



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
SECRETARÍA ACADÉMICA
DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



UNIDAD DE APRENDIZAJE: Fundamentos de Mercadotecnia

HOJA: 3 DE 12

N° UNIDAD TEMÁTICA: I		NOMBRE: Desarrollo de la mercadotecnia, antecedentes y evolución.					
OBJETIVO PARTICULAR							
Analizar la importancia de los antecedentes y la evolución de la Mercadotecnia, para establecer la relación con las áreas de Ciencias Sociales, Económicas y Administrativas, a través de un ensayo.							
No.	CONTENIDOS	HORAS AD Actividades de docencia (a)		HORAS TAA Actividades de Aprendizaje Autónomo (b)		CLAVE BIBLIOGRÁFICA	
		T	P	T	P		
1.1	Evolución y desarrollo de la mercadotecnia	1.0			2.0	2C 4C 3B	
1.1.1	Antecedentes y etapas de desarrollo histórico de la mercadotecnia en el resto del mundo y en México						
1.1.2	La evolución de la mercadotecnia en la empresa						
1.1.3	El concepto de mercadotecnia						
1.2	Definiciones contemporáneas de mercadotecnia	1.0		1.0			
1.2.1	Conceptos fundamentales que integran la mercadotecnia						
1.2.2	Las diferentes filosofías comerciales en las empresas						
1.2.3	Importancia de la mercadotecnia en las organizaciones						
1.3	Medio ambiente de la mercadotecnia: el macroambiente y el microambiente	2.0					
1.4	El ambiente interno: su relación con otras áreas de la empresa: Producción, Finanzas, Recursos Humanos, etc.		1.0		1.0		
1.5	La mercadotecnia y su relación con el área económico-social y administrativa		1.0		1.0		
1.6	La administración en la mercadotecnia: Importancia.				2.0		
Subtotales por Unidad temática*:		4.0	2.0	1.0	6.0		



ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE

- Investigación en equipo o individual de tipo documental bibliográfica, hemerográfica y electrónica de todos los temas de la unidad.
- Elaboración en equipo de un mapa conceptual para el tema de conceptos de mercadotecnia.
- Elaboración en equipo de un resumen sobre el medio ambiente de la mercadotecnia.
- Elaboración en forma individual de un ensayo sobre la importancia de la mercadotecnia y su relación con las ciencias sociales, económicas y administrativas.
- Realización de la practica 1: evolución del comercio en México con la finalidad de que identifique la evolución de la mercadotecnia

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

- Evaluación diagnóstica.
- Reporte de la investigación **15%**
Por escrito que presente una introducción, desarrollo y conclusiones.
Mínimo 3 cuartillas.
- Mapa conceptual **15%**
Con los principales conceptos y entrelazándolos correctamente a través de los conectores.
Exposición en power point frente a grupo.
- Resumen: **15%**
Con Introducción, desarrollo y conclusiones.
Por escrito y .mínimo 3 cuartillas.
Exposición en power point frente a grupo.
- Ensayo **25%**
Por escrito donde se presente un análisis fundamentado, introducción, desarrollo, conclusiones, notas de pie de página y bibliografía de consulta.
Exposición en power point frente al grupo.
- Examen escrito **10%**
- Reporte de la práctica 1: **20%**
Por escrito o archivo electrónico.
Exposición frente al grupo en power point, mínimo 5 diapositivas.