

**Universidad Autónoma del Estado de México
Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia
Licenciatura en Medicina Veterinaria y Zootecnia**



**Guía de Evaluación del Aprendizaje:
Mercadotecnia**

Elaboró:	L. en A. Nilton Aurelio Sánchez Domínguez	Fecha:	20/09/2016
----------	---	--------	------------

Fecha de aprobación	H. Consejo académico	H. Consejo de Gobierno
	03/04/2017	03/04/2017



Índice

	Pág.
I. Datos de identificación	3
II. Presentación de la guía de evaluación del aprendizaje	4
III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular	4
IV. Objetivos de la formación profesional	5
V. Objetivos de la unidad de aprendizaje	6
VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje, y actividades de evaluación	6
VII. Mapa curricular	12



I. Datos de identificación

Espacio educativo donde se imparte **Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia**

Licenciatura **Medicina Veterinaria y Zootecnia**

Unidad de aprendizaje **Mercadotecnia** Clave **L43861**

Carga académica **2** **2** **4** **6**
 Horas teóricas Horas prácticas Total de horas Créditos

Período escolar en que se ubica **1** **2** **3** **4** **5** **6** **7** **8** **9**

Seriación **Ninguna** **Ninguna**
 UA Antecedente UA Consecuente

Tipo de Unidad de Aprendizaje

Curso Curso taller

Seminario Taller

Laboratorio Práctica profesional

Otro tipo (especificar)

Modalidad educativa

Escolarizada. Sistema rígido No escolarizada. Sistema virtual

Escolarizada. Sistema flexible No escolarizada. Sistema a distancia

No escolarizada. Sistema abierto Mixta (especificar)

Formación común

N/A

Formación equivalente

Unidad de Aprendizaje

N/A



II. Presentación de la guía de evaluación del aprendizaje

Conforme lo establece el Artículo 89 del Reglamento de Estudios Profesionales vigente, la presente Guía de Evaluación del Aprendizaje es el documento normativo que contiene los criterios, instrumentos y procedimientos a emplear en los procesos de evaluación de los estudios realizados por los alumnos. Se caracteriza por lo siguiente:

- a) Sirve de apoyo para la evaluación en el marco de la acreditación de los estudios, como referente para los alumnos y personal académico responsable de la evaluación.
- b) Es un documento normativo respecto a los principios y objetivos de los estudios profesionales, así como en relación con el plan y programas de estudio.

Es a través de la evaluación que el docente acredita el grado en que los estudiantes cuentan con los conocimientos, habilidades y actitudes requeridos en cada etapa formativa a fin de cumplir con los objetivos educativos y contribuir al desarrollo de las competencias profesionales indicadas en el perfil de egreso.

En este sentido es responsabilidad del docente realizar una evaluación objetiva y justa considerando tanto los objetivos de aprendizaje establecidos como el nivel de desempeño logrado por el estudiante en la realización de sus actividades de aprendizaje. Estas actividades aportan evidencias sobre el estado del aprendizaje logrado por el estudiante, y serán valoradas a través de criterios de desempeño específicos, descritos en instrumentos como listas de cotejo, rúbricas y cuestionarios (exámenes).

El diseño de la presente guía de evaluación se orienta a realizar las siguientes funciones:

- Identificar si los estudiantes cuentan con los conocimientos o habilidades necesarios para los nuevos aprendizajes.
- Realizar ajustes a la metodología de enseñanza y de aprendizaje desde el inicio, a partir de los resultados obtenidos en la evaluación diagnóstica.
- Verificar el avance de los estudiantes según su desempeño, para ofrecer apoyo y estimular el esfuerzo.
- Facilitar los sistemas de apoyo que requiera el estudiante para alcanzar los niveles de logro deseados.

La evaluación será de tipo diagnóstica, formativa y sumativa, por ello se seleccionaron, entre todas las actividades planeadas en la Guía Pedagógica, sólo aquellas que se consideraron más significativas, y que ofrecen mayor evidencia sobre el aprendizaje.

III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular

Núcleo de formación:	Integral
Área Curricular:	Económico-Administrativa
Carácter de la UA:	Optativa

IV. Objetivos de la formación profesional.



Objetivos del programa educativo:

Establecer el diagnóstico, tratamiento clínico-quirúrgico y prevención de enfermedades en forma sistémica en poblaciones animales y en unidades de producción en armonía con el ambiente.

Diseñar, gestionar y evaluar programas de prevención, control, erradicación y vigilancia de enfermedades zoonóticas y de las transmitidas por alimentos (ETAs) que afectan a poblaciones animales y humanas.

Crear y aplicar sistemas de alimentación eficientes, sostenibles e inocuos para los animales, que garanticen la eficiencia y el aprovechamiento de los recursos disponibles.

Formular y aplicar programas y estrategias de manejo para el incremento de la eficiencia reproductiva de los animales.

Diseñar y aplicar métodos de selección para el mejoramiento genético de los animales.

Analizar y aplicar la normatividad oficial vigente en la producción pecuaria y aprovechamiento de animales de vida silvestre, para contribuir a la preservación y conservación del ambiente.

Participar en la formulación y aplicación de leyes y normas que promuevan y garanticen el bienestar de los animales de compañía, productivos y de fauna silvestre cautiva.

Promover proyectos productivos y de servicios veterinarios como fuente de autoempleo profesional.

Integrar y dirigir grupos multi e interdisciplinarios en el establecimiento y administración de las empresas e instituciones del sector agropecuario.

Diseñar proyectos de investigación y resolución de problemáticas pecuarias.

Objetivos del núcleo de formación:

Proveerá al alumno de escenarios educativos para la integración, aplicación y desarrollo de los conocimientos, habilidades y actitudes que le permitan el desempeño de las funciones, tareas y resultados ligados a las dimensiones y ámbitos de intervención profesional o campos emergentes de la misma.

Comprenderá aprendizajes sobre métodos y técnicas especializadas, y capacidades para desarrollar la autonomía profesional y el desempeño aceptable en el campo laboral.

Podrá contemplar áreas de formación con énfasis en ámbitos de intervención profesional o de iniciación en el proceso de investigación, con una práctica profesional supervisada en espacios laborales.

Objetivos del área curricular o disciplinaria:



Distinguir y aplicar los elementos del proceso administrativo para el desarrollo de proyectos en empresas del sector agropecuario.

V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.

Examinar las distintas estrategias de comercialización en el quehacer veterinario en el ámbito nacional e internacional.

VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje, y su organización.

Unidad 1. La mercadotecnia y el proceso administrativo.		
Objetivo: Identificar los antecedentes, evolución, influencia, conceptos esenciales de la mercadotecnia y el proceso administrativo mediante la revisión de bibliografía especializada a fin de comprender su uso e importancia en el ejercicio profesional de los médicos veterinarios.		
Contenidos:		
1.1 Antecedentes y evolución de la mercadotecnia		
1.1.1 Historia y evolución de la mercadotecnia		
1.1.2 Conceptos de mercadotecnia		
1.1.3 Componentes de la mercadotecnia (necesidades, productos, mercados)		
1.1.4 Tipos de mercadotecnia		
1.1.5 Objetivos de la mercadotecnia		
1.2 Proceso Administrativo		
1.2.1 Concepto de la administración		
1.2.2 Funciones del proceso administrativo		
1.3 Ambiente de la mercadotecnia		
1.3.1 Ambiente interno		
1.3.2 Ambiente externo		
Evaluación del aprendizaje		
Considerando los antecedentes esenciales de la mercadotecnia, se verificará que los estudiantes manifiesten la comprensión, uso e importancia en el ejercicio profesional de médicos veterinarios mediante la aplicación de un cuestionario.		
Actividad	Evidencia	Instrumento
Revisión de bibliografía especializada	Aplicación del cuestionario	Cuestionario

Unidad 2. Mercado, segmentación y comportamiento del consumidor.
Objetivo: Distinguir el concepto de mercado, las estrategias que se utilizan para segmentar un mercado, así como el comportamiento de los consumidores por medio de la revisión de bibliografía especializada y artículos científicos, para detectar oportunidades comerciales, determinar necesidades y motivaciones de compra así como establecer estrategias de posicionamiento de productos y servicios.



Contenidos:

2.1 Mercado

- 2.1.1 Conceptos de mercado
- 2.1.2 Tipos de mercado y sus características
- 2.1.3 Negocio y tipos
- 2.1.4 Misión, visión y objetivos
- 2.1.5 Responsabilidad social de las organizaciones
- 2.1.6 Producto y servicio
- 2.1.7 Tipos de producto
- 2.1.8 Determinación de las características del producto o servicio (utilidad, beneficios, necesidades que atiende, ventajas competitivas)

2.2 Estudio de mercado

- 2.2.1 Importancia del estudio de mercado
- 2.2.2 Elementos del estudio de mercado
- 2.2.3 Análisis FODA
- 2.2.4 Segmentación del mercado
- 2.2.5 Oferta y Demanda
- 2.2.6 Competencia

2.3 Comportamiento del consumidor

- 2.3.1 Aspectos sociales y culturales
- 2.3.2 Factores personales de influencia
- 2.3.3 Tipos de cliente
- 2.3.4 Satisfacción del cliente
- 2.3.5 Retención del cliente
- 2.3.6 Proceso de toma de decisiones

2.4 Práctica “mercado y consumidor”

Evaluación del aprendizaje

Tomando en cuenta la revisión de temas referente al mercado, el estudio de mercado y el comportamiento del consumidor, se verificará que los estudiantes los comprendan mediante la realización de una práctica.

