



UNIVERSIDAD DE SONORA

Unidad Regional Centro

División de Ciencias Económicas y Administrativas

Departamento de Contabilidad

LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

Nombre de la Asignatura: Paquetería Ofimática

Clave:	Créditos: 8	Horas totales: 80	Horas Teoría: 3	Horas Práctica: 2	Horas Semana: 5
---------------	--------------------	--------------------------	------------------------	--------------------------	------------------------

Modalidad: Presencial **Eje de formación:** Básico

Elaborado por: José Enrique Flores Arguelