



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE GUERRERO**  
**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y AMBIENTALES**  
**PROGRAMA EDUCATIVO: INGENIERO AGRÓNOMO**

**Unidad de Aprendizaje: Mercadotecnia**

**Elaboró: Dr. Víctor Manuel Domínguez Márquez**

**1. Identificación de la Unidad de Aprendizaje**

|   |   |  |                      |
|---|---|--|----------------------|
| <b>Clave de la Unidad de Aprendizaje</b>  | 13L45153  |  |                      |
| <b>Colegio (s)</b>  | Ciencias Agropecuarias y Veterinaria  |  |                      |
| <b>Unidad Académica</b>   | Ciencias Agropecuarias y Ambientales  |  |                      |
| <b>Programa educativo</b>   | Ingeniero Agrónomo  |  |                      |
| <b>Área de conocimiento de la Unidad de Aprendizaje dentro del Programa Educativo</b> | Ciencias Sociales y Económicas  |  |                      |
| <b>Modalidad</b>  | Presencial <input checked="" type="checkbox"/> Semipresencial <input type="checkbox"/> A distancia <input type="checkbox"/>   |  |                      |
| <b>Etapas de Formación<sup>1</sup></b>  | EFI EFP-NFBAD EFP-NFPE <input checked="" type="checkbox"/> EIyV   |  |                      |
| <b>Periodo</b>  | Anual <input type="checkbox"/> Trimestral <input type="checkbox"/> Semestral <input checked="" type="checkbox"/>  |  |                      |
| <b>Tipo</b>   | Obligatoria <input type="checkbox"/> Optativa <input checked="" type="checkbox"/> Electiva <input type="checkbox"/>   |  |                      |
| <b>Unidad(es) de Aprendizaje antecedente(s)</b>                                       | Manejo de TICs, Matemáticas. Estadística, Economía agropecuaria, Administración y contabilidad agropecuaria, Desarrollo rural sustentable   |  |                      |
| <b>Competencias genéricas previas requeridas<sup>2</sup></b>                          | Desarrolla innovaciones y propone soluciones a problemas, Aprende por iniciativa e interés propio, Participa y colabora de manera efectiva, Contribuye al desarrollo sustentable, Formula y gestiona proyectos, Realiza trabajos de investigación científica. |  |                      |
| <b>Número de créditos:</b>  | <b>8</b>  |  |                      |
| <b>Número de horas</b>  | <b>Hrs de trabajo del estudiante bajo la conducción del académico</b>   | <b>Hrs trabajo del estudiante de forma independiente</b> | <b>total de hrs.</b> |
| Por semana  | 5   | 3  | 8                    |
| Por semestre  | 80  | 48   | 128                  |

**2. Contribución de la unidad de aprendizaje al perfil de egreso**

Esta UA constituye una parte integral dentro de la formación del agrónomo, porque permite identificar, relacionar y aplicar los elementos y procesos de la mercadotecnia en la producción y comercialización de los productos y servicios del sector agropecuario, con el

<sup>1</sup> **EFI**: Etapa de Formación Institucional; **EFP-NFBAD**: Etapa de Formación Profesional – Núcleo de Formación Profesional por Área Disciplinar; **EFP-NFPE**: Etapa de Formación Profesional – Núcleo de Formación Profesional Específica; **EIyV**: Etapa de Integración y Vinculación.

<sup>2</sup> Competencias que se espera que el estudiante domine para que pueda desarrollar con éxito la unidad de aprendizaje

propósito de mejorar la calidad y competitividad de los mismos en un esquema de libre mercado.

