



VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD

UAT

Secretaría
Académica

R-OP-01-06-16

ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD Y VENTA

Unidad de Enseñanza Aprendizaje

Firma y sello de aprobación
por la DES

PROGRAMA EDUCATIVO: LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

MODALIDAD: PRESENCIAL

MODELO DE FORMACIÓN: EN COMPETENCIAS

TIPO: COMÚN

Dirección de Desarrollo Curricular

Matamoros 8 y 9 Edificio Rectoría. C.P. 87000, Cd. Victoria, Tamaulipas.
Teléfono directo: (834)318 18 19 conmutador: (834)3181800, ext. 1272 y 1274.

Versión 2
ACT. 16/05/2018



UAT

Secretaría Académica

VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD

UNIDAD DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

FACULTAD Y/O UNIDAD ACADÉMICA:	FACULTAD DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN DE TAMPICO								
PROGRAMA EDUCATIVO:	LICENCIADO EN ADMINISTRACION								
DATOS GENERALES:									
ASIGNATURA:	ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD Y VENTA			NÚCLEO DE FORMACIÓN:	NFP		PERIODO ESCOLAR:		7º
CLAVE:	HTC	HTI:	TH:	TC:	MATERIA ANTECEDENTE	MATERIA CONSECUENTE	TIPO:		
G.SA35.273.06-0	5	1	6	6	Ninguna	Ninguna	OBLIGATORIA (X)	OPTATIVA ()	
CONTRIBUCIÓN DE LA ASIGNATURA EN EL PERFIL DE EGRESO INSTITUCIONAL	Desarrolla la planeación, organización y el Liderazgo de la fuerza de ventas para aplicar técnicas y métodos de evaluación del desempeño. Organiza las relaciones con el cliente y la sociedad mediante técnicas de comunicación. Clasifica el proceso de ventas. Aplica herramientas de publicidad y promoción como medio estratégico de ventas. Relaciona la administración de la ética en un entorno de publicidad y ventas.								
ATRIBUTOS DEL PERFIL DE EGRESO	Comprende los pasos a seguir para administrar, controlar y evaluar a la fuerza de ventas interactuando con aspectos de la Administración de la Relación con Clientes. Análisis y aplicación de las herramientas de publicidad como medio estratégico de ventas								
ELEMENTO DE LA COMPETENCIA\OBJETIVO GENERAL DE LA UEA	Aplica las herramientas de publicidad como medio estratégico de ventas para lograr posicionamiento en los mercados nacionales e internacionales								

ATRIBUTOS		ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS DE LA UEA			INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN
		Estrategias	Actividades de Enseñanza	Actividades de Aprendizaje	
SABER	<p>Conocimientos/ Competencias Cognitivas.</p> <p>Identifica la introducción a la administración de ventas y sus roles en evolución.</p> <p>Describe la planeación y organización de la fuerza de ventas. Reconoce los Principios de la comunicación. Identifica el Liderazgo de la fuerza de ventas.</p> <p>Reconoce elementos de la motivación y compensación de la fuerza de ventas. Explica la evaluación del desempeño de la fuerza de ventas.</p> <p>Reconoce elementos de la introducción. Define los roles de la Publicidad. Reconoce la importancia los Medios.</p> <p>Integra las estrategias de publicidad y promociones.</p>	<ol style="list-style-type: none"> Aprendizaje Basado En Problemas Método Por Proyectos Informe de Investigación. 	<ol style="list-style-type: none"> Encuadre Exposición de temas Guiar al alumno Proporcionar información Da seguimiento Retroalimentación 	<ol style="list-style-type: none"> Análisis del problema en equipos Investigación documental Investigación de campo Mapas conceptuales Exposición de alternativas de solución en clase. Lectura del problema en equipos Investigación documental y/o de campo de campo Mapas conceptuales Exposición de avances en clase. 	<ol style="list-style-type: none"> Lista de cotejo Rúbrica Guía de observación



UAT

VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD

SABER HACER	<p>Habilidades/ Competencias Instrumentales y aptitudinales</p> <p>Relaciona la administración de la ética en un entorno de ventas. Organiza la administración de las relaciones con el cliente y desarrollo de sociedades. Clasifica el proceso de ventas. Organiza la administración del tiempo y del territorio. Usa la capacitación para la fuerza de ventas. Aplica el Liderazgo de la fuerza de ventas. Usa la motivación y compensación de la fuerza de ventas. Aplica la evaluación del desempeño de la fuerza de ventas. Aplica la introducción. Organiza la estrategia y Planeación. Selecciona los Medios.</p>				
SABER SER	<p>Actitudes y valores/ Competencias interpersonales y actitudinales.</p> <p>Fomento de competencia comunicativa. Responsabilidad y respeto hacia la toma de decisiones que generan conocimiento. Entender la importancia asimilación y práctica del código de ética profesional. Favorece el trabajo colaborativo. Respeto hacia el catedrático, compañeros e institución. Asume liderazgo y compromisos. Se sugiere al proceso de autoevaluación y co-evaluación (listados de cotejo) de los alumnos como herramienta formativa, es decir durante el proceso de enseñanza-aprendizaje.</p>				



UAT

VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD

Secretaría Académica

EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE DE LA UEA			
PRODUCTO INTEGRADOR DE LA UEA	NIVELES DE DOMINIO		CRITERIOS DE DESEMPEÑO
Proyecto Integrador de Estrategias de Publicidad y Ventas.	10	Competente	<i>Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados. Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información. Entrega en tiempo y forma. Aplicación de la información en tiempo real. Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 100%</i>
	9	Satisfactorio	<i>Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados. Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información. Entrega en tiempo y forma. Aplicación de la información en tiempo real. Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 90%</i>
	8	Suficiente	<i>Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados. Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información. Entrega en tiempo y forma. Aplicación de la información en tiempo real. Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 80%</i>
	7	Básico	<i>Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados. Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información. Entrega en tiempo y forma. Aplicación de la información en tiempo real. Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 70%</i>
	6	Elemental	<i>Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados. Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información. Entrega en tiempo y forma. Aplicación de la información en tiempo real. Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 60%</i>
	5	Aún no competente	<i>Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados. Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información. Entrega en tiempo y forma.</i>



Aplicación de la información en tiempo real.
Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 50%

SECUENCIA DIDÁCTICA

BLOQUE, TEMA, UNIDAD O MÓDULO:

Table with columns: FACULTAD Y/O UNIDAD ACADÉMICA, PROGRAMA EDUCATIVO, NÚMERO Y NOMBRE, ELEMENTO DE LA COMPETENCIA\OBJETIVO DEL BLOQUE, TEMA, UNIDAD O MÓDULO, TIEMPO/DURACIÓN, ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS (Estrategia, Actividades de Enseñanza, Actividades de Aprendizaje), INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN, RECURSOS.

EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE

Table with columns: PRODUCTO DEL BLOQUE, TEMA, UNIDAD O MÓDULO, NIVELES DE DOMINIO, CRITERIOS DE DESEMPEÑO.



	9	SATISFACTORIO	<p><i>Congruencia en la conformación de la información.</i></p> <p><i>Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados.</i></p> <p><i>Uso correcto del lenguaje escrito.</i></p> <p><i>Aplicación correcta de los términos e información.</i></p> <p><i>Entrega en tiempo y forma.</i></p> <p><i>Aplicación de la información en tiempo real.</i></p> <p><i>Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 90%</i></p>
	8	SUFICIENTE	<p><i>Congruencia en la conformación de la información.</i></p> <p><i>Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados.</i></p> <p><i>Uso correcto del lenguaje escrito.</i></p> <p><i>Aplicación correcta de los términos e información.</i></p> <p><i>Entrega en tiempo y forma.</i></p> <p><i>Aplicación de la información en tiempo real.</i></p> <p><i>Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 80%</i></p>
	7	BASICO	<p><i>Congruencia en la conformación de la información.</i></p> <p><i>Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados.</i></p> <p><i>Uso correcto del lenguaje escrito.</i></p> <p><i>Aplicación correcta de los términos e información.</i></p> <p><i>Entrega en tiempo y forma.</i></p> <p><i>Aplicación de la información en tiempo real.</i></p> <p><i>Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 70%</i></p>
	6	ELEMENTAL	<p><i>Congruencia en la conformación de la información.</i></p> <p><i>Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados.</i></p> <p><i>Uso correcto del lenguaje escrito.</i></p> <p><i>Aplicación correcta de los términos e información.</i></p> <p><i>Entrega en tiempo y forma.</i></p> <p><i>Aplicación de la información en tiempo real.</i></p> <p><i>Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 60%</i></p>
	5	AÚN NO COMPETENTE	<p><i>Congruencia en la conformación de la información.</i></p> <p><i>Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados.</i></p> <p><i>Uso correcto del lenguaje escrito.</i></p> <p><i>Aplicación correcta de los términos e información.</i></p> <p><i>Entrega en tiempo y forma.</i></p> <p><i>Aplicación de la información en tiempo real.</i></p> <p><i>Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 50%</i></p>



SECUENCIA DIDÁCTICA

BLOQUE, TEMA, UNIDAD O MÓDULO:

NÚMERO Y NOMBRE	II. <i>El marco legal de la publicidad y las promociones.</i>				
ELEMENTO DE LA COMPETENCIA\OBJETIVO DEL BLOQUE, TEMA, UNIDAD O MÓDULO	<i>Entiende y maneja los procesos regulatorios de comunicación de publicidad y ventas.</i>				
TIEMPO/DURACIÓN	10 Horas				
CONTENIDOS ESPECÍFICOS	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS			INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	RECURSOS
	Estrategia	Actividades de Enseñanza	Actividades de Aprendizaje		
2.1 Regulación de formas publicitarias específicas. 2.1.1 Publicidad comparativa. 2.1.2 Publicidad testimonial. 2.1.3 Demostraciones. 2.1.4 Garantías. 2.2 Regulación de las promociones de ventas. 2.2.1 Tipos de promociones de ventas. 2.2.2 Veracidad de las promociones de ventas. 2.3 Regulación de los medios publicitarios. 2.3.1 Áreas con regulación específica en la televisión. 2.3.2 Publicidad e información del medio. 2.3.3 Tiempo dedicado a los anuncios. 2.3.4 Telemarketing. 2.3.5 Publicidad y venta por correo. 2.4 Autorregulación. 2.4.1 Autorregulación en la empresa. 2.4.2 Autorregulación en las asociaciones empresariales. 2.4.3 Autorregulación publicitaria.	1. <i>Análisis de casos.</i>	1. <i>Exposición de temas</i> 2. <i>Guiar al alumno</i> 3. <i>Proporcionar información</i> 4. <i>Da seguimiento</i> 5. <i>Retroalimentación</i>	1. <i>Análisis del caso en equipos</i> 2. <i>Investigación documental</i> 3. <i>Mapas conceptuales</i> 4. <i>Exposición de alternativas de solución en clase.</i>	1. <i>Lista de cotejo</i> 2. <i>Rúbrica</i> 3. <i>Guía de observación</i>	1. <i>Equipo de computo</i> 2. <i>Cañón</i> 3. <i>Bases de datos (Sitios web)</i> 4. <i>Fuentes de consulta</i> 5. <i>Multimedia</i>

EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE

PRODUCTO DEL BLOQUE, TEMA, UNIDAD O	NIVELES DE DOMINIO	CRITERIOS DE DESEMPEÑO
-------------------------------------	--------------------	------------------------



UAT

VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD

Secretaría Académica

MÓDULO			
<i>Presenta regulaciones de los medios Publicitarios en el Caso Estratégico.</i>	10	COMPETENTE	<i>Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados. Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información. Entrega en tiempo y forma. Aplicación de la información en tiempo real. Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 100%</i>
	9	SATISFACTORIO	<i>Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados. Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información. Entrega en tiempo y forma. Aplicación de la información en tiempo real. Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 90%</i>
	8	SUFICIENTE	<i>Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados. Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información. Entrega en tiempo y forma. Aplicación de la información en tiempo real. Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 80%</i>
	7	BASICO	<i>Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados. Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información. Entrega en tiempo y forma. Aplicación de la información en tiempo real. Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 70%</i>
	6	ELEMENTAL	<i>Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados. Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información. Entrega en tiempo y forma. Aplicación de la información en tiempo real. Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 60%</i>
	5	AÚN NO COMPETENTE	<i>Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados. Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información. Entrega en tiempo y forma. Aplicación de la información en tiempo real.</i>



Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 50%

SECUENCIA DIDÁCTICA

BLOQUE, TEMA, UNIDAD O MÓDULO:

NÚMERO Y NOMBRE	III. Las agencias de publicidad y el proceso creativo.				
ELEMENTO DE LA COMPETENCIA\OBJETIVO DEL BLOQUE, TEMA, UNIDAD O MÓDULO	Desarrolla procesos para captar nuevos clientes, diseñar campañas y emitir anuncios en los medios de comunicación				
TIEMPO/DURACIÓN	10 Horas				
DESGLOSE DE CONTENIDOS ESPECÍFICOS	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS			INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	RECURSOS
	Estrategia	Actividades de Enseñanza	Actividades de Aprendizaje		
3.1 La estructura de las agencias. 3.1.1 Los clientes de las agencias de publicidad. 3.1.2 Las funciones de la agencia. 3.1.3 Tipos de agencia. 3.1.4 Propiedad de la agencia. 3.1.5 Organización de la agencia. 3.2 La elección de agencia publicitaria. 3.2.1 La ubicación de la agencia de publicidad. 3.2.2 La organización de la actividad publicitaria. 3.2.3 La elección de agencia externa. 3.3 Retribución de las agencias. 3.3.1 Comisión. 3.3.2 Honorarios fijos. 3.3.3 Coste base. 3.3.4 Retribución en función de la rentabilidad. 3.3.5 Conclusión: las ventajas de un sistema híbrido.	Prácticas Formativas. •Análisis de casos. •El alumno desarrolla una Campaña publicitaria usando los conocimientos adquiridos en clase. •Exposición del proyecto en clase.	1. Exposición de temas 2. Guiar al alumno 3. Proporcionar información 4. Da seguimiento 5. Retroalimentación	1. Lectura del problema en equipos 2. Investigación documental y/o de campo de campo 3. Mapas conceptuales 4. Exposición de avances en clase	1. Lista de cotejo 2. Rúbrica 3. Guía de observación	1. Equipo de computo 2. Cañón 3. Bases de datos (Sitios web) 4. Fuentes de consulta 5. Multimedia

EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE



IUAT

VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD

Secretaría Académica

PRODUCTO DEL BLOQUE, TEMA, UNIDAD O MÓDULO	NIVELES DE DOMINIO		CRITERIOS DE DESEMPEÑO
Desarrollo de una campaña publicitaria, con las Agencias seleccionadas.	10	COMPETENTE	<i>Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados. Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información. Entrega en tiempo y forma. Aplicación de la información en tiempo real. Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 100%</i>
	9	SATISFACTORIO	<i>Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados. Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información. Entrega en tiempo y forma. Aplicación de la información en tiempo real. Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 90%</i>
	8	SUFICIENTE	<i>Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados. Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información. Entrega en tiempo y forma. Aplicación de la información en tiempo real. Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 80%</i>
	7	BASICO	<i>Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados. Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información. Entrega en tiempo y forma. Aplicación de la información en tiempo real. Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 70%</i>
	6	ELEMENTAL	<i>Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados. Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información. Entrega en tiempo y forma. Aplicación de la información en tiempo real. Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 60%</i>
	5	AÚN NO COMPETENTE	<i>Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados. Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información. Entrega en tiempo y forma.</i>



Aplicación de la información en tiempo real.
Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 50%

SECUENCIA DIDÁCTICA

BLOQUE, TEMA, UNIDAD O MÓDULO:

NÚMERO Y NOMBRE	IV. <i>Cómo captar y mantener la atención del público.</i>				
ELEMENTO DE LA COMPETENCIA\OBJETIVO DEL BLOQUE, TEMA, UNIDAD O MÓDULO	Aplica los diversos métodos para captar la atención del público de acuerdo al tipo de producto y estrategia creativa.				
TIEMPO/DURACIÓN	5 Horas				
DESGLOSE DE CONTENIDOS ESPECÍFICOS	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS			INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	RECURSOS
	Estrategia	Actividades de Enseñanza	Actividades de Aprendizaje		
4.1 Fundamentos de la atención del consumidor. 4.1.1 El principio de atención selectiva. 4.1.2 Grados de receptividad de los consumidores. 4.2 Captar la atención del consumidor. 4.2.1 Métodos para captar la atención del público. 4.2.2 Selección del método para llamar la atención. 4.3 Diseño y ubicación del anuncio para llamar la atención. 4.3.1 Componentes del anuncio. 4.3.2 Ubicación del anuncio.	•Análisis de casos. Informe de Investigación.	1. Exposición de temas 2. Guiar al alumno 3. Proporcionar información 4. Da seguimiento 5. Retroalimentación	1. Análisis del caso en equipos 2. Investigación documental 3. Mapas conceptuales 4. Exposición de alternativas de solución en clase.	1. Lista de cotejo 2. Rúbrica 3. Guía de observación	1. Equipo de computo 2. Cañón 3. Bases de datos (Sitios web) 4. Fuentes de consulta 5. Multimedia

EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE

PRODUCTO DEL BLOQUE, TEMA, UNIDAD O MÓDULO	NIVELES DE DOMINIO		CRITERIOS DE DESEMPEÑO
	10	COMPETENTE	
			Congruencia en la conformación de la información.



