



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

Universidad de Quintana Roo
 División de Desarrollo Sustentable
 Secretaría Técnica de Docencia



Programación de 16 semanas
 Primavera de 2017

Estimado Profesor(a) de la División de Desarrollo Sustentable, éste es el formato unificado de 16 semanas; utilice el tabulador para trasladarse ente los campos, y cuando requiera generar una entrada adicional, presione la tecla "ENTER".

Asignatura: | _ACPMN-102 |

Clave: | MERCADOTECNIA 2 |

Docente: | IRAÍS CABRERA HUITRÓN |

Horario:

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
	11:00-13:00/106		11:00-13:00/106		

Objetivo General de la Asignatura | Al finalizar el curso el alumno demostrará tener los conocimientos necesarios para identificar los retos que se presentan al inicio de las operaciones de una empresa o proyecto de negocio, con base en la situación actual del entorno con el fin de planear y desarrollar estrategias de mercadotecnia que resuelvan los problemas que se presentan en las organizaciones. Será capaz de desarrollar habilidades para analizar las oportunidades y obstáculos en los negocios tradicionales y en línea como nuevo campo de negocios |

Programación de 16 semanas

Semana	Temas	Estrategias de Aprendizaje	Bibliografía (solo número de referencia)
1	Presentación de la materia	Presentación de la materia	1,2



Universidad de Quintana Roo
División de Desarrollo Sustentable
Secretaría Técnica de Docencia



División de
 Desarrollo
 Sustentable

UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

Programación de 16 semanas
 Primavera de 2017

<p>(Enero 16 al 20)</p> <p>INICIO DE CICLO PRIMAVERA 2016</p> <p>16 de enero, fecha límite para cubrir cuotas</p> <p>Periodo de altas y bajas académicas.</p> <p>UNICAMENTE ESTA SEMANA</p>	<p>American Marketing Association</p> <p>Conceptos básicos </p>	<p>Exposición por parte de la profesora</p> <p>Ejercicio en equipo </p>	
<p>2</p> <p>(Enero 23 al 27)</p>	<p>Unidad I. Modelos de planes de negocio</p> <p>a. Modelo Canvas</p> <p>i. Qué es?</p> <p>ii. Áreas principales de un negocio </p>	<p>Exposición por parte de la profesora </p>	<p>1 </p>
<p>3</p> <p>(Enero 30 al 3 de Febrero)</p>	<p>iii. Módulos básicos del modelo Canvas</p> <p>b. Plan de marketing</p> <p>c. Otros modelos de negocio</p> <p>Responsabilidad Social Corporativa en los modelos de negocios </p>	<p>Exposición por parte de la profesora</p> <p>Lectura</p> <p>Elección de una empresa por equipo para desarrollar un plan de marketing </p>	<p>1,2 </p>
<p>4</p> <p>(Feb. 6 al 10)</p>	<p>Unidad II. La empresa</p> <p>i. Misión, visión, objetivos, valores y filosofía</p> <p>ii. Branding</p> <p>1. IMPI</p> <p>2. Elementos de la identidad</p>	<p>Exposición por parte de la profesora</p> <p>Exposición de la investigación de los alumnos IMPI </p>	<p>2,3,4 </p>



Universidad de Quintana Roo
División de Desarrollo Sustentable
Secretaría Técnica de Docencia



División de
Desarrollo
 Sustentable

UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

Programación de 16 semanas
 Primavera de 2017

<p>Lunes 6 de febrero suspensión de labores por 5 de febrero</p> <p>10 de febrero, último día para solicitar bajas temporales y seguro facultativo</p>	<p>corporativa(imagen corporativa)</p> <p>iii. El producto y su ciclo de vida</p> <p>iv. El mercado objetivo</p>		
<p align="center">5</p> <p align="center">(Feb. 13 al 17)</p> <p>Única semana para solicitar evaluaciones especiales</p>	<p>1. Factibilidad financiera</p> <p>i. Ingresos y egresos esperados del proyecto</p> <p>ii. Periodo de recuperación (payload, paycash, payout o payoff)</p>	<p>Exposición de la profesora</p> <p>Ejercicio de los alumnos de observación en una empresa real</p>	<p align="center">1, 2, 5,6</p>
<p align="center">6</p> <p align="center">(Feb. 20 al 24)</p>	<p>2. Factibilidad económica</p> <p>i. Inversión</p> <p>1. ROI</p> <p>ii. Estructura de costos</p> <p>iii. Volumen de ventas y Estimaciones de ventas periódicas</p>	<p>Exposición de la profesora</p> <p>Parcial 1: Exposición de los alumnos sobre la empresa elegida (23 de febrero)</p>	<p align="center">1,2, 5,6</p>
<p align="center">7</p> <p align="center">(Feb. 27 al 3 Marzo)</p> <p>Demanda para ciclo verano</p>	<p>Unidad III. El plan de marketing</p> <p>Análisis de la situación y exploración del entorno</p> <p>a. Ambientes social y cultural</p> <p>b. Ambiente financiero</p> <p>c. Ambiente del gobierno</p>	<p>Exposición por parte de la profesora</p> <p>Lectura</p>	<p align="center">2</p>
<p align="center">8</p>	<p>Análisis e investigación de mercado</p> <p>a. Análisis cualitativos y cuantitativos</p>	<p>Exposición por parte de la profesora</p>	<p align="center">1,2,7</p>



Universidad de Quintana Roo
División de Desarrollo Sustentable
Secretaría Técnica de Docencia



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

Programación de 16 semanas
 Primavera de 2017

(Marzo 6 al 10) Autorización de evaluaciones especiales en SAE		Lectura de caso	
9 (Marzo 13 al 17) Autorización de evaluaciones especiales en SAE	Análisis de la competencia a. Benchmarking i. Marca ii. Producto o servicio iii. Precios iv. Estructura v. Procesos vi. Recursos humanos vii. Tecnología viii. Imagen ix. Proveedores	Exposición de la profesora	1,2,3
10 (20 al 24 de Marzo) 20 de marzo suspensión de labores por 21 de marzo Semana de inscripciones a evaluaciones especiales	b. Joint Venture	Exposición por parte de la profesora Parcial 2: Exposición de video de Benchmarking (jueves 23 de marzo)	2,3
11	Unidad IV. Implementación del Plan de marketing 1. Análisis SWOT	Exposición por parte de la profesora	1,2,3



Universidad de Quintana Roo
División de Desarrollo Sustentable
Secretaría Técnica de Docencia



División de
Desarrollo
Sustentable

UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

Programación de 16 semanas
 Primavera de 2017

(27 de Marzo al 31)	2. MatrizAnsoff 3. Matriz Boston Consulting Group		
12 (3 al 7 de Abril)	4. Objetivos de mercadotecnia 5. Estrategias de mercadotecnia 6. Tácticas de mercadotecnia	Exposición por parte de la profesora	1,2,3
10 al 21 de Abril Suspensión de labores por Semana Santa			
13 (Abril 24 al 28) Aplicación de Evaluaciones Especiales	La presentación del plan de marketing	Exposición por parte de la profesora	1,5,6
14 (1 al 5 de Mayo) Lunes 1 suspensión de labores 5 de Mayo viernes, suspensión de labores 2 al 5 registro de calificaciones EE	Unidad IV. Negocios en línea 1. Conceptos básicos del comercio electrónico 2. Plan de negocios en el comercio electrónico 3. Ventaja competitiva 4. Brick&Mortar 5. Modelos de negocios en línea (B2B, B2C, C2C, P2P, M2P)	Exposición por parte de la profesora Revisión de avances de proyecto final	8



Universidad de Quintana Roo
División de Desarrollo Sustentable
Secretaría Técnica de Docencia



