adaptada del aprendizaje basado en proyectos** en los programas de maestría de la Universidad Tecmilenio, es brindar a los estudiantes la oportunidad de enfrentar situaciones que los lleven a interiorizar, comprender y aplicar aquello que aprenden. Se espera que los alumnos utilicen estos conocimientos como una herramienta para resolver problemas o proponer mejoras en las comunidades en donde se desenvuelven, desarrollando así el compromiso con la sustentabilidad como parte de su formación integral.

¿En qué consiste el aprendizaje basado en proyectos?

El aprendizaje basado en proyectos emerge de una visión de la educación en la cual los participantes toman responsabilidad de su propio aprendizaje. Así, los alumnos aplican los conocimientos y habilidades adquiridos a lo largo del curso, los integran a su experiencia actual y estimulan su capacidad de toma de decisiones, liderazgo y responsabilidad.

El participante, al estudiar bajo esta técnica, desarrolla competencias como:



Lo anterior conduce a atractivas experiencias de aprendizaje que involucran a los participantes en proyectos complejos del mundo real.

En la organización de aprendizajes a partir del método de proyectos, el poner al alumno frente a una situación problemática real favorece un aprendizaje más vinculado con el mundo fuera de la institución educativa. Esto le permite adquirir conocimiento mediante la aplicación y no de manera fragmentada o aislada.

¿Cuál es tu papel como maestro impartidor o facilitador en el aprendizaje basado en proyectos?

Como facilitador del curso, es necesario tener conocimiento sobre diferentes metodologías para la administración de proyectos. También se recomienda ampliamente leer y revisar las instrucciones de las evidencias varias veces antes de iniciar el proyecto.

El facilitador puede promover el éxito del proyecto al crear condiciones óptimas de trabajo y, sobre todo, al proveer de retroalimentación oportuna a los participantes. Validar la selección de la empresa de cada alumno y, particularmente, la etapa de diagnóstico de problemas es fundamental para encaminar las propuestas de solución a proyectos viables que el alumno logre finalizar en el tiempo establecido para el curso. Recuerda que este modelo está centrado en el alumno y, por lo tanto, tu rol es más de asesor y colega, no tanto el de un profesor tradicional.

Te recomendamos, además, que identifiques los recursos adicionales (libros, especialistas, materiales en línea) y herramientas tecnológicas (computadoras, impresoras, celulares, tabletas) que facilitarán la realización del proyecto. El facilitador debe hacer hincapié en que los participantes deben hacer buen uso los recursos para llevar a cabo el proyecto, evitando que éste sea muy ambicioso y se torne irrealizable por falta de herramientas o, por el contrario, que el proyecto sea deficiente y no aproveche los materiales disponibles.

Revisa la sección de **metodología del curso** para averiguar cómo se aplica el aprendizaje basado en proyectos en esta asignatura.

Competencias del curso

Al finalizar el curso **Estrategias de producto y promoción**, el participante deberá haber desarrollado y adquirido las siguientes competencias de posgrado en toda su extensión:

Competencia 1	Competencia 2
Analiza el proceso para desarrollar nuevos productos, así como las estrategias de posicionamiento, marca, empaque y etiqueta.	Selecciona la mejor estrategia de promoción de un plan de mercadotecnia para un productor determinado.

Metodología del curso

El curso **Estrategias de producto y promoción** está diseñado bajo el modelo de aprender haciendo que caracteriza a la Universidad Tecmilenio. A través del mismo, adquirirás conocimientos, habilidades y actitudes con los que podrás demostrar tu saber y tu saber hacer. Para lograr este objetivo, realizarás diversas actividades y evidencias, reforzarás/ampliarás tu conocimiento con el estudio del contenido, y compartirás tus experiencias y aprendizajes con otros profesionistas.

Este curso tiene dos módulos, de cuatro temas cada uno. Las evidencias del curso están encaminadas a resolver un problema a través de un proyecto.

