

INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
ESCUELA SUPERIOR DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN
UNIDAD SANTO TOMÁS
FORMACIÓN BÁSICA DISCIPLINARIA E INTEGRAL

FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA



FEBRERO/JULIO 2016

Buenos días

CÓMO ME ENCUENTRO EL DÍA DE HOY



ENCUADRE

Libros

Videos

Ejercicios

El material que a continuación se presenta forma parte de una serie de estrategias didácticas diseñadas, todas y cada una de ellas, para desarrollar las competencias que demanda el Programa de Estudios de la Asignatura **FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA** que se cursa en el Primer Nivel de Formación Básica Disciplinaria e Integral del Plan de Estudios del Instituto Politécnico Nacional, a impartir en la Escuela Superior de Comercio y Administración, Unidad Santo



**Cada persona, en su existencia,
puede tener dos actitudes: construir
o plantar.**

**Los constructores un día terminan
aquello que estaban haciendo y
entonces les invade el tedio.**

**Los que plantan a veces sufren con
las tempestades y las estaciones,
pero el jardín jamás para de crecer**

Paulo Coelho.

Entrega a cada uno de los participantes de los siguientes documentos:

- 1. Programa de la asignatura**
- 2. Cardex de asistencia, bimestral, por equipo**
- 3. Copia de los diaporamas del Encuadre y Unidad I, del temario de la Asignatura.**
- 4. Manual de Procedimientos para participación en las sesiones grupales, durante el semestre.**
 - Informe sobre los Acuerdos de la Academia con relación a: asistencia, evaluación y trabajos a realizar.**



Mientras nos organizamos,
LEVANTE LA MANO si conoce
la respuesta que corresponde
a las preguntas siguientes:



¿Cuándo se inauguró la Escuela Superior de Comercio y Administración (ESCA)?

A) 1865

B) 1845

C) 1875

B) 1845

¿Cuántas carreras oferta la ESCA, Sto. Tomás

**A) Tres presenciales y tres
virtuales**

**B) Cuatro presenciales y
cuatro virtuales**

**C) Cuatro presenciales y
tres virtuales**

**B) Cuatro presenciales y
cuatro virtuales**



¿Qué es el SATCA

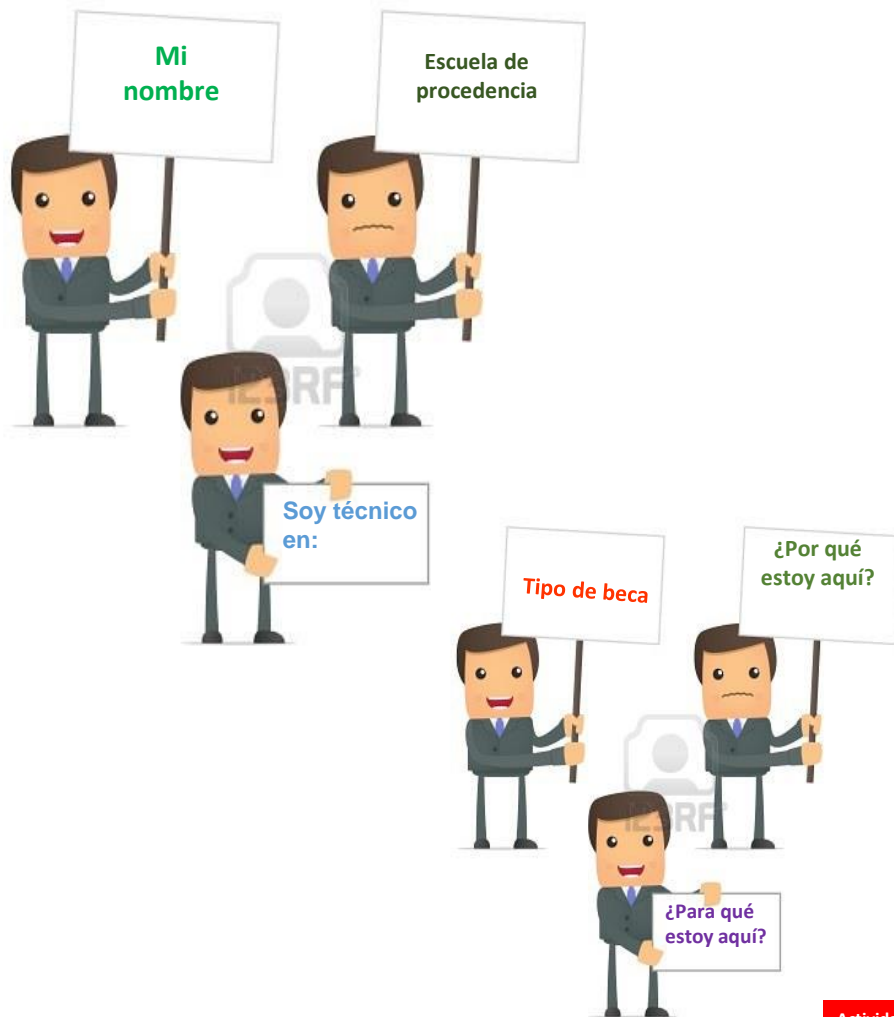
**A) Sistema de Acreditación y
Transferencia de Créditos Académicos**

**B) Unidad de valoración de la actividad
académica**

C) Sistema de Créditos Académicos

**A) Sistema de Acreditación y
Transferencia de Créditos Académicos**

Presentación



PRESENTACION



Las competencias que se lograrán en esta unidad de aprendizaje son:

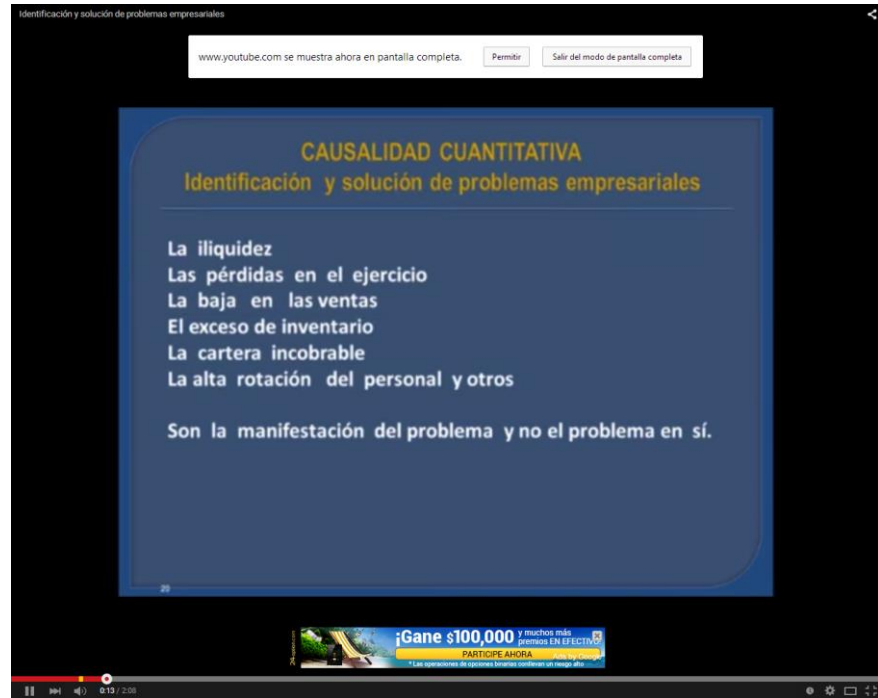
- **Introducir**, al participante en la filosofía mercadológica.
- **Analizar**, la importancia y evolución de la mercadotecnia.
- **Clasificar** los diversos tipos de mercado en México y las conductas que muestran los consumidores.
- **Identificar** la importancia del sistema de información de mercadotecnia en la segmentación de mercados de un producto o servicio de una empresa.
- **Realizar** una mezcla mercadológica.