### 3. Competencia de la unidad de aprendizaje

Conocer los conceptos y métodos básicos de la mercadotecnia para identificar las necesidades de una población aplicando la investigación y segmentación de mercados, así como la comercialización de productos o servicios en el área del sector agropecuario, a través de la aplicación de técnicas de ventas y estrategias de difusión publicitaria.

| Conocimientos  | Habilidades   | Actitudes y valores   |
|--|---|---|
| Conceptos básicos de la mercadotecnia y la comercialización, así como los tipos de mercado.          | Supervisa procesos de descripción, desarrollo y comercialización del producto de acuerdo al tipo de mercado.  | Responsabilidad, Aceptación.  |
| Conoce los factores internos y externos que afectan o fortalecen a la empresa.                       | Diseña e implementa estrategias emergentes del análisis situacional de la empresa.  | Honradez, Respeto, Escucha.   |
| Clasificación de la mezcla de mercadotecnia para la comercialización de los productos y/o servicios. | Identifica los procesos de desarrollo del producto, precio, plaza y promoción como métodos de lanzamiento.  | Superación.   |
| Importancia del concepto de segmentación a partir de diversas fuentes de información.                | Aplica criterios básicos para dividir un mercado en segmentos, nichos, áreas locales e individuos.  | Perseverancia. Coherencia. Liderazgo.   |
| Características de los mercados de consumo, mercados de negocios y mercados organizacionales.        | Aplica procesos de segmentación de mercados.  | Honestidad y sentido de responsabilidad.  |
| Objetivos de la campaña publicitaria, planeación y monitoreo del impacto de la publicidad.           | Fija objetivos publicitarios. Presupuesta la campaña publicitaria. Determina el mensaje publicitario. Configura el plan de medios de comunicación. Ejecuta la campaña publicitaria y seguimiento. | Dialogo. Honradez. Imparcialidad. Liderazgo Pluralidad y diversidad. Tenacidad. |

### 4. Orientaciones pedagógico-didácticas

#### 4.1. Orientaciones pedagógicas

Con fundamento en las **orientaciones y principios pedagógicos del Modelo educativo** de la Universidad Autónoma de Guerrero, el proceso educativo y el desarrollo de competencias de los universitarios, debe gestarse a partir de una educación integral, centrada en el estudiante y en el aprendizaje, flexible, competente, pertinente, innovadora y socialmente comprometida.

- El docente facilitador de aprendizajes significativos para desarrollar competencias.

El profesor debe desempeñarse como facilitador de aprendizajes significativos para la construcción de competencias y para promover en los estudiantes el desarrollo del pensamiento crítico, de las habilidades y los valores que les permitan actuar con congruencia con el contexto.

- El estudiante autogestivo y proactivo.

El estudiante tiene la responsabilidad de desempeñar un papel autogestivo y proactivo para el aprendizaje y desarrollo de sus competencias. Para ello debe cultivar los tres saberes: el saber ser, el saber conocer y el saber hacer en diversos contextos de actuación, con sentido ético, sustentabilidad, perspectiva crítica y con respeto.

#### 4.2. Orientaciones didácticas

En congruencia con lo expuesto, **las orientaciones y estrategias didácticas para implementar el aprendizaje, el desarrollo y la evaluación de competencias** de esta unidad de aprendizaje, deben operarse por parte del docente y del estudiante de manera articulada, como actividades concatenadas. Es decir, que las actividades de formación que el estudiante realice con el profesor y las que ejecute de manera independiente, integren los tres saberes que distinguen a las competencias, para que trasciendan del contexto educativo al contexto profesional y laboral con sentido ético.

- Actividades de aprendizaje y evaluación de competencias

Las actividades de aprendizaje, desarrollo y evaluación de competencias se realizarán con base en la metodología centrada en el estudiante y en el aprendizaje, no en la enseñanza. Se generarán ambientes de aprendizaje –presencial o virtual; grupal e individual- que propicien el desarrollo y la capacidad investigativa de los integrantes.

Realización de ejercicios de aprendizaje y evaluación: *presentación sistemática y argumentada ante el grupo de las evidencias definidas en las secuencias didácticas (ensayos, mapas conceptuales, cognitivos o mentales y el portafolio para la valoración crítica grupal e individual).*

Es indispensable implementar procesos de autoevaluación, coevaluación y heteroevaluación (juicio del facilitador). También la evaluación diagnóstica y formativa.

Sin perder de vista la relación entre **evaluación, acreditación y calificación**, el nivel de dominio alcanzado en la formación de la competencia de la unidad de aprendizaje se expresará en una calificación numérica. La calificación deberá ser entendida como la expresión sintética de la evaluación y del nivel de desarrollo de la competencia de la unidad de aprendizaje.

#### 5. Secuencias didácticas

A continuación, se presenta la síntesis de las secuencias didácticas que conforman el programa:

| Elemento de competencia   | Sesiones  | Hrs. con el facilitador | Hrs. Independ. | Total de horas |
|---|-----------|-------------------------|----------------|----------------|
| Fundamentos de mercadotecnia para identificar tipos de mercado, de productos y servicios.   | 5         | 12                      | 8              | 20             |
| La segmentación de mercado para conocer las necesidades de una población y proponer variantes para seleccionar un mercado meta de forma óptima. | 13        | 33                      | 19             | 52             |
| La comercialización de un producto o servicio difundido a través de los medios publicitarios.   | 14        | 35                      | 21             | 56             |
| <b>Total</b>  | <b>32</b> | <b>80</b>               | <b>48</b>      | <b>128</b>     |

## **6. Recursos de aprendizaje**

### **Bibliografía**

Fundamentos de Marketing, 6ta. Edición, de Kotler y Armstrong, Prentice Hall.

Fundamentos de Marketing, 13ª. Edición, de Stanton William, Etzel Michael y Walker Bruce, Mc Graw Hill.

La guía para poner tu negocio. 2ª Edición. Inversionista S.A. de C.V. Premiere S.A. de C.V.

Dirección de Marketing - Conceptos Esenciales, de P. Kotler, Prentice Hall.

Mercadotecnia, 3ª Edición, de L. Fischer y J. Espejo, Mc Graw Hill.

Publicidad; Arens F. William ; 7ª. Edición, de Mc. Graw Hill.

Publicidad, de O'Guinn Tomas, Allen Chris y Semenik Richard, International Thomson Editores.

Marketing, 6ª. Edición, de Lamb Charles, Hair Joseph y McDaniel Carl, International Thomson Editores S.A.

### **Recursos de Internet**

Que es Mercadotecnia? (Guión original Phillip Kotler, Narración Ervey Hernández)

<https://youtu.be/fHOn2Q28-tw>

Conferencia sobre AGRO MARKETING en CHILE <https://youtu.be/kTdzP5agX7w>

Como usar el Mercadeo en las Empresas 1 - por José Holmer Torres

[https://youtu.be/weKrzK\\_3iG0](https://youtu.be/weKrzK_3iG0)

## **7. Perfil y competencia del docente**

### **7.1. Perfil**

Licenciado en Administración de empresas, con posgrado en Mercadotecnia o Marketing.

### **7.2. Competencias docentes**

- A. Organiza su formación continua a lo largo de su trayectoria profesional.
- B. Domina y estructura los saberes para facilitar experiencias de aprendizaje significativo.
- C. Planifica los procesos de facilitación del aprendizaje atendiendo al enfoque por competencias, y ubica esos procesos en los contextos disciplinares, curriculares y sociales amplios.
- D. Lleva a la práctica procesos de aprendizaje de manera efectiva, creativa, innovadora y adecuada a su contexto institucional.
- E. Evalúa los procesos de aprendizaje con un enfoque formativo.
- F. Construye ambientes que propician el aprendizaje autónomo y colaborativo.
- G. Contribuye a la generación de un ambiente que facilita el desarrollo sano e integral de los estudiantes.
- H. Participa en los proyectos de mejora continua de su escuela y apoya la gestión institucional.

- I. Comunica eficazmente las ideas.
- J. Incorpora los avances tecnológicos a su quehacer y maneja didácticamente las tecnologías de la información y la comunicación.

## **8. Criterios de evaluación de las competencias del docente**

Se propone aplicar el formato institucional de evaluación del desempeño docente.

Autoevaluación <http://autoevaluacion.uagro.mx/login.html>

Evaluación <http://evaluacion.uagro.mx/login.html>