Actividad	Evidencia	Instrumento
Los docentes realizarán por equipo un reporte escrito y expondrán ante el grupo mediante una presentación con diapositivas	Reporte escrito y presentación con diapositivas	Rúbrica

Unidad 3. Mezcla de mercadotecnia.

Objetivo: Diferenciar los componentes de la mezcla de mercadotecnia, el proceso creativo y los diferentes canales de distribución mediante la revisión de bibliografía especializada y análisis de casos de estudio, para exponer su uso y aplicación en los productos y/o servicios en el sector pecuario.

Contenidos:

3.1 Mezcla de mercadotecnia



3.1.1	Las 4 P's de la mercadotecnia
3.1.2	Las 4 C's de la mercadotecnia
3.1.3	Ciclo de vida del producto
3.1.4	Matriz BCG (Matriz de Bolton Consulting Group)
3.2	Proceso creativo
3.2.1	Creatividad aplicada a la mercadotecnia
3.2.2	La marca y sus características
3.2.3	Clasificación e identidad de marca
3.2.4	Etiqueta, envase, empaque, embalaje
3.2.5	Teoría del color
3.3	Canales de distribución
3.3.1	Concepto y generalidades
3.3.2	Funciones
3.3.3	Los intermediarios
3.3.4	Clasificación de los canales de distribución
3.3.5	Factores que intervienen en la elección del canal de distribución

Evaluación del aprendizaje

Considerando la mezcla de la mercadotecnia, el proceso creativo y los canales de distribución se verificará que los estudiantes manifiesten la comprensión, uso e importancia en el ejercicio profesional de médicos veterinarios mediante la aplicación de un cuestionario.

Actividad	Evidencia	Instrumento
Revisión de bibliografía especializada	Aplicación del cuestionario	Cuestionario

Unidad 4. Estrategias de comercialización.
Objetivo: Relacionar las estrategias de comercialización de acuerdo a las necesidades de cada organización por medio de la revisión de bibliografía especializada y análisis de casos de estudio, para contrastar su aplicación en el ámbito nacional e internacional en el quehacer del Médico Veterinario Zootecnista.
Contenidos:
4.1 Comercialización
4.1.1 Marketing estratégico
4.1.2 Marketing operativo (táctico)
4.2 Matriz de Ansoff (Matriz producto/mercado)
4.3 Benchmarking
4.3.1 Importancia
4.3.2 Tipos
4.4 Merchandising
4.5 Neuromarketing
4.6 Personalización
4.7 Branding Personal
4.8 Figuras retóricas en publicidad
4.9 Marketing de contenido
4.10 Marketing BTL (below the line)



- 4.11 Marketing disruptivo
- 4.12 Marketing verde
- 4.13 Marketing viral
- 4.14 Práctica “marketing para veterinarios”

Evaluación del aprendizaje

Tomando en cuenta los temas vistos en clase referente a la comercialización y técnicas de mercadotecnia, se verificará que los estudiantes los comprendan mediante la realización de una práctica.

Actividad	Evidencia	Instrumento
Los docentes realizarán por equipo un reporte escrito y expondrán ante el grupo mediante una presentación con diapositivas	Reporte escrito y presentación con diapositivas	Rúbrica

Primera evaluación parcial

Evidencia	Instrumento	Porcentaje
Aplicación del cuestionario	Cuestionario	50
Reporte escrito y presentación con diapositivas	Rúbrica	50
		100



Segunda evaluación parcial

Evidencia	Instrumento	Porcentaje
Aplicación del cuestionario	Cuestionario	50
Reporte escrito y presentación con diapositivas	Rúbrica	50
		100

Evaluación ordinaria final

Evidencia	Instrumento	Porcentaje
Aplicación de examen	Examen	100

Evaluación extraordinaria

Evidencia	Instrumento	Porcentaje
Aplicación de examen	Examen	100

Evaluación a título de suficiencia

Evidencia	Instrumento	Porcentaje
Aplicación de examen	Examen	100