



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO



DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS

LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

ASIGNATURA: MERCADOTECNIA

TEMA: PORTAFOLIO DE EVIDENCIA

PROFESORA: DRA. MINERVA CAMACHO JAVIER

CICLO: 02-2024

ALUMNA: ANDREA CRUCES HERRERA

FECHA: 18 DE AGOSTO DE 2024

Introducción

Los estudiantes estamos acostumbrados a aprender en el aula los contenidos que explican los profesores y solo nos quedamos con un aprendizaje teórico. El aprendizaje por competencias propone que cada estudiante sea responsable de su propio aprendizaje; que adquiera conocimientos tanto teóricos como prácticos; y que desarrolle sus habilidades. Gracias a este modelo, los estudiantes son capaces de desarrollar las competencias específicas de egreso que exige la licenciatura en mercadotecnia como: análisis de tendencias y oportunidades de mercado; análisis del comportamiento del consumidor; desarrollo y evaluación de planeación estratégica de mercadotecnia; incorporación de las TIC en las tendencias en la mercadotecnia. Asimismo, las competencias genéricas de la asignatura de mercadotecnia: aprender a aprender, manejo de las TIC y trabajo en equipo. Las específicas: diseñar planes integrales de marketing para posicionar a las organizaciones en el mercado considerando las fuerzas competitivas del entorno y el uso intensivo de las TIC. Y las transversales: aprender a aprender; comunicación oral y escrita; uso de las TIC; gestión de proyectos; gestión emocional; responsabilidad social, inserción social y desarrollo sustentable.

Dado lo anterior, el objetivo de este Portafolio Electrónico de Evidencias Académicas es presentar el aprendizaje obtenido durante este semestre por medio del Aprendizaje Orientado a Proyectos a través de las actividades realizadas. Esto con el fin de observar de manera crítica el propio proceso de aprender a aprender por competencias.

Este portafolio de evidencias cuenta con siete apartados, los cuales se encuentran en el menú de la página web: 1. La portada, donde se encuentra el nombre de quien presenta el portafolio, la asignatura, la licenciatura, el ciclo, el nombre de la profesora y la ubicación. 2. Acerca de, donde se da a conocer un poco sobre mis gustos. 3. Introducción, donde se habla sobre la importancia de aprender por competencias. 4. Evidencias, la cual se encuentra dividida en 3

subpáginas: Etapa 1, se encuentran las actividades desarrolladas durante esta etapa así como las listas de cotejo y reportes de lectura y video, respectivas a cada actividad junto con imágenes de las actividades. Etapa 2, se encuentran las actividades desarrolladas durante esta etapa así como las listas de cotejo y reportes de lectura y video, respectivas a cada actividad junto con imágenes de las actividades y minutas. Etapa 3, se encuentran las actividades de apuntes de la asignatura y el portafolio de evidencia junto con sus respectivas rúbricas. 5. Reflexión, en la cual se redactó sobre mi desempeño académico y los aprendizajes obtenidos. 6. Referencias y 7. Foro.

A lo largo del curso pude desarrollar competencias generales y transversales que me serán de ayuda en los siguientes cursos. Debo seguir aprendiendo sobre nuevas herramientas digitales, pues cada vez surgen más de estas, las cuales me serán de mucha ayuda en la carrera y al entrar en el mundo laboral.

Imagen del PEV:



Enlace: <https://andreacrucesherrer.wixsite.com/ciclos>

Reflexión

Lo que sabía y no sabía en el aprender a aprender por competencias

Al inicio de este semestre no conocía sobre la metodología "Aprender a aprender por competencias", pensaba que se trataba solo de aprender de manera teórica, sin embargo, a medida que la profesora lo iba explicando y durante el desarrollo de las actividades, comprendí que se trataba de mucho más que solo memorizar contenidos. Se trata de desarrollar habilidades, competencias generales, transversales y específicas y llevar los conocimientos teóricos a la práctica.