La asignatura Fundamentos de Mercadotecnia está estructurada para realizar una mezcla de elementos mercadológicos, de un producto (bienes y/o servicios) que permita comercializarse y satisfacer las necesidades del cliente.



Ayudará, al cursarla, razonar sobre el nivel de influencia que tiene en el individuo el lugar en donde vive; las personas con las que convive; las tradiciones que lo identifican, en fin, el ¿porqué?, el ¿paraqué?, el ¿cómo?, y el ¿dónde?, o sea el medio ambiente en el que se desenvuelve .

Al final de cada tema se presenta, a través de videos, algunos ejemplos sobre actividades mercadológicas, no importa el entorno, ya sea personal, dentro de la sociedad, o en su caso, a una problemática global.



<https://www.youtube.com/watch?v=T5A84WSaNgU>



Cada uno de los cuatro temas que conforman la asignatura:

1. Desarrollo de la mercadotecnia, antecedentes y evolución
2. Los mercados y la conducta del consumidor
3. El proceso lógico de la mercadotecnia y el sistema de información de la mercadotecnia.
4. La mezcla mercadológica.

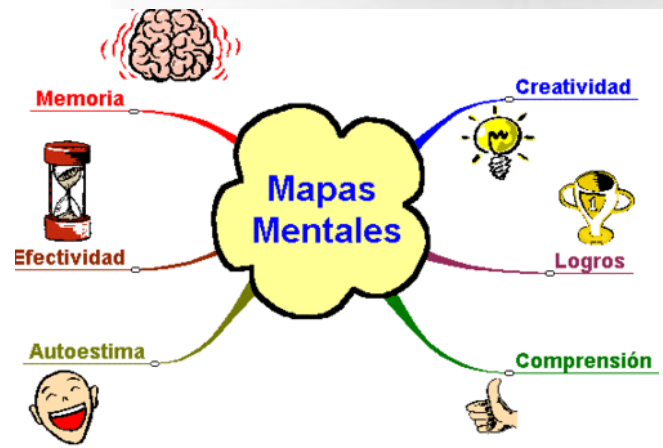
Estos a su vez, se desglosan en subtemas que permiten de una manera sencilla, formular alternativas de

solución con la presentación de la información que proporciona métodos, técnicas de análisis y estrategias para desarrollar las competencias que demanda la asignatura para mejorar la calidad y competitividad del participante en su entorno y en el mercado laboral.

En la primera parte se desarrollan tres grandes contenidos para la comprensión y manejo de la asignatura, los cuales son:



Trabajo en equipo



¿Cómo se va a llevar a cabo todo ello?



1. **Conduzco y Desarrollo** la investigación
2. **Promuevo** sesiones de trabajo:
 - a) En equipo
 - b) Análisis de la información
 - c) Elaboración de mapas, conceptuales, mentales, etc.
3. **Programo** actividades intra y extra muros
4. **Planeo, coordino** y llevo a cabo actividades que reporten los resultados manifestadas con evidencias, en el reporte grupal.

¿Cómo se va a llevar a cabo todo ello?



- a) **Relaciono los contenidos** de la asignatura con los contenidos de otras asignaturas del plan de estudios.
- b) **Realizo dinámicas** de grupos.
- c) **Fomento la búsqueda** de información.
- d) **Propicio ejemplos** donde se haga evidente la aplicación de los contenidos del programa.
- e) **Analizo** estudios de casos

1. Investigación de los temas



- Libros
- Notas periodísticas
- Avances noticiosos
- Revistas (en general y especializadas)
- Selección literaria
- Entrevistas con especialistas

