



# UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

Procedimiento: Formación profesional- Enseñanza aprendizaje frente a grupo

## Paquete Didáctico

Datos generales	
Unidad académica:	Chetumal ( ) Cozumel (X) Playa del Carmen ( ) Cancún ( )
División académica:	DCI ( ) DCPH ( ) DCS ( ) DCSEA ( ) DICA ( ) DDS (X) UAPC ( )
Departamento académico:	Estudios Sociales y Empresariales
Programa Educativo:	Mercadotecnia y Negocios
Nombre de la asignatura:	Temas selectos de Mercadotecnia 1.
Clave de la asignatura:	ACPMN-119
Nombre del Docente:	María de Jesús Moo Canul
Horario y Aula:	Lunes 16:00 a 18:00 y miércoles de 16:00 a 18:00 horas, aula 203 y plataforma Microsoft Teams.
Total de horas del curso:	64 horas

Competencias/Objetivos genéricos que se favorecen	
Competencia/Objetivo disciplinar de la asignatura:	Identifica el nivel de posicionamiento local de un negocio dado y los requisitos necesarios para potenciarlo hacia un mercado global determinado.
Propósito/Justificación de la Asignatura:	Desarrollar la capacidad para potenciar el crecimiento eficiente del área de <i>Marketing</i> con base a la estrategia global de la organización. Aplicar los conocimientos en la práctica. Tener habilidad para trabajar de forma autónoma. Adquirir capacidad de toma de decisiones. Adquirir conocimientos sobre el área de <i>Marketing</i> . Tener capacidad de análisis sobre las nuevas tendencias de la teoría y práctica del <i>Marketing</i> .
Código de comportamiento:	<b>Alumno:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Conectarse puntualmente a la hora de clase y verificar y mantener los micrófonos apagados, hasta el momento de resolución de dudas.</li><li>- Respetar a los miembros de la comunidad universitaria.</li><li>- Cumplir en tiempo y forma las actividades del curso de acuerdo con la planificación.</li><li>- Evitar plagio académico en cualquiera de sus modalidades. Esta falta será verificada mediante software especializado y notificada a la Jefatura del Departamento Académico.</li><li>- Evitar malas prácticas en la presentación de exámenes virtuales, cuya sanción será la nulidad de la calificación.</li><li>- Participar proactivamente y estar en disposición para el trabajo colaborativo durante el desarrollo de la asignatura.</li><li>- En caso de dificultades tecnológicas deberá notificarlo al docente al inicio del curso o en cuanto suceda la eventualidad que afecte su desempeño académico.</li></ul> <b>Docente:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Respetar a los miembros de la comunidad universitaria.</li></ul>



# UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

Procedimiento: Formación profesional- Enseñanza aprendizaje frente a grupo

- Mostrar disponibilidad y apertura al intercambio de ideas.
- Diversificar los métodos y técnicas de evaluación del aprendizaje de acuerdo con la asignatura y programa de contenido.
- Conectarse puntualmente a la hora de clase acordada al inicio del curso.
- Retroalimentar las actividades y trabajos que el alumno entregue.
- Notificar previamente en caso de sustitución por grabación asincrónica.
- Cumplir en tiempo y forma con el objetivo de aprendizaje del curso.

Secuencia didáctica de la Unidad I

## Competencia/Objetivo de la Unidad

Identifica el nivel de posicionamiento local de un negocio dado con potencial global. Trabaja de forma autónoma.