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

Programación de 16 semanas
 Primavera de 2017

<p align="center">15</p> <p align="center">(Mayo 8 al 12 de Mayo)</p>	<p>Revisión de avance de proyecto final</p>	<p>Exposiciones finales</p>	
<p align="center">16</p> <p align="center">(Mayo 15 al 19)</p> <p align="center">19 de mayo fin de cursos Primavera 2014</p>	<p>Exposiciones finales</p>	<p>Entrega de calificaciones</p>	
<p align="center">(19 de mayo al 23)</p>	<p><u>Reposición de Exámenes</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Aplicación de exámenes Finales.</u> 2. <u>Periodo de registro de calificaciones en el Portal SAE por parte de los Profesores y entrega de impresión del registro en el área de Administración Escolar. -</u> 	<p align="center">29 de Mayo inicia ciclo de Verano 2017</p>	

Políticas de clase/Procedimientos para evaluar el aprendizaje:

- ✓ Las tareas se entregarán en tiempo y forma al correo: irais.tareas@gmail.com, si no se entregan en la fecha y hora indicadas no se tomarán en cuenta. Las tareas en equipo deberá entregarlas el líder del mismo a la dirección de correo electrónico arriba mencionada.
- ✓ En el proyecto final se evaluarán los siguientes aspectos: respaldo teórico, congruencia a lo largo de todo el proyecto, creatividad y presentaciones oral y escrita.
- ✓ EVIDENCIA DE CONOCIMIENTO: Presentación ejecutiva del proyecto final en Power Point.



Universidad de Quintana Roo
División de Desarrollo Sustentable
Secretaría Técnica de Docencia



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

Programación de 16 semanas
Primavera de 2017

- ✓ EVIDENCIA DE DESEMPEÑO Entrega de avances del proyecto final
- ✓ EVIDENCIA DE ACTITUDES: Participación activa y positiva: a través de la asistencia y opiniones fundamentadas; actitud crítica: a través del análisis de los datos e información, responsabilidad: a través de la entrega de tareas profesionales, interés en aprender: a través de la realización de las prácticas independientes.

Criterios de evaluación:

1. Proyecto final	40%
2. Evaluaciones parciales (15%c/u)	30%
3. Tareas	20%
1. Actitudes	10%
TOTAL	100%

Referencias Bibliográficas para el curso.

1. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). Generación de modelos de negocio. *Grupo Planeta, Madrid.*
2. Cohen, A. (2001). William El Plan de Marketing Procedimientos Formularios Estrategia y Técnica, 2da. Edición, Editorial Deusto.
3. Stanton, William J., Etzel, Michael, Walker, Bruce. (2007). Fundamentos de marketing. México: McGraw-Hill
4. Kotler, P., y Armstrong, G. (1998). *Fundamentos de mercadotecnia.* México: Prentice Hall Hispanoamérica.
5. Lerma, A. (2013). *Planeación comercial: guía práctica.* México: Alfaomega
6. Wesetwood, J. (2001) *Cómo crear un plan de marketing.* Barcelona
7. Malhotra, N.(2004). *Investigación de Mercados: un enfoque aplicado.* Pearson educación.
8. Cavazos, J.(2006). *Comercio electrónico: un enfoque de modelos de negocio.* Compañía Editorial Continental

Referencias Bibliográficas complementarias o sugeridas.

1. Tzu, S. (2006). *El arte de la guerra* (Vol. 54). Edaf
2. Ries, Al. (1988). *La guerra de la mercadotecnia.* México: McGraw-Hill.
3. Hernández, C. , Del Olmo, R. y García, J. (2000). *El plan de marketing estratégico.* Barcelona: Gestión



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

Universidad de Quintana Roo
División de Desarrollo Sustentable
Secretaría Técnica de Docencia

Programación de 16 semanas
Primavera de 2017



Notas Adicionales:

Fuentes de consulta en línea y bases de datos:

Biblioteca Digital de la UQROO (EBSCO, ProQuest, etc.)

Browsers académicos: Scirus y Google Académico.

Medios digitales en línea: Biblioteca Digital Mundial (UNESCO), Google Books