2. Análisis de la información

EL CONO DEL APRENDIZAJE

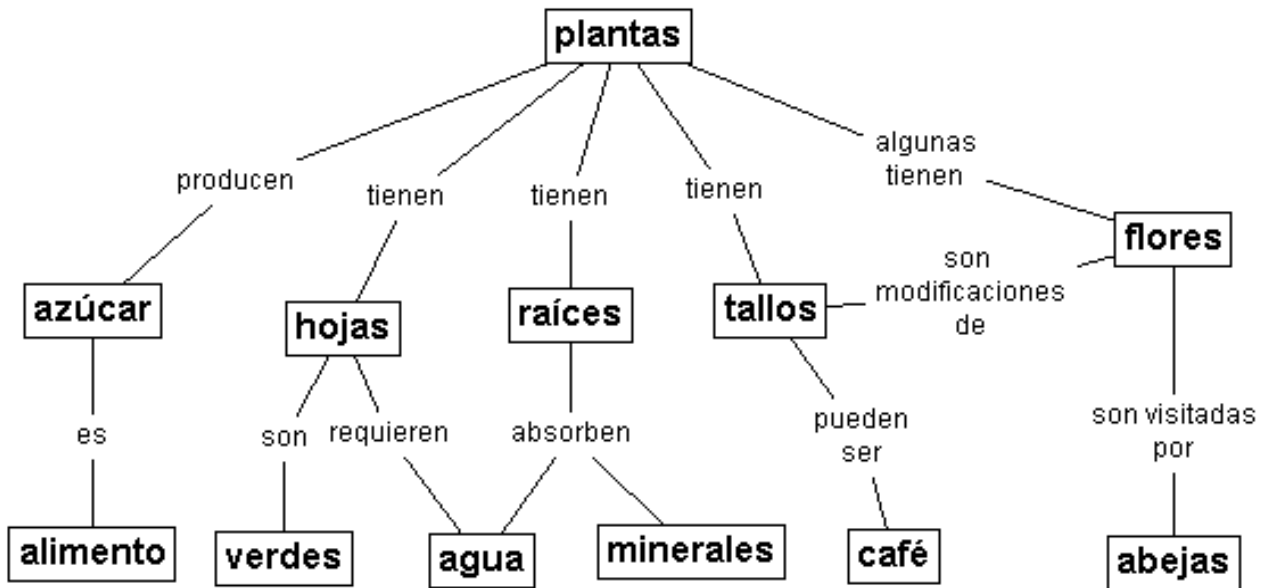
(Edgar Dale & Bruce Nylan)



¿Cómo vamos a desarrollar las competencias requeridas?

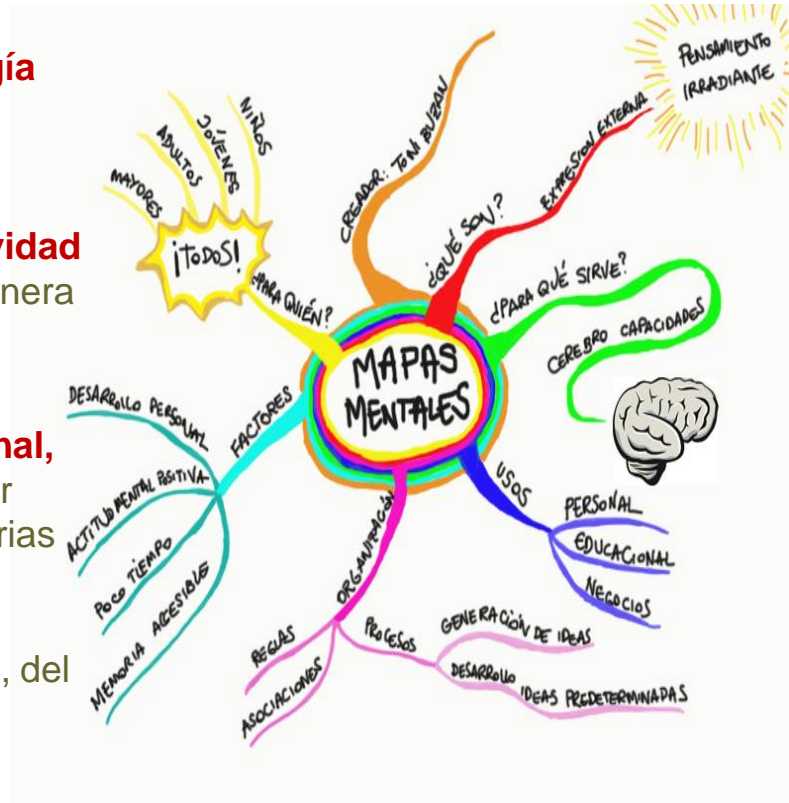
3. Elaboración de mapas conceptuales

Los mapas conceptuales representan las relaciones significativas entre conceptos en forma de proposiciones o frases simplificadas: dos o más conceptos ligados por palabras para formar una unidad semántica.