Para la realización de tu proyecto, deberás:

- Revisar el manual de proyecto (ver Evidencia 1).
- Definir la problemática a resolver, identificar antecedentes y contexto.
- Elaborar una fundamentación conceptual y proponer una solución.
- Elaborar un resumen ejecutivo y un reporte de proceso.

No olvides revisar la sección de evaluación para conocer a detalle la ponderación de cada entregable.

¡Bienvenido(a) a esta experiencia de aprendizaje!

Evidencias

Las evidencias se deben enviar a través de la plataforma Blackboard en la fecha indicada. Si las actividades se realizaron en forma física ("a mano"), éstas deberán ser digitalizadas para poder ser enviadas a través de dicha plataforma.

La **evidencia 1** de este curso corresponde a la revisión del manual del proyecto, la delimitación de la problemática y los antecedentes. En este entregable se determina el objetivo del proyecto y se presenta un análisis de contexto. Las instrucciones se encuentran en el apartado de Evidencias.

La **evidencia 2** corresponde a la fundamentación y propuesta de solución, y las instrucciones también se encuentran en el apartado de Evidencias. A través de ella, el participante

demostrará su capacidad de aplicar los conocimientos y habilidades que desarrolló a lo largo de los temas revisados en el curso.

La **evidencia 3** es la culminación del proyecto y las instrucciones se encuentran, al igual que las demás, en el apartado de Evidencias. En esta última evidencia, el participante elaborará un resumen ejecutivo e integrará un reporte del proceso seguido.

Tanto tú, en tu capacidad de facilitador, como los participantes, podrán revisar en cualquier momento las instrucciones y rúbricas de evaluación en la sección de Evidencias, ubicada en el lado derecho de la página principal.

Temario

Los temas que se abordarán en este curso son los siguientes:

1. Administración del producto
2. Marca
3. Empaque y etiqueta
4. Desarrollo de nuevos productos
5. Comunicación integral de mercados
6. Estrategia publicitaria
7. Promoción de ventas
8. Relaciones públicas

Recursos especiales

El libro de texto que deberán adquirir los participantes es el siguiente:

- Espejo, J., y Fisher, L. (2011). *Mercadotecnia* (4ª ed.) México: McGraw Hill.
ISBN: 9786071505392
ISBN e-Book: 9781456216238

Este recurso se encuentra disponible en la Biblioteca digital, favor de acceder a la misma para su consulta: <http://biblioteca.itesm.mx>

Las explicaciones de cada tema en Blackboard no sustituyen de ninguna forma la necesidad de adquirir el libro de texto que ha sido designado para este curso. Es importante hacer hincapié en esto con los participantes desde el inicio del curso.

Evaluación

La evaluación del curso se estructura de la siguiente manera:

Unidades	Instrumento Evaluador	Puntos
2	Actividades	20
3	Evidencias	70
1	Examen final	10
Total		100 puntos

Dichos productos se entregarán de acuerdo a la siguiente agenda, que será definida una vez que se hayan **validado fechas y valores con la información disponible en el sistema**:

Actividad	Temas correspondientes	Ponderación
Actividad 1	Tema 1 a 4	10
Evidencia 1	Tema 2	20
Actividad 2	Tema 4 a 8	10
Evidencia 2	Tema 8	30
Evidencia 3	Tema 8	20
Examen final		10
Total		100 puntos

