

PLANIFICACIÓN DIDÁCTICA

Área: Especifica	Carrera: Técnico en Administración de Empresas		
Asignatura: Gestión de Marketing			
Sección:			
Requisitos:	Requisito de asistencia: 60%		
Horas semestrales totales: 6	Horas en aula: 6		
	Horas en lab/taller/terreno: 0		
Horas semanales: 6	SCT: 3		
Horas de trabajo autónomas:	Asignatura final de competencia:	Sí	No x
Docente planificador:			

Competencia sello asociada: Reconocer al otro como un sujeto igual a nosotros tanto en su dimensión social como personal, en todos los ámbitos de la vida (Respeto a la dignidad de la persona)
--

Competencia: Esta asignatura prepara al estudiante para la competencia del perfil de egreso: Ejecutar el apoyo administrativo en el ámbito comercial según los	Actividades clave: <i>Apoyar las acciones de marketing de acuerdo a lineamientos estratégicos y normativas vigentes de la organización.</i>
---	--

protocolos establecidos por la organización	
---	--

UNIDAD I Fundamentos de Marketing	
Horas presenciales: 3	Horas en aula: 3
	Horas en lab/taller/terreno: 0

<p>Aprendizaje esperado:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar la información y documentación relacionada con clientes para su adecuado y oportuno ordenamiento y clasificación de acuerdo a las políticas de clientes y normativa vigente. - Clasificar la información y documentación de clientes, de acuerdo a las políticas de clientes, protocolos establecidos y normativa vigente

Fecha	Sesión/Nº Horas	Experiencia de aprendizaje	Criterios de evaluación	Recursos de aprendizaje
	1/3	<p>Inicio/Activación de conocimientos previos:</p> <p>A través de una lluvia de idea se presenta el curso y los estudiantes se introducen en el concepto del marketing</p> <p>Desarrollo:</p> <p>El docente da a conocer los conceptos a través</p>	<p>Actualiza informes y documentación referida a estrategias comerciales y planes de marketing de forma oportuna de acuerdo a los protocolos de la organización.</p>	<p>Sala de clase</p> <p>Proyector</p> <p>Presentación PPT</p> <p>Pizarra / plumón / Papel Kraf</p>

		<p>de una clase expositiva:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Concepto de necesidades ○ Concepto de mercado, producto, competencia, ventas y comunicación ○ El Grupo Objetivo ○ Mix de marketing (de productos y servicios) <p>Luego los estudiantes en grupo de hasta 3 personas desarrollan un ejercicio de Mix de Marketing aplicado a una marca</p> <p>Cierre/Retroalimentación: Los estudiantes presentan el desarrollo de su ejercicio, ante el curso. El docente verifica y entrega los comentarios finales del caso y de la clase.</p>		
--	--	---	--	--

UNIDAD II Plan de marketing de una empresa.

Horas presenciales: 3	Horas en aula: 3
	Horas en lab/taller/terreno: 0

Aprendizaje esperado:

- Ejecutar el registro de los datos atinentes a las estrategias comerciales y planes de marketing en forma oportuna, con base en la información y documentación disponible, de acuerdo a las políticas de marketing, protocolos establecidos y normativa

vigente.

- Ejecutar la actualización oportuna de la información y documentación de clientes, de acuerdo a las políticas de clientes, protocolos establecidos y normativa vigente.

	2/3	<p>Inicio/Activación de conocimientos previos:</p> <p>A través de una conversación revisamos lo visto en la clase anterior, luego ante una lluvia de idea se presenta el curso y los estudiantes se introducen en el concepto de Promoción y Marketing Digital</p> <p>Desarrollo:</p> <p>El docente da a conocer los conceptos a través de una clase expositiva:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ La promoción y Marketing de Experiencia <ul style="list-style-type: none"> ○ Estructura y funcionamiento ○ Tipos de promoción ○ Bases legales de una promoción ○ Ejecución ▪ Tecnologías de la información y comunicación <ul style="list-style-type: none"> ○ Redes sociales ○ Páginas web 	<p>Actualiza informes y documentación referida a estrategias comerciales y planes de marketing de forma oportuna de acuerdo a los protocolos de la organización.</p>	<p>Sala de clase</p> <p>Presentación PPT</p> <p>Proyector</p> <p>Pizarra / plumón</p>
--	-----	---	--	---

		<ul style="list-style-type: none">○ Marketing digital – E-Commerce <p>Luego los estudiantes en grupo de hasta 3 personas desarrollan un ejercicio donde analizaran una marca y su funcionamiento en los canales de: WEB, uso de Redes Sociales y su funcionamiento promocional.</p> <p>Cierre/Retroalimentación: Los estudiantes presentan el desarrollo de su ejercicio, ante el curso. El docente verifica y entrega los comentarios finales del caso y de la clase.</p>		
--	--	--	--	--