4. Elaboración de mapas mentales

- **Técnica que permite la organización y la representación** de la información de forma fácil, espontánea, creativa, en el sentido que la misma sea asimilada y recordada por el cerebro.
- **Es una metodología** para generar y **comparar ideas e información, que aumenta la creatividad y la energía** de manera visual.
- **Es multidimensional**, lo que permite crear una imagen con varias dimensiones sirviéndose de asociación cruzada, del color y del tiempo



¿Cómo vamos a desarrollar las competencias requeridas?



5. Trabajo en equipo (en aula)



5. Trabajo en equipo (en aula)



AULA: Espacio en el cual se imparte una lección por parte de un profesor, expositor, asesor, couch, en una ORGANIZACIÓN



Al respecto Muíjs y Reynolds (citado por Murillo, 2002:6) "entienden el clima de aula como: la disposición o la atmósfera creada por un profesor en su aula; la forma en que el profesor interactúa con los alumnos y el ambiente físico en que se desarrolla."





Un buen clima organizacional en el aula es interactivo; es el cuerpo del ambiente de aprendizaje inclusivo, que se vive en un espacio integrador.

Se caracteriza por favorecer la inclusión de todos sus miembros, tengan o no necesidades educativas especiales en las tareas a desarrollar



A través de la colaboración, los participantes pueden tomar el papel de mediadores con sus compañeros que presentan dificultades en la realización de alguna tarea.



5, Trabajo en equipo (extramuros)

www.travelbwmexico.com

CORREOS

MUNAL

SAN FERNANDO

CASTILLO DE
CHAPULTEPEC

MIDE

Lo anterior da
cuenta de la
obtención de
beneficios a
través de
implementación
de estrategias
colaborativas.



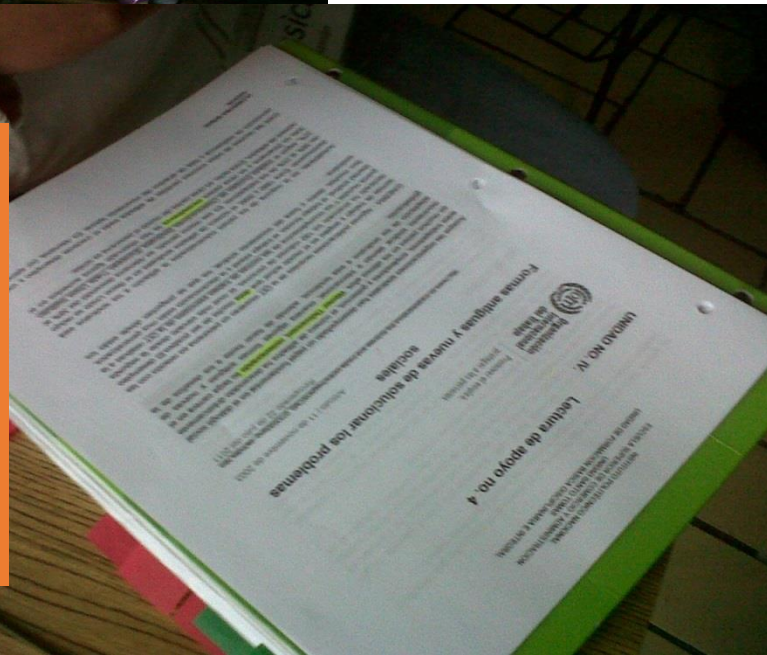
Relación RESPECTO, RESPONSABILIDADES Y COMPROMISO con el trabajo colaborativo





**Compromiso, de contar
con la información
solicitada**

**Trabajo, con la
información
correspondiente**



PROPUESTAS



Ejercicio 1

¡COMENCEMOS ENTONCES!



¡que te sirva de mucho este curso!

Soy lector o escucha



ACTIVIDAD

- Evaluación Continua
- Asistencia

LECTURA DE APOYO: PETER DUCKER.

Actividad

En equipos de **7 (siete)**, realizar las siguientes actividades.

1.1. Formar un círculo y presentarse de la manera siguiente :

¡Buenos Días!, soy la número uno y me llamo María; ¡Buenos Días!, , soy la número dos y me llamo Gisela y ella es la número uno y se llama María; ¡Buenos Días!, soy la número tres me llamo Martha, ella es la número dos se llama Gisela y ella es la número uno y se llama María.....

1.2. Elegir a uno de los miembros del equipo y asignarlo para llevar una bitácora de todos y cada uno de las actividades que se lleven a cabo durante las sesiones de grupo.

1.3. Describir, a los integrantes del equipo, las competencias de cada participante:
Soy María, tengo habilidad para programar, diseñar, organizar; soy Gisela, me encanta investigar, escribir en la computadora, buscar información,.....

1.4. Elaborar una lista con las direcciones electrónicas de los integrantes del equipo

VIDEO

El vuelo de los gansos:

¿Conoces porque los gansos vuelan todos juntos en forma de V?

La ciencia nos dice que el movimiento de las alas crea un cojín de aire que sostiene al ganso que se encuentra detrás del primero.

Volando en V, los gansos pueden recorrer una distancia de por lo menos un 70% más grande que si cada uno volara solo.

Cuando un ganso se sale de la fila, siente una presión fuerte causada por el viento, entonces regresa, rápidamente a su lugar para aprovechar ese cojín de aire.

Cuando el ganso que va en la punta se siente cansado, deja su lugar y otro ganso toma el lugar de la cabeza, que ocupará otro que esté más descansado en ese momento.

Para conocer más acerca del trabajo en equipo, procedamos a ver el siguiente video.



TRABAJO COLABORATIVO

- Por departamento, identificar cinco estrategias que sugiere el vídeo para lograr un trabajo colaborativo exitoso en las actividades que se llevarán a cabo durante el semestre.
- 1/2 Punto al primer departamento que responda a lo anterior.
- 10 mín.

Actividad

Trabajo en la biblioteca de la ESCA

INDICACIONES

- Por equipo leer el programa de la asignatura
- Revisar la página no. 11 del programa y con relación a la bibliografía ahí señalada localizar en las páginas de cada libro los temas y subtemas del programa de las UNIDADES I Y II
- Anotar en el cuadro CLAVE BIBLIOGRAFICA, después de la clave B1 o B4 etc., la página o páginas correspondientes.

EJEMPLO

FICHA BIBLIOGRÁFICA

UNIDAD I. ANALISIS SITUACIONAL DEL MERCADO

1.1. Usos y costumbres

Autor	Astiazarna, Antonio	País:	España
Año	(2009).	Editorial	Sólo Ciencia
Tema	Los hábitos de alimentación del alumnado universitario se alejan de las recomendaciones nutricionales de las instituciones sanitarias.	Pag.	135
TEXTO			

“Los hábitos alimenticios propician una buena o mala alimentación y por consiguiente un buen o mal rendimiento académico. Por lo que el rendimiento de las escuela en México en las zonas marginadas del país e inclusive de las áreas urbanas más representativas, se encuentran directamente relacionadas con los niveles de aprendizaje y desarrollo emocional y profesional de sus habitantes”.

Bibliografía.

Astiazarna, Antonio. (2009). *Los hábitos de alimentación del alumnado universitario se alejan de las recomendaciones nutricionales de las instituciones sanitarias*. España. Sólo Ciencia

TEMA: USOS Y COSTUMBRES.