Unidad I		Definición del concepto de negocio				
Semana	Temas.	# de horas	Resultados de aprendizaje/objetivo específico del tema	Estrategias de enseñanza-aprendizaje del docente (instructivo)	Actividades de aprendizaje del alumno	Productos esperados/evaluaciones de aprendizaje
<b>Semana 1 (24-28 AGO)</b>  <i>Periodo de altas y bajas (Para contar con 6 movimientos sin costo, el alumno deberá haber cubierto su cuota de inscripción) 28 de agosto. 21 aniversario de creación de la Unidad Cozumel Periodo para que los alumnos soliciten seguro facultativo.</i>	Presentación del curso y encuadre. 1.1 Análisis del entorno económico. 1.2 Análisis del entorno social y cultural.	4	El estudiante comprenderá los elementos básicos sobre la investigación del mercado en el entorno económico, social y cultural. Aplicará sus conocimientos previos para desarrollar una propuesta de análisis del posicionamiento local de un negocio/producto dado con potencial global.  Demuestra que trabaja de forma autónoma.	Exposición-diálogo en la sesión 1 en videoconferencia en el horario de clase asignada.  Dirección del trabajo autónomo.	Actividad 1. (31 ago). Por equipos de 4 integrantes, identificar un negocio/producto sobre la cual realizará su proyecto integrador. Realizar una grabación de la exposición de análisis del entorno de entre 15 a 20 min. En un documento de Word copiar y pegar el link de esta y subirlo en la plataforma MICROSOFT TEAMS. Recuerda poner los datos de los integrantes del equipo.	Actividad 1. (30 ago.) <b>Presentación oral #1</b> , análisis del entorno.
<b>Semana 2 (31 AGO-4 SEPT)</b>	1.1 Análisis del entorno económico. 1.2 Análisis del entorno social y cultural.	4	Demuestra que trabaja de forma autónoma.	Retroalimentación de la actividad 1. Exposición-diálogo en la sesión 1 en videoconferencia en el horario de clase asignada.  Dirección del trabajo	Recibe retroalimentación y realiza ajustes.  Actividad 2. (4 sep). Por equipos, fundamentar el bosquejo del proyecto y realizar un informe con el análisis del entorno político,	Actividad 2. (4 sep). Breve informe de la propuesta (3 cuartillas fundamentadas). Incluir referencias. Subir en la plataforma Teams.



# UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

Procedimiento: Formación profesional- Enseñanza aprendizaje frente a grupo

				autónomo.	económico y social de este.	
<b>Semana 3 (7-11 SEPT)</b>	1.3 Definición de objetivos 1.4 Estrategia de producto/mercado 1.5 Estrategia de segmentación global	4	Demuestra que trabaja de forma autónoma.	Exposición-diálogo en la sesión 1 en videoconferencia en el horario de clase asignada.  Dirección del trabajo autónomo.	Actividad 3. (11 sept). De manera individual, elabora un cuadro sinóptico en donde explique las categorías de estrategias de los temas 1.4 y 1.5.	Actividad 3. Cuadro sinóptico. Subir en la plataforma Teams.
<b>Semana 4 (14-18 SEPT)</b>	1.3 Definición de objetivos 1.4 Estrategia de producto/mercado 1.5 Estrategia de segmentación global 1.6 Posicionamiento <b>MIÉRCOLES 16 SEP. INHÁBIL</b>	4	El estudiante demostrará sus habilidades de trabajo autónomo y desarrollará la continuación de la conceptualización del negocio/producto.	Exposición-diálogo en la sesión 1 en videoconferencia en el horario de clase asignada.  Dirección del trabajo autónomo.	Actividad 4. (18 sept). Por equipo, elaboración de un informe con el bosquejo de los objetivos, estrategias y posicionamiento del negocio/producto conforme a las estrategias con enfoque global (3 cuartillas).	Actividad 4. Bosquejo de los objetivos, estrategias y posicionamiento o del negocio/producto. Subir en la plataforma Teams.

## Secuencia didáctica de la Unidad 2

### Competencia/Objetivo de la Unidad 2

Aplica los conocimientos adquiridos en su análisis. Trabaja de forma autónoma.

Unidad 2		Definición de la mezcla de mercadotecnia				
Semana	Temas.	# de horas	Resultados de aprendizaje/objetivo específico del tema	Estrategias de enseñanza-aprendizaje del docente (instructivo)	Actividades de aprendizaje del alumno	Productos esperados/evidencias de aprendizaje
<b>Semana 5 (21-25 SEPT)</b>	2.1 Estrategias para mezcla de mercadotecnia 2.2 Estrategias de productos internacionales.	4	El estudiante recordará los elementos básicos para la elaboración de la mezcla de mercadotecnia y le dará un enfoque al entorno global del negocio/producto	Exposición-diálogo en la sesión 1 en videoconferencia en el horario de clase asignada.  Dirección del trabajo autónomo.	Aplicará la temática a su proyecto integrador.	N/A



# UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

## Procedimiento: Formación profesional- Enseñanza aprendizaje frente a grupo

<b>Semana 6</b> <b>(28 SEPT-2 OCT)</b>	2.3 Estrategia de fijación de precios. 2.4 Decisiones sobre el canal de distribución.	4	El estudiante recordará los elementos básicos para la elaboración de la mezcla de mercadotecnia y tomará decisiones sobre la fijación de precios y distribución del canal de distribución, con un enfoque al entorno global del negocio/producto.	Exposición-diálogo en la sesión 1 en videoconferencia en el horario de clase asignada.  Dirección del trabajo autónomo.	Actividad 5. (02 oct). Por equipos sobre la cual realizará su proyecto integrador, realizar una grabación de la exposición, de entre 15 y 20 minutos, de la primera mitad de los avances. En un documento de Word copiar y pegar el link de esta y subirlo en la plataforma MICROSOFT TEAMS. Recuerda poner los datos de los integrantes del equipo.	<b>Actividad 5. Presentación oral #2</b>
<b>Semana 7</b> <b>(5-9 OCT)</b>	Cierre de la unidad 2.	4	Con base en la retroalimentación previa, el estudiante corregirá los aspectos a mejorar de sus propuestas. El estudiante recordará los elementos básicos para el diseño de una estrategia de potenciación global de Mercadotecnia de su proyecto.	Exposición-diálogo en la sesión 1 en videoconferencia en el horario de clase asignado para resolución de dudas en tiempo real.  Dirección del trabajo autónomo.	Actividad 6 (09 oct.) Entrega del documento de avances del proyecto integrador. Debe contener la información trabajada previamente, con las observaciones previas atendidas, contenido en un solo documento y de acuerdo con el esquema del proyecto.	Actividad 6. Documento de avance #1. Subir en la plataforma Teams.
<b>Semana 8</b> <b>(12-16 OCT)</b>	Cierre de la unidad 2.		Con base en la retroalimentación previa, el estudiante corregirá los aspectos a mejorar de sus propuestas. El estudiante recordará los elementos básicos para el diseño de una estrategia de potenciación global de Mercadotecnia de su proyecto.	Exposición-diálogo en la sesión 1 y 2 en videoconferencia en el horario de clase asignado para retroalimentación, en tiempo real, del avance 1. En la sección de publicaciones se señalará el día y horario por equipos.  Dirección del trabajo autónomo.	Retroalimentación en las sesiones 1 y 2 por equipos asignados según día y horario publicado en Microsoft Teams.	Asistencia a la retroalimentación por equipos.



# UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

Procedimiento: Formación profesional- Enseñanza aprendizaje frente a grupo

<b>Semana 9</b> <b>(19-23 OCT)</b>	Cierre de la unidad 2.		Con base en la retroalimentación previa, el estudiante corregirá los aspectos a mejorar de sus propuestas. El estudiante recordará los elementos básicos para el diseño de una estrategia de potenciación global de Mercadotecnia de su proyecto.	Exposición-diálogo en la sesión 1 en videoconferencia en el horario de clase asignado para retroalimentación, en tiempo real, del avance 1. En la sección de publicaciones se señalará el día y horario por equipos.  Dirección del trabajo autónomo.	Retroalimentación en la sesión 1 por equipos asignados según día y horario publicado en Microsoft Teams.	Asistencia a la retroalimentación por equipos.
---------------------------------------	------------------------	--	---	---	--	--

## Secuencia didáctica de la Unidad 3

### Competencia/Objetivo de la Unidad

Diseña una estrategia de potenciación global de mercadotecnia. Trabaja de forma autónoma.

Unidad 3		Definición de estrategias de potenciación				
Semana	Temas.	# de horas.	Resultados de aprendizaje/objetivo específico del tema	Estrategias de enseñanza-aprendizaje del docente (instructivo)	Actividades de aprendizaje del alumno	Productos esperados/evidencias de aprendizaje
<b>Semana 10</b> <b>(26-30 OCT)</b>	3.1 Programas de acción. 3.2 Presupuestos. 3.3 Sistemas de seguimiento y control de resultados.	4	El estudiante recordará los elementos básicos para el diseño de una estrategia de potenciación global de Mercadotecnia de su proyecto.	Exposición-diálogo en la sesión 1 en videoconferencia en el horario de clase asignada.  Dirección del trabajo autónomo.	Actividad 7 (30 oct). Realizará el diseño de programas de acción, presupuestos y controles de resultados del proyecto integrador.	Actividad 7. Documento con la aplicación al proyecto del tema 3.1-3.3. Subir en la plataforma Teams.

## Secuencia didáctica de la Unidad 4

### Competencia/Objetivo de la Unidad 4

Determina los factores a estudiar para decidir si la organización debe salir o no al extranjero. Identifica las



# UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

Procedimiento: Formación profesional- Enseñanza aprendizaje frente a grupo

principales formas de entrada a mercados extranjeros.