Mi aprendizaje áulico y virtual

Al inicio de cada semana comenzaba leyendo la planeación didáctica que se encuentra en el Wix de la profesora, esto con el fin de saber qué actividad se iba a realizar y el tema a investigar. Posteriormente en el aula aclaraba mis dudas y seguido a esto comenzaba a investigar sobre el tema, esto lo hacía a través de páginas web y repositorios de universidades y bases de datos como Google Académico, e iba registrando la información en los reportes de lectura y video. Después realizaba el diseño o la estructura de la actividad y colocaba la información recopilada, redactaba la introducción y conclusión y finalmente realizaba la lista de cotejo para adjuntarla a la actividad y subirla a Teams en tiempo y forma. Al finalizar cada semana llenaba el diario de clase reflexionando sobre lo que sabía y lo que no y los aprendizajes que obtuve.

Todas las actividades que iba realizando, junto con los reportes, listas de cotejo, evaluaciones y evidencias, las iba organizando en carpetas en mi computadora para que fuera más fácil encontrarlas y subirlas a mi página de Wix.

Para hacer el diseño de mi página de Wix, revisé los ejemplos proporcionados por la profesora en su sitio web de otros portafolios de evidencia. Asimismo, seguí el tutorial para crear mi página, el cual se encuentra en el

apartado "Documentos Comunes" de la página de la profesora. Wix tiene una interfaz amigable e intuitiva, con tutoriales dentro de la misma, lo que hizo que fuera fácil aprender a utilizarla.

Competencias desarrolladas con el AOP

A lo largo del curso logré desarrollar las competencias específicas y genéricas como aprender a aprender, a través de las actividades que iba realizando; el manejo de las TIC a medida que iba realizando mi portafolio de evidencia y en las actividades cuando se requería usar aplicaciones como Canva, Word y Power Point. Y el trabajo en equipo al realizar la micro campaña de corte social y a través del cambio de roles.

Por otro lado, el proceso evaluativo consistió en autoevaluaciones, coevaluaciones, lista de cotejo y rúbricas respectivamente donde de acuerdo a los indicadores se colocaba la calificación. Para ello se debía reflexionar y analizar la actividad realizada y ver si cumplía con cada uno de estos.

Lo aprendido y lo que falta por seguir mejorando en mi propio proceso de aprendizaje

Gracias al Aprendizaje Orientado a Proyectos desarrollé competencias generales y transversales como: aprender a aprender, logrando ser más autodidacta y ser más curiosa para aprender cosas nuevas; la comunicación oral y escrita en diferentes medios; el uso de las TIC, al usar distintas herramientas digitales y el trabajo en equipo, ya que tanto mis compañeros de equipo como yo logramos llevar a cabo la micro campaña de manera exitosa, pues supimos cómo organizarnos, resolver los problemas que se nos presentaban y tomar buenas decisiones.

Considero que debo seguir aprendiendo sobre nuevas estrategias de organización para que ante cualquier situación pueda adaptarme con rapidez; y sobre nuevas herramientas digitales que van surgiendo además de las que ya he

aprendido a usar, puesto que serán de mucha ayuda para seguirme desarrollando como profesional y adquirir nuevas habilidades que mejorarán mi proceso de aprendizaje.

Referencias

Aprendiz de mercadotecnia. (7 de octubre de 2021). Cuáles son las 7 P'S de la MERCADOTECNIA | 7 P del MARKETING en NEGOCIOS. [Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=oNQnWpkiU5o>

Da Silva, D. (5 de agosto de 2022). *Mezcla de productos: 8 estrategias para hacerla atractiva*. Blog de Zendesk. Recuperado el 11 de septiembre de 2024 de <https://www.zendesk.com.mx/blog/mezcla-de-productos/>

Díaz Pérez, C. (2019). Estrategias de promoción. Guadalajara, Jalisco, México: Universidad de Guadalajara, Sistema de Universidad Virtual. <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/3018>

Editorial, Etecé. (23 de septiembre de 2020). Mercadotecnia. Enciclopedia Concepto. Recuperado el 17 de agosto de 2024 de <https://concepto.de/mercadotecnia/>

Equipo editorial de indeed. (31 de julio de 2024). *Funciones de la mercadotecnia y su importancia en la estrategia de ventas*. Guía profesional de Indeed. Recuperado del 16 de agosto de 2024 de <https://mx.indeed.com/orientacion-profesional/como-encontrar-empleo/funciones-mercadotecnia>

Gómez-Reyes, S. L., Torres-Duarte, M. C., Tovar-Gómez, A M. (2018). La mezcla de mercadotecnia y su evolución a través del tiempo. *Excelencia Administrativa*, 15(44), pp. 25-40.

http://festivalgnu.fca.uach.mx/posgrado_e_investigacion/2018/09/05/Excelencia-Administrativa-Vol-44.pdf#page=30

Gómez, L. J. y Tauro, M. A. (2023). Comercialización: apuntes de cátedra. Evolución del marketing 1.0 al 5.0.