UAT

VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD

Informe de Investigación del Diseño de Ubicación del Anuncio Publicitario.			<p>Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados. Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información. Entrega en tiempo y forma. Aplicación de la información en tiempo real. Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 100%</p>
	9	SATISFACTORIO	<p>Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados. Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información. Entrega en tiempo y forma. Aplicación de la información en tiempo real. Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 90%</p>
	8	SUFICIENTE	<p>Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados. Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información. Entrega en tiempo y forma. Aplicación de la información en tiempo real. Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 80%</p>
	7	BASICO	<p>Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados. Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información. Entrega en tiempo y forma. Aplicación de la información en tiempo real. Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 70%</p>
	6	ELEMENTAL	<p>Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados. Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información. Entrega en tiempo y forma. Aplicación de la información en tiempo real. Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 60%</p>
	5	AÚN NO COMPETENTE	<p>Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados. Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información. Entrega en tiempo y forma. Aplicación de la información en tiempo real. Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 50%</p>

SECUENCIA DIDÁCTICA

BLOQUE, TEMA, UNIDAD O MÓDULO:

NÚMERO Y NOMBRE	V. <i>Persuadir con información y argumentos.</i>				
ELEMENTO DE LA COMPETENCIA\OBJETIVO DEL BLOQUE, TEMA, UNIDAD O MÓDULO	<i>Diseña el manejo adecuado de la persuasión y de las estrategias de argumentación para beneficio de la organización.</i>				
TIEMPO/DURACIÓN	5 Horas				
DESGLOSE DE CONTENIDOS ESPECÍFICOS	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS			INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	RECURSOS
	Estrategia	Actividades de Enseñanza	Actividades de Aprendizaje		
5.1 Procesamiento de la información por el consumidor. 5.1.1 <i>La Percepción: aprehender los estímulos externos.</i> 5.1.2 <i>Conocimiento: pensar sobre los mensajes recibidos.</i> 5.1.3 <i>Memorización y recuerdo de la información.</i> 5.2 Estrategias de argumentación. 5.2.1 <i>Argumentación comparativa.</i> 5.2.2 <i>Argumentación refutatoria.</i> 5.2.3 <i>Argumentación preventiva.</i> 5.2.4 <i>Enmarcación.</i> 5.2.5 <i>Argumentación de apoyo.</i>	<i>Análisis de casos.</i>	1. <i>Exposición de temas</i> 2. <i>Guiar al alumno</i> 3. <i>Proporcionar información</i> 4. <i>Da seguimiento</i> 5. <i>Retroalimentación</i>	1. <i>Análisis del caso en equipos</i> 2. <i>Investigación documental</i> 3. <i>Mapas conceptuales</i> 4. <i>Exposición de alternativas de solución en clase.</i>	1. <i>Lista de cotejo</i> 2. <i>Rúbrica</i> 3. <i>Guía de observación</i>	1. <i>Equipo de computo</i> 2. <i>Cañón</i> 3. <i>Bases de datos (Sitios web)</i> 4. <i>Fuentes de consulta</i> 5. <i>Multimedia</i>

EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE

PRODUCTO DEL BLOQUE, TEMA, UNIDAD O MÓDULO	NIVELES DE DOMINIO		CRITERIOS DE DESEMPEÑO
<i>Presenta Caso Estratégico de Forma de Argumentación hacia el Consumidor.</i>	10	COMPETENTE	<i>Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados.</i>



UAT

VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD

Secretaría Académica

			<p><i>Uso correcto del lenguaje escrito.</i></p> <p><i>Aplicación correcta de los términos e información.</i></p> <p><i>Entrega en tiempo y forma.</i></p> <p><i>Aplicación de la información en tiempo real.</i></p> <p><i>Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 100%</i></p>
9	SATISFACTORIO		<p><i>Congruencia en la conformación de la información.</i></p> <p><i>Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados.</i></p> <p><i>Uso correcto del lenguaje escrito.</i></p> <p><i>Aplicación correcta de los términos e información.</i></p> <p><i>Entrega en tiempo y forma.</i></p> <p><i>Aplicación de la información en tiempo real.</i></p> <p><i>Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 90%</i></p>
8	SUFICIENTE		<p><i>Congruencia en la conformación de la información.</i></p> <p><i>Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados.</i></p> <p><i>Uso correcto del lenguaje escrito.</i></p> <p><i>Aplicación correcta de los términos e información.</i></p> <p><i>Entrega en tiempo y forma.</i></p> <p><i>Aplicación de la información en tiempo real.</i></p> <p><i>Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 80%</i></p>
7	BASICO		<p><i>Congruencia en la conformación de la información.</i></p> <p><i>Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados.</i></p> <p><i>Uso correcto del lenguaje escrito.</i></p> <p><i>Aplicación correcta de los términos e información.</i></p> <p><i>Entrega en tiempo y forma.</i></p> <p><i>Aplicación de la información en tiempo real.</i></p> <p><i>Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 70%</i></p>
6	ELEMENTAL		<p><i>Congruencia en la conformación de la información.</i></p> <p><i>Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados.</i></p> <p><i>Uso correcto del lenguaje escrito.</i></p> <p><i>Aplicación correcta de los términos e información.</i></p> <p><i>Entrega en tiempo y forma.</i></p> <p><i>Aplicación de la información en tiempo real.</i></p> <p><i>Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 60%</i></p>
5	AÚN NO COMPETENTE		<p><i>Congruencia en la conformación de la información.</i></p> <p><i>Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados.</i></p> <p><i>Uso correcto del lenguaje escrito.</i></p> <p><i>Aplicación correcta de los términos e información.</i></p> <p><i>Entrega en tiempo y forma.</i></p> <p><i>Aplicación de la información en tiempo real.</i></p> <p><i>Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 50%</i></p>