Resumen:

Los resultados apuntan que el perfil lipídico de los estudiantes es bastante desequilibrado, ya que superan la ingesta recomendada de ácidos grasos saturados. El alto nivel de ácidos grasos saturados es debido al elevado consumo de alimentos de origen animal. En cuando a los ácidos graso insaturados, la dieta de los participantes en instituciones públicas y privadas en todos los niveles, es rica en mono insaturados y pobre en poli insaturados. Este desequilibrio entre los ácidos grasos se reporta por el tipo de aceite empleados en los lugares elegidos para satisfacer sus necesidades alimenticias.

BIBLIOGRAFÍA

1. De COCK, C. (1997). ***“Solución Creativa de Problemas. La Caja de Herramientas MPIA”***. Santiago de Chile. Universidad de Santiago de Compostela.
2. KAO, J. (1997). ***“El Arte y la Disciplina de la Creatividad en los Negocios”***. Bogotá, Colombia. Editorial Norma.
3. NOONE, D. (1996). ***“Solucione sus Problemas Creativamente”***. Barcelona, Es. Plaza & Janés. Barcelona.
4. PARNES, S. (1973). ***“Guía de Pensamiento y Comportamiento Creador”***. México, Editorial Diana.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

No.	Libro	Pág.
1	KAO, J. (1997). <i>“El Arte y la Disciplina de la Creatividad en los Negocios”</i> . Bogotá, Colombia. Editorial Norma.	3
	p. 35.	
2	NOONE, D. (1996). <i>“Solucione sus Problemas Creativamente”</i> . Barcelona, Es. Plaza & Janés. Barcelona. p. 57.	4
3	De COCK, C. (1997). <i>“Solución Creativa de Problemas. La Caja de Herramientas MPIA”</i> . Santiago de Chile.	4
	Universidad de Santiago de Compostela. pp. 17-90.	
4	PARNES, S. (1973).. <i>“Guía de Pensamiento y Comportamiento Creador”</i> . México, Editorial Diana. p. 32.	7

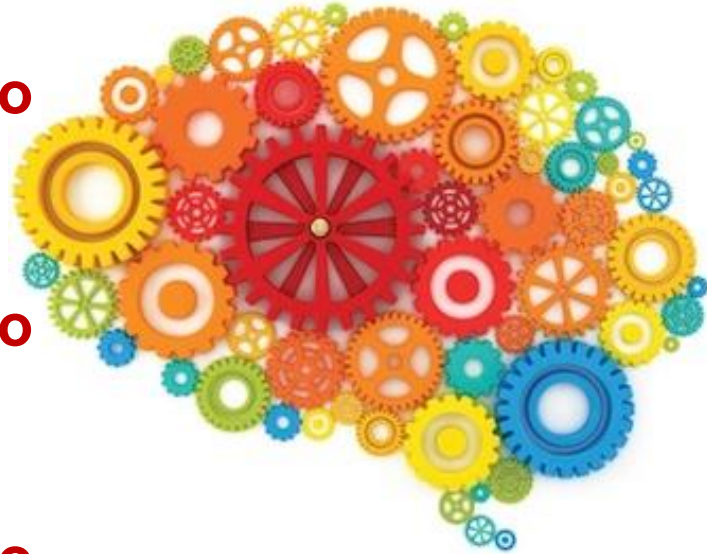
DIRECCIONES ELECTRÓNICAS.

<http://www.manizales.unal.edu.co/procrea/descargas/Formulaysolucion.pdf>

PERSPECTIVA

Para el logro de estos objetivos, este Curso se vale de:

- **Formación para el trabajo personal**
- **Formación para el trabajo original**
- **Formación para el trabajo en equipo**



¿Cómo se relaciona la Asignatura con el Plan y Programa de Estudios?

Esta unidad corresponde al área científica básica, y es el fundamento para las siguientes unidades de aprendizaje:

- Comportamiento del Consumidor;
- Introducción a la Venta;
- Sistemas de Información de Mercadotecnia
- Introducción a la Comunicación Integral

Para la carrera de negocios Internacionales. Antecede a las unidades de:

- Análisis de mercados internacionales y promoción Internacional.