<https://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/6553>

Jaimes, J. (15 de febrero de 2022). ¿Qué es Mercadotecnia? definición, proceso, importancia y ejemplos reales. RD Station. Recuperado el 15 de agosto de 2024 de <https://www.rdstation.com/blog/es/mercadotecnia/>

Jorge Méndez. (10 de agosto de 2024). Marketing Mix || Las 4Ps, 7Ps, 4Cs o 4Es del Marketing. [Archivo de Vídeo]. Youtube.

<https://www.youtube.com/watch?v=8eiXiL4JktY>

Jover, A. (7 de agosto de 2023). 7 top herramientas para análisis estratégico del Macro y Micro entorno. Linked In. Recuperado el 30 de agosto de 2024 de <https://es.linkedin.com/pulse/7-top-herramientas-para-an%C3%A1lisis-estrat%C3%A9gico-del-macro-alicia-jover>

Licari, S. (26 de julio de 2023). Descubre las 4 E del marketing y cómo aplicarlas en los negocios. *HubSpot*. <https://blog.hubspot.es/marketing/4e-del-marketing>

- Martínez-Moreno, O. C. y Mondragón-Hernández, G. (2020). Modelos de mercadotecnia como una herramienta para las Pymes en México. *Revista Científica Anfibios*, 3(1), 47-51. <https://doi.org/10.37979/afb.2020v3n1.61>
- Monferrer, Tirado. D. (2013). *Fundamentos de Marketing*. Editorial Publicacions de la Universitat Jaume I. <http://dx.doi.org/10.6035/Sapientia74>
- Moya Espinoza, P. I. (2015). *Introducción a la mercadotecnia*. Tunja: Editorial UTPC. <https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/3867/1/2859.pdf>
- Mugu Mentor en Marketing Digital. (5 de septiembre de 2021). LAS 4 P DEL MARKETING (con ejemplos!). [Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=uhxViGl4tX0&t=40s>
- Peçanha, V. (4 de julio de 2021). Conoce las 4 Cs del Marketing, cuándo se crearon y cómo las puedes gestionar en tu estrategia para obtener más resultados. Rocketcontent blog. Recuperado el 5 de septiembre de 2024 de <https://rockcontent.com/es/blog/4-cs-del-marketing/>
- Raeburn, A. (11 de febrero de 2024). El proceso de desarrollo de productos en 6 etapas (incluye ejemplos). Asana. Recuperado el 13 de septiembre de 2024 de <https://asana.com/es/resources/product-development-process>
- Rodríguez Santoyo A. R. (2013). *Fundamentos de mercadotecnia*. Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso. <https://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1364/index.htm>

Suárez-Cousillas, T. (2018). Evolución del marketing 1.0 al 4.0. *Redmarka*.

Revista De Marketing Aplicado, 01(022), 209–227.

<https://doi.org/10.17979/redma.2018.01.022.4943>

Superprof MX. (31 de agosto de 2023). Para qué sirve el marketing: uso diario, aplicación y ejemplos. *El blog de Superprof México*. Recuperado el 15 de agosto de 2024 de <https://www.superprof.mx/blog/uso-marketing/>

Universidad de negocios ISEC. (11 de febrero de 2022). *¿Cuál es el objetivo de la mercadotecnia? Algo más que solo vender*. Recuperado el 15 de agosto de 2024 de <https://uneg.edu.mx/cual-es-el-objetivo-de-la-mercadotecnia/>

Zendesk. (26 de septiembre de 2023). *3 estrategias de canales de distribución que necesitas conocer*. *Blog de Zendesk*. Recuperado el 11 de septiembre de 2024 de <https://www.zendesk.com.mx/blog/estrategias-de-canales-de-distribucion-cuales-son-y-como-elegir/>