Unidad 4		Diseño de ofertas para el mercado global				
Semana	Temas.	# de horas.	Resultados de aprendizaje/objetivo específico del tema	Estrategias de enseñanza-aprendizaje del docente (instructivo)	Actividades de aprendizaje del alumno	Productos esperados/evidencias de aprendizaje
<b>Semana 11 (2-6 NOV)</b>	<b>02 nov inhábil</b> 4.1 La decisión de salir o no al extranjero. 4.2 La decisión de a qué mercados entrar. 4.3 La decisión de cómo entrar en el mercado. 4.4 La decisión respecto a la organización de marketing	4	El estudiante analizará los tópicos presentados y tomará las decisiones pertinentes sobre el proyecto que ha estado desarrollando.	Exposición-diálogo en la <b>sesión 2</b> en videoconferencia en el horario de clase asignado para resolución de dudas en tiempo real  Dirección del trabajo autónomo.	Actividad 8 (09 nov). Elaboración del bosquejo de las decisiones tomadas sobre cómo, a qué mercados y la estructura organizacional de marketing propuesta.	Actividad 8. Documento con la aplicación al proyecto del tema 4.1-4.4. Subir en la plataforma Teams.

## Secuencia didáctica de la Unidad 5

### Competencia/Objetivo de la Unidad 5

Presenta y defiende los elementos de un plan de mercadotecnia internacional basándose en el análisis de la situación de la empresa y la exploración del entorno internacional, estableciendo metas y objetivos afines a la una organización determinada.

Unidad 5		La planificación del Marketing global				
Semana	Temas.	# de horas.	Resultados de aprendizaje/objetivo específico del tema	Estrategias de enseñanza-aprendizaje del docente (instructivo)	Actividades de aprendizaje del alumno	Productos esperados/evidencias de aprendizaje
<b>Semana 12 (9-13 NOV)</b>	5.1 Aspectos básicos: Introducción y ajustes del proyecto	4	El estudiante aplicará sus conocimientos previos para desarrollar una propuesta de planificación del marketing global del negocio/producto	Exposición-diálogo en la sesión 1 en videoconferencia en el horario de clase asignado para resolución de dudas en tiempo real.  Dirección del trabajo	Actividad 09. (13 nov). Por equipos sobre la cual realizará su proyecto integrador, realizar una grabación de la exposición, de entre 15 y 20 minutos, de la segunda mitad de los avances. En un documento	<b>Actividad 9. Presentación oral #3</b>



# UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

Procedimiento: Formación profesional- Enseñanza aprendizaje frente a grupo

	integrador.		dado con potencial global.	autónomo.	de Word copiar y pegar el link de esta y subirlo en la plataforma MCROSOFT TEAMS. Recuerda poner los datos de los integrantes del equipo.	
<b>Semana 13</b> <b>(16-20 NOV)</b>	<b>LUNES 16 DE NOV.</b> <b>INHÁBIL.</b> 5.2 El plan de Marketing global	4	El estudiante analizará los tópicos presentados y tomará las decisiones pertinentes sobre el proyecto que ha estado desarrollando.	Exposición-diálogo en la <b>sesión 2</b> en videoconferencia en el horario de clase asignado, con el fin de dar retroalimentación, en tiempo real, del avance. Sin asignación de equipos. Libre.  Dirección del trabajo autónomo.	Actividad 10 (20 nov.) Retroalimentación en la sesión 2 y entrega del documento de avances 2 del proyecto integrador. Debe contener la información trabajada previamente, con las observaciones previas atendidas, contenido en un solo documento y de acuerdo con el esquema del proyecto.	Actividad 10 Entrega del documento de avances 2 del proyecto integrador.
<b>Semana 14</b> <b>(23-27 NOV)</b>	5.2 El plan de marketing global	4	El estudiante analizará los tópicos presentados y tomará las decisiones pertinentes sobre el proyecto que ha estado desarrollando.	Exposición-diálogo en la <b>sesión 1 y 2</b> en videoconferencia en el horario de clase asignado para retroalimentación, en tiempo real, de dudas generales sobre el proyecto integrador, sin asignación de equipos y horarios.  Dirección del trabajo autónomo.	Retroalimentación sobre el proyecto integrador.	Asistencia a la retroalimentación por equipos.
<b>Semana 15</b> <b>(30 NOV-4 DIC)</b>	5.2 El plan de marketing global	4	El estudiante analizará los tópicos presentados y tomará las decisiones pertinentes sobre el proyecto que ha estado desarrollando.	Exposición-diálogo en la <b>sesión 1</b> en videoconferencia en el horario de clase asignado para retroalimentación, en tiempo real, de dudas generales sobre el proyecto integrador, sin asignación de equipos y horarios.  Dirección del trabajo autónomo.	Retroalimentación general en la sesión 1.  (04 dic) Elaboración y entrega del proyecto integrador. Por equipos sobre la cual realizará su proyecto integrador, realizar una grabación de la exposición, de entre 15 y 20 minutos, del proyecto integrado. En un documento de Word copiar y pegar el link de esta y subirlo en la plataforma MCROSOFT TEAMS. Recuerda poner los datos de los integrantes del equipo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Entrega del proyecto integrador.</li> <li>Presentación final del proyecto.</li> </ul>
<b>Semana 16</b>	---	4	El estudiante recibe retroalimentación de	Los resultados finales serán publicados en la	NA	Resultados.



# UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

Procedimiento: Formación profesional- Enseñanza aprendizaje frente a grupo

(7-11 DIC)		sus resultados.	plataforma Microsoft Teams el 11 de diciembre		
------------	--	-----------------	---	--	--

Criterios de Evaluación		
Estrategia de evaluación	Fecha de evaluaciones (ajustes según desarrollo de la clase)	Ponderación
Actividades y entrega de avances integradores (10).	En el programa	55%
Presentación oral de avances (3).	En el programa	15%
Documento ejecutivo del plan (1) y video de presentación (1).	04 diciembre	30%
	<b>Total 100%</b>	

## Notas

- La sesión 1 de cada semana será por videoconferencia a través de la plataforma MICROSOFT TEAMS y el tiempo para la sesión 2 se destinará para realizar la actividad de la semana y resolver dudas a través de la plataforma.
- La hora de inicio de la conexión será acordada en la primera sesión de clase, el estudiante que no pueda estar presente en la conexión podrá observar de nuevo la grabación en la misma plataforma, a más tardar 48 hrs después de la sesión. Esto no lo exime de la entrega de la actividad de la semana.
- En la plataforma MICROSOFT TEAMS se destinará un espacio para dudas y comentarios, el cual será el medio para resolverlas. Podrán plasmar estas inquietudes en cualquier momento, pero serán resueltas durante el horario de la sesión 2.
- Las tareas y trabajos serán subidos en la plataforma MICROSOFT TEAMS y el documento se nombrarán con el número de la actividad, primer apellido y nombre del alumno y nombre de asignatura. Dentro del documento llevará la misma información. Ejemplo: Actividad\_1\_Moo\_María\_Temas\_selectos\_1
- Los tareas y trabajos serán subidos en la plataforma MICROSOFT TEAMS, hasta la fecha y hora establecida para esa actividad, por lo que a consideración de esto y con base al justificante entregado por el alumno, PODRÁN SER RECIBIDAS AL 80% DE SU VALOR dentro de los 10 días naturales posteriores a la fecha fijada en la programación, por respeto a los compañeros que entregaron en tiempo y forma. Las actividades entregadas después de ese tiempo no serán evaluadas.

## Bibliografía Básica

1. Material adicional proporcionado por el docente
2. Acerenza, Miguel Angel (1994). Marketing internacional: un enfoque metodológico hacia la exportación. México: Trillas.
3. Cohen, W. A. (2001). *El plan de marketing. Procedimientos, formularios, estrategia y técnica*. (2da ed.). Bilbao, España: Deusto.
4. Keegan, Warren J. (1998). Fundamentos de mercadotecnia internacional. México: Pearson educación.
5. Kotler, P. (2001). *Dirección de Marketing*. (R. L. Escalona García, Trad.) (10ª ed.). México: Pearson educación.
6. Mercado H., Salvado (2003). Comercio internacional I: mercadotecnia internacional importación-exportación. México: Limusa.

## Bibliografía complementaria

### Referencias que el docente sugiere (físicas y/o digitales)

1. Kotabe, Masaaki (2000). Global marketing management. Nueva York: John Wiley & Sons.
2. Bancomext (2001). Mercadotecnia internacional. México: Bancomext.

Elaborado por



# UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

Procedimiento: Formación profesional- Enseñanza aprendizaje frente a grupo

<i>Mtra. María de Jesús Moo Canul</i>
Correo electrónico
<i>mariajmc@uqroo.edu.mx</i>
Revisado por
<i>Mtra. Julia Sderis Anaya Ortiz. Jefa del departamento ESyE</i>
Fecha de entrega
<i>03 de septiembre 2020</i>