SECUENCIA DIDÁCTICA

BLOQUE, TEMA, UNIDAD O MÓDULO:

NÚMERO Y NOMBRE	VI. <i>Fundamentos de las promociones de ventas.</i>				
ELEMENTO DE LA COMPETENCIA\OBJETIVO DEL BLOQUE, TEMA, UNIDAD O MÓDULO	<i>Aplica los principios y estrategias de las promociones de ventas basadas en precios.</i>				
TIEMPO/DURACIÓN	10 Horas				
DESGLOSE DE CONTENIDOS ESPECÍFICOS	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS			INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	RECURSOS
	Estrategia	Actividades de Enseñanza	Actividades de Aprendizaje		
6.1 Principales dimensiones de la promoción. 6.1.1 Características del canal. 6.1.2 Características de la promoción. 6.2 Principios de las promociones basadas en precios. 6.2.1 Conocimiento de los precios y descuentos. 6.2.2 Discriminación de precios. 6.2.3 Descuentos periódicos. 6.2.4 Descuento aleatorio. 6.2.5 Descuentos cualificados y en segundos mercados. 6.2.6 Respuesta del consumidor a las promociones de precios. 6.2.7 Precios de referencia. 6.2.8 Asimetría en la respuesta. 6.2.9 Percepción de la justicia en los precios y las promociones. 6.2.10 Derechos mutuos.	<i>Análisis de casos.</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Exposición de temas</i> 2. <i>Guiar al alumno</i> 3. <i>Proporcionar información</i> 4. <i>Da seguimiento</i> 5. <i>Retroalimentación</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Análisis del caso en equipos</i> 2. <i>Investigación documental</i> 3. <i>Mapas conceptuales</i> 4. <i>Exposición de alternativas de solución en clase.</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Lista de cotejo</i> 2. <i>Rúbrica</i> 3. <i>Guía de observación</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Equipo de computo</i> 2. <i>Cañón</i> 3. <i>Bases de datos (Sitios web)</i> 4. <i>Fuentes de consulta</i> 5. <i>Multimedia</i>



UAT

VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD

Secretaría Académica

EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE		
PRODUCTO DEL BLOQUE, TEMA, UNIDAD O MÓDULO	NIVELES DE DOMINIO	CRITERIOS DE DESEMPEÑO
<i>Presenta Caso Estratégico de Promociones de Ventas basado en el Principio de las Promociones.</i>	10	COMPETENTE <i>Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados. Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información. Entrega en tiempo y forma. Aplicación de la información en tiempo real. Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 100%</i>
	9	SATISFACTORIO <i>Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados. Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información. Entrega en tiempo y forma. Aplicación de la información en tiempo real. Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 90%</i>
	8	SUFICIENTE <i>Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados. Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información. Entrega en tiempo y forma. Aplicación de la información en tiempo real. Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 80%</i>
	7	BASICO <i>Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados. Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información. Entrega en tiempo y forma. Aplicación de la información en tiempo real. Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 70%</i>
	6	ELEMENTAL <i>Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados. Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información. Entrega en tiempo y forma. Aplicación de la información en tiempo real. Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 60%</i>
	5	AÚN NO COMPETENTE <i>Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados. Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información.</i>



Entrega en tiempo y forma.
Aplicación de la información en tiempo real.
Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 50%

SECUENCIA DIDÁCTICA

BLOQUE, TEMA, UNIDAD O MÓDULO:

Table with columns: NÚMERO Y NOMBRE, ELEMENTO DE LA COMPETENCIA\OBJETIVO DEL BLOQUE, TEMA, UNIDAD O MÓDULO, TIEMPO/DURACIÓN, DESGLOSE DE CONTENIDOS ESPECÍFICOS, ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS (Estrategia, Actividades de Enseñanza, Actividades de Aprendizaje), INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN, RECURSOS.



UAT

VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD

**Secretaría
Académica**

7.8.2 Condiciones que favorecen las pruebas. 7.9 Comparación entre las promociones de precios.					
---	--	--	--	--	--

EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE		
PRODUCTO DEL BLOQUE, TEMA, UNIDAD O MÓDULO	NIVELES DE DOMINIO	CRITERIOS DE DESEMPEÑO
Presenta Caso Estratégico de Promociones al Consumidor, incluyendo cupones, paquetes, premios y sorteos.	10	COMPETENTE Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados. Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información. Entrega en tiempo y forma. Aplicación de la información en tiempo real. Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 100%
	9	SATISFACTORIO Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados. Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información. Entrega en tiempo y forma. Aplicación de la información en tiempo real. Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 90%
	8	SUFICIENTE Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados. Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información. Entrega en tiempo y forma. Aplicación de la información en tiempo real. Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 80%
	7	BASICO Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados. Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información. Entrega en tiempo y forma. Aplicación de la información en tiempo real. Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 70%
	6	ELEMENTAL Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados. Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información. Entrega en tiempo y forma. Aplicación de la información en tiempo real.