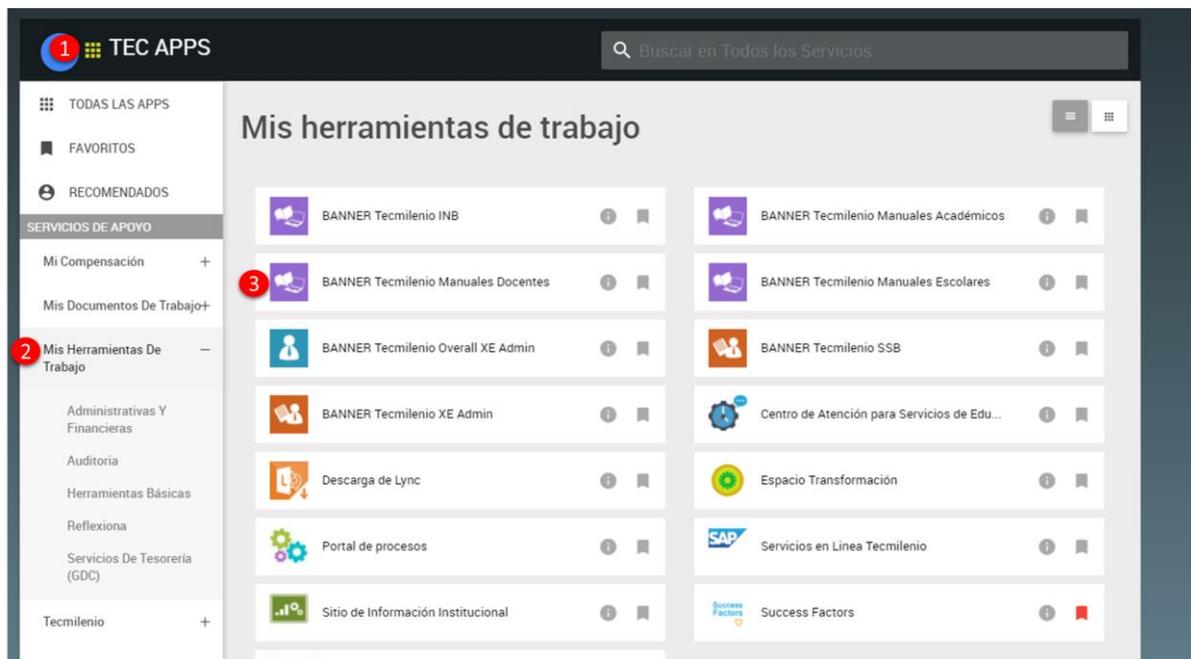
IMPORTANTE:

Estimado profesor, no olvides capturar las calificaciones de tu grupo en las fechas indicadas

Puedes ver un manual para capturar calificaciones siguiendo esta ruta en Mi espacio:
Mi espacio → TEC Apps → Mis Herramientas de Trabajo → BANNER Tecmilenio Manuales Docentes

Si impartes clase de manera presencial, puedes ver un manual para capturar inasistencias siguiendo esta ruta en Mi espacio:

Mi espacio → TEC Apps → Mis Herramientas de Trabajo → BANNER Tecmilenio Manuales



Notas de enseñanza por tema

Antes de iniciar el curso, revisa de manera general los datos y conceptos proporcionados en el mismo con el fin de enriquecer previamente, si lo consideras necesario, la información que se va a impartir.

Un aspecto de gran importancia en el desarrollo de los temas es tu involucramiento como Facilitador para propiciar que la competencia del curso se cumpla. Además, debes preparar a los participantes para que vayan desarrollando propuestas de solución innovadoras a problemas actuales propios del área de estudio.

Enseguida puedes revisar las notas de enseñanza generales y por tema para este curso.

Generalidades

Para la impartición de este curso te sugerimos:

1. Revisar con tiempo la lista de entregables y la agenda en Banner para saber en qué temas y semanas se deben realizar las actividades.
2. Revisar el manual de Blackboard para conocer las mejores formas de mantener una comunicación constante y efectiva con los estudiantes, despejar dudas y motivarlos. Puedes ver un tutorial de la plataforma en esta liga:
<https://drive.google.com/file/d/0Bw75UcLH85hkOHVLaGo3WC1qUDA/view?usp=sharing>
3. Revisar periódicamente el foro de dudas en Blackboard para resolver las preguntas e inquietudes de los participantes acerca de las actividades y la evidencia.
4. Motivar al alumno a participar y realizar sus actividades a tiempo.
5. Proveer retroalimentación constante de las actividades que realizan los participantes.

6. Elaborar una Agenda y subirla a la plataforma para que los participantes puedan visualizar de manera esquemática los temas y actividades que deberán revisar cada semana.
7. Enriquecer el curso con videos o lecturas adicionales.
8. Realizar una sesión inicial para dar una bienvenida al curso y explicar en qué consiste, además de 4 sesiones sincrónicas para repasar los temas revisados y resolver las diferentes dudas que puedan surgir. Para estas sesiones, se utilizará la herramienta de Blackboard Collaborate, que permite incluso grabar la sesión para que los alumnos que no logren asistir puedan consultarla en otro momento. NOTA: dadas las características de nuestros estudiantes de maestría, se recomienda que las sesiones se lleven a cabo después de las 6 de la tarde.
Puedes ver una guía para el uso de Blackboard Collaborate haciendo clic en este enlace:
<https://drive.google.com/file/d/0Bw75UcLH85hkbmd3U3FYZjNtZTA/view>
Puedes ver una guía para organizar las sesiones sincrónicas haciendo clic en este enlace:
<https://drive.google.com/file/d/0Bw75UcLH85hkdjA5bzNCNmllWW8/view?usp=sharing>
9. Recordar (opcionalmente) a los participantes acerca de las entregas de sus actividades por medio de la sección de Avisos de Blackboard.

Tema 1

1. Es importante que el alumno entienda la diferencia entre la amplitud y profundidad, para que pueda identificar de qué maneras se pueden extender las líneas de productos.
2. Comprender cada etapa del ciclo de vida de un producto y cómo este puede pasar de una etapa a otra.
3. Las estrategias de posicionamiento buscan ubicar el producto de cierta manera en la mente del consumidor; es importante que el estudiante pueda entender la ventaja de cada estrategia, para que por sí mismo pueda analizar la publicidad de los productos.

Tema 2

1. Es importante que el alumno identifique las diferencias entre cada estrategia de marca y sus ventajas.
2. El estudiante debe entender el concepto de valor de una marca.
3. Asegurarse de que el alumno conozca las ventajas y el proceso de registrar una marca.

Tema 3

1. Es importante que el alumno conozca las funciones del empaque y etiquetado.
2. El estudiante debe identificar la institución o ley que regule las etiquetas y empaquetado del país al que pertenece.
3. Resaltar la comprensión de las 4 etapas del ciclo de vida de un producto.

Tema 4

1. Es importante que el alumno se enfoque en un producto y asuma que es nuevo en el mercado, para que puedan hacer propuestas de empaque y etiqueta. Puede apoyarse en suposiciones para plantear sus ideas.
2. El estudiante debe comprender qué es un nuevo producto
3. Debe quedar claro el proceso de desarrollo de nuevos productos.

Tema 5

1. Es importante que el alumno comprenda las ventajas que se presentan cuando una empresa trabaja con la comunicación integral de mercados, a solamente tener un plan de mercadotecnia.
2. Es importante que el estudiante identifique las herramientas de la comunicación integral de mercados.
3. Es relevante que el alumno entienda el proceso para lograr una eficiente planeación de la comunicación integral de mercados.

Tema 6

1. En caso de que el estudiante tenga experiencias en contratar algún medio publicitario, para la empresa que trabaja o para su propia compañía, puede comentar las experiencias que tuvo, de forma concreta, informar las razones por las cuales contrató un medio, los posibles problemas que se presentaron, así como los resultados obtenidos.
2. Si hay algún alumno de otro país, podría comentar sobre los medios cuyo costo es alto, puede variar de un país a otro, así como las promociones más usadas.
3. Es relevante que el estudiante entienda las ventajas y desventajas de cada medio.

Tema 7

1. Es relevante que el alumno identifique las ventajas y limitantes de las promociones de ventas.
2. Es importante que el alumno identifique para qué tipo de productos conviene cada técnica de promoción de ventas
3. Hay que dejar claro cuáles son los riesgos o limitantes de las promociones de ventas.

Tema 8

1. Es importante que el estudiante se familiarice con el concepto de promoción de ventas.
2. El alumno debe entender la naturaleza de las relaciones públicas.

3. El estudiante debe identificar las diferentes herramientas de las relaciones públicas, así como sus ventajas y desventajas.