UAT

VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD

Secretaría Académica

			<i>Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 60%</i>
	5	AÚN NO COMPETENTE	<i>Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados. Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información. Entrega en tiempo y forma. Aplicación de la información en tiempo real. Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 50%</i>

SECUENCIA DIDÁCTICA

BLOQUE, TEMA, UNIDAD O MÓDULO:

NÚMERO Y NOMBRE	VIII. <i>Control de la efectividad publicitaria.</i>				
ELEMENTO DE LA COMPETENCIA\OBJETIVO DEL BLOQUE, TEMA, UNIDAD O MÓDULO	<i>Analiza las variables relativas a la efectividad publicitaria y los enfoques científicos para analizar los efectos de la publicidad sobre las ventas.</i>				
TIEMPO/DURACIÓN	<i>10 Horas</i>				
DESGLOSE DE CONTENIDOS ESPECÍFICOS	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS			INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	RECURSOS
	Estrategia	Actividades de Enseñanza	Actividades de Aprendizaje		



<p>8.1 Efectividad publicitaria: algunas definiciones básicas.</p> <p>8.2 Enfoques en la investigación de la efectividad publicitaria.</p> <p>8.2.1 Investigación de laboratorio.</p> <p>8.2.2 Investigación de campo.</p> <p>8.2.3 Experimento de campo.</p> <p>8.3 Medidas estándar de la efectividad publicitaria.</p> <p>8.3.1 Recuerdo.</p> <p>8.3.2 Reconocimiento.</p> <p>8.3.3 Solicitudes.</p> <p>8.3.4 Ventas.</p> <p>8.4 Cómo influye la publicidad en las ventas.</p> <p>8.4.1 Principales investigaciones sobre la relación publicidad-ventas.</p> <p>8.4.2 ¿Por qué las empresas siguen difundiendo anuncios ineficientes?</p> <p>Conclusión.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proyecto de Investigación. 2. Análisis de casos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Exposición de temas 2. Guiar al alumno 3. Proporcionar información 4. Da seguimiento 5. Retroalimentación 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lectura de Efectos Publicitarios 2. Investigación Documental y de Campo. 3. Análisis del caso en equipos 4. Investigación documental 5. Mapas conceptuales 6. Exposición de alternativas de solución en clase. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lista de cotejo 2. Rúbrica 3. Guía de observación 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Equipo de computo 2. Cañón 3. Bases de datos (Sitios web) 4. Fuentes de consulta 5. Multimedia
---	--	--	--	--	---

EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE		
PRODUCTO DEL BLOQUE, TEMA, UNIDAD O MÓDULO	NIVELES DE DOMINIO	CRITERIOS DE DESEMPEÑO
Informe de Investigación de la Efectividad Publicitaria Elegida en el Proyecto.	10 COMPETENTE	<p>Congruencia en la conformación de la información.</p> <p>Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados.</p> <p>Uso correcto del lenguaje escrito.</p> <p>Aplicación correcta de los términos e información.</p> <p>Entrega en tiempo y forma.</p> <p>Aplicación de la información en tiempo real.</p> <p>Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 100%</p>
	9 SATISFACTORIO	<p>Congruencia en la conformación de la información.</p> <p>Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados.</p> <p>Uso correcto del lenguaje escrito.</p> <p>Aplicación correcta de los términos e información.</p> <p>Entrega en tiempo y forma.</p> <p>Aplicación de la información en tiempo real.</p> <p>Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 90%</p>



	8	SUFICIENTE	<p><i>Congruencia en la conformación de la información.</i></p> <p><i>Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados.</i></p> <p><i>Uso correcto del lenguaje escrito.</i></p> <p><i>Aplicación correcta de los términos e información.</i></p> <p><i>Entrega en tiempo y forma.</i></p> <p><i>Aplicación de la información en tiempo real.</i></p> <p><i>Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 80%</i></p>
	7	BASICO	<p><i>Congruencia en la conformación de la información.</i></p> <p><i>Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados.</i></p> <p><i>Uso correcto del lenguaje escrito.</i></p> <p><i>Aplicación correcta de los términos e información.</i></p> <p><i>Entrega en tiempo y forma.</i></p> <p><i>Aplicación de la información en tiempo real.</i></p> <p><i>Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 70%</i></p>
	6	ELEMENTAL	<p><i>Congruencia en la conformación de la información.</i></p> <p><i>Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados.</i></p> <p><i>Uso correcto del lenguaje escrito.</i></p> <p><i>Aplicación correcta de los términos e información.</i></p> <p><i>Entrega en tiempo y forma.</i></p> <p><i>Aplicación de la información en tiempo real.</i></p> <p><i>Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 60%</i></p>
	5	AÚN NO COMPETENTE	<p><i>Congruencia en la conformación de la información.</i></p> <p><i>Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados.</i></p> <p><i>Uso correcto del lenguaje escrito.</i></p> <p><i>Aplicación correcta de los términos e información.</i></p> <p><i>Entrega en tiempo y forma.</i></p> <p><i>Aplicación de la información en tiempo real.</i></p> <p><i>Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 50%</i></p>

SECUENCIA DIDÁCTICA

BLOQUE, TEMA, UNIDAD O MÓDULO:

NÚMERO Y NOMBRE	IX. <i>Planificación de la publicidad en los medios convencionales.</i>
ELEMENTO DE LA COMPETENCIA\OBJETIVO DEL BLOQUE, TEMA, UNIDAD O MÓDULO	<i>Elabora la planificación de medios para el desarrollo de una campaña publicitaria.</i>



UAT

VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD

Secretaría Académica

TIEMPO/DURACIÓN	10 Horas			INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	RECURSOS
DESGLOSE DE CONTENIDOS ESPECÍFICOS	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS				
	Estrategia	Actividades de Enseñanza	Actividades de Aprendizaje		
<p>9.1 Estructura de los medios de comunicación.</p> <p>9.1.1 Características de los medios convencionales.</p> <p>9.1.2 Principales tendencias en los medios convencionales.</p> <p>9.1.3 Planificación de los medios de comunicación.</p> <p>9.1.4 Análisis de los antecedentes.</p> <p>9.1.5 Definición del público objetivo.</p> <p>9.1.6 Selección de medios.</p> <p>9.1.7 Selección de soportes.</p> <p>9.1.8 Evaluación de planes.</p> <p>9.1.9 Calendario de inserciones.</p> <p>9.1.10 Presentación del plan propuesto.</p> <p>9.1.11 Negociaciones y contratación.</p> <p>9.1.12 Seguimiento y control.</p> <p>9.2 Fuentes de información secundaria.</p> <p>9.2.1 Estudio General de Medios.</p> <p>9.2.2 Oficina de Justificación de la Difusión.</p> <p>9.2.3 SOFRES, A. M.</p> <p>Otras fuentes.</p>	<ol style="list-style-type: none"> Proyecto de Investigación. Análisis de casos. El alumno elige medios publicitarios convencional es usando los conocimientos adquiridos en clase. Exposición del proyecto en clase. 	<ol style="list-style-type: none"> Exposición de temas Guiar al alumno Proporcionar información Da seguimiento Retrealimentación 	<ol style="list-style-type: none"> Lectura del problema en equipos Investigación documental y/o de campo de campo Mapas conceptuales Exposición de avances en clase 	<ol style="list-style-type: none"> Lista de cotejo Rúbrica Guía de observación 	<ol style="list-style-type: none"> Equipo de computo Cañón Bases de datos (Sitios web) Fuentes de consulta Multimedia

EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE		
PRODUCTO DEL BLOQUE, TEMA, UNIDAD O MÓDULO	NIVELES DE DOMINIO	CRITERIOS DE DESEMPEÑO
Proyecto Integrador que Incluye Publicidad en los Medios Convencionales.	10	<p>COMPETENTE</p> <p>Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados. Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información. Entrega en tiempo y forma. Aplicación de la información en tiempo real. Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 100%</p>
	9	<p>SATISFACTORIO</p> <p>Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados.</p>



UAT

VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD

Secretaría Académica

			<p>Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información. Entrega en tiempo y forma. Aplicación de la información en tiempo real. Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 90%</p>
8	SUFICIENTE		<p>Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados. Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información. Entrega en tiempo y forma. Aplicación de la información en tiempo real. Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 80%</p>
7	BASICO		<p>Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados. Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información. Entrega en tiempo y forma. Aplicación de la información en tiempo real. Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 70%</p>
6	ELEMENTAL		<p>Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados. Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información. Entrega en tiempo y forma. Aplicación de la información en tiempo real. Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 60%</p>
5	AÚN NO COMPETENTE		<p>Congruencia en la conformación de la información. Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados. Uso correcto del lenguaje escrito. Aplicación correcta de los términos e información. Entrega en tiempo y forma. Aplicación de la información en tiempo real. Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 50%</p>

SECUENCIA DIDÁCTICA

BLOQUE, TEMA, UNIDAD O MÓDULO:



NÚMERO Y NOMBRE	X. <i>Integración de las estrategias de publicidad y promoción y ventas.</i>				
ELEMENTO DE LA COMPETENCIA\OBJETIVO DEL BLOQUE, TEMA, UNIDAD O MÓDULO	<i>Diseña las estrategias de integración de publicidad y promoción que usan las empresas para mantener su posición en el mercado.</i>				
TIEMPO/DURACIÓN	10 Horas				
DESGLOSE DE CONTENIDOS ESPECÍFICOS	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS			INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	RECURSOS
	Estrategia	Actividades de Enseñanza	Actividades de Aprendizaje		
10.1 <i>Estrategia integrada durante el ciclo de vida del producto.</i> 10.1.1 <i>Estrategias durante las etapas del ciclo de vida del producto.</i> 10.1.2 <i>Estrategias durante los sucesivos ciclos de vida del producto.</i> 10.1.3 <i>Estrategias en función de la velocidad de despegue</i> 10.2. <i>Diseño de programas de ventas</i> 10.2.1. <i>Elaboración de planes de ventas</i> 10.2.2. <i>Elaboración del modelo de fuerza de ventas</i> 10.3. <i>Creación de planes de atención y servicio al cliente</i> 10.3.1. <i>Diseño del programa de servicio</i> 10.3.2. <i>Establecimiento de las estrategias de administración de relaciones con el cliente</i> 10.4. <i>Integración de la publicidad y las promociones en cada fase del ciclo de vida.</i> 10.4.1 <i>Intercambios entre los componentes de la comunicación.</i> 10.4.2 <i>Refuerzo entre las acciones promocionales.</i> 10.5 <i>Comunicación integral y marketing defensivo.</i> 10.5.1 <i>El Modelo de Defensa.</i> 10.5.2 <i>Desviación.</i> 10.5.3 <i>Golpe por golpe.</i> 10.5.4 <i>Contraataque.</i>	1. <i>Desarrollo de la temática por parte del docente.</i> 2. <i>Análisis de casos.</i>	1. <i>Exposición de temas</i> 2. <i>Guiar al alumno</i> 3. <i>Proporcionar información</i> 4. <i>Da seguimiento</i> 5. <i>Da Retroalimentación</i>	1. <i>Análisis del problema en equipos</i> 2. <i>Investigación documental</i> 3. <i>Mapas conceptuales</i> 4. <i>Exposición de alternativas de solución en clase.</i>	1. <i>Lista de cotejo</i> 2. <i>Rúbrica</i> 3. <i>Guía de observación</i>	1. <i>Equipo de computo</i> 2. <i>Cañón</i> 3. <i>Bases de datos (Sitios web)</i> 4. <i>Fuentes de consulta</i> 5. <i>Multimedia</i>

EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE		
PRODUCTO DEL BLOQUE, TEMA, UNIDAD O	NIVELES DE DOMINIO	CRITERIOS DE DESEMPEÑO



UAT

VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD

Secretaría Académica

MÓDULO			
Proyecto de Investigación incluyendo Publicidad y Promociones en cada fase del Ciclo de Vida.	10	COMPETENTE	<p><i>Congruencia en la conformación de la información.</i></p> <p><i>Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados.</i></p> <p><i>Uso correcto del lenguaje escrito.</i></p> <p><i>Aplicación correcta de los términos e información.</i></p> <p><i>Entrega en tiempo y forma.</i></p> <p><i>Aplicación de la información en tiempo real.</i></p> <p><i>Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 100%</i></p>
	9	SATISFACTORIO	<p><i>Congruencia en la conformación de la información.</i></p> <p><i>Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados.</i></p> <p><i>Uso correcto del lenguaje escrito.</i></p> <p><i>Aplicación correcta de los términos e información.</i></p> <p><i>Entrega en tiempo y forma.</i></p> <p><i>Aplicación de la información en tiempo real.</i></p> <p><i>Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 90%</i></p>
	8	SUFICIENTE	<p><i>Congruencia en la conformación de la información.</i></p> <p><i>Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados.</i></p> <p><i>Uso correcto del lenguaje escrito.</i></p> <p><i>Aplicación correcta de los términos e información.</i></p> <p><i>Entrega en tiempo y forma.</i></p> <p><i>Aplicación de la información en tiempo real.</i></p> <p><i>Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 80%</i></p>
	7	BASICO	<p><i>Congruencia en la conformación de la información.</i></p> <p><i>Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados.</i></p> <p><i>Uso correcto del lenguaje escrito.</i></p> <p><i>Aplicación correcta de los términos e información.</i></p> <p><i>Entrega en tiempo y forma.</i></p> <p><i>Aplicación de la información en tiempo real.</i></p> <p><i>Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 70%</i></p>
	6	ELEMENTAL	<p><i>Congruencia en la conformación de la información.</i></p> <p><i>Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados.</i></p> <p><i>Uso correcto del lenguaje escrito.</i></p> <p><i>Aplicación correcta de los términos e información.</i></p> <p><i>Entrega en tiempo y forma.</i></p> <p><i>Aplicación de la información en tiempo real.</i></p> <p><i>Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 60%</i></p>
	5	AÚN NO COMPETENTE	<p><i>Congruencia en la conformación de la información.</i></p> <p><i>Inclusión de argumentos analíticos y fundamentados.</i></p> <p><i>Uso correcto del lenguaje escrito.</i></p> <p><i>Aplicación correcta de los términos e información.</i></p> <p><i>Entrega en tiempo y forma.</i></p> <p><i>Aplicación de la información en tiempo real.</i></p>



UAT

VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD

Secretaría Académica

Que cumpla con todos los requisitos establecidos al 50%

REFERENCIAS (APA)

Básica	<i>Hair, Anderson y Mehta. (2010). Administración de ventas, Relaciones y sociedades con el cliente. México: Cengage Learning. Russel, Lane, Whitehill y Kleppner. (2005). Publicidad. México: Prentice Hall Díez, Navarro y Pera. (2003). Dirección de la fuerza de ventas. España: ESIC.</i>
Complementaria	<i>José Antonio Mares Torres / Silverio Federico Cuarenta García / Tomas Curiel López, La aplicación de estrategias en las empresas de servicio. La labor investigadora de los Cuerpos Académicos FCAT - UAT Weitz, Castleberry y Tanner. (2007). Ventas Construyendo sociedades. México: Mc Graw Hill.</i>

ELABORACIÓN

Nombre del (la) Profesor (a)	DES y/o Academia
<i>José Ignacio Azuela Flores</i>	<i>FACULTAD DE COMERCIO Y ADMINISTRACION DE TAMPICO/ACADEMIA DE MERCADOTECNIA</i>
<i>Humberto Hermosillo Richartt</i>	<i>FACULTAD DE COMERCIO Y ADMINISTRACION DE TAMPICO/ACADEMIA DE MERCADOTECNIA</i>

Fecha de Elaboración:06/07/2018

ACTUALIZACIÓN

Nombre del (la) Profesor (a)	DES y/o Academia
<i>José Ignacio Azuela Flores</i>	<i>FACULTAD DE COMERCIO Y ADMINISTRACION DE TAMPICO/ACADEMIA DE MERCADOTECNIA</i>
<i>Humberto Hermosillo Richartt</i>	<i>FACULTAD DE COMERCIO Y ADMINISTRACION DE TAMPICO/ACADEMIA DE MERCADOTECNIA</i>
<i>Sergio César Villegas Roji</i>	<i>FACULTAD DE COMERCIO Y ADMINISTRACION DE TAMPICO/ACADEMIA DE MERCADOTECNIA</i>
<i>Jannett Ayup González</i>	<i>FACULTAD DE COMERCIO Y ADMINISTRACION DE TAMPICO/ACADEMIA DE MERCADOTECNIA</i>

Fecha de Actualización: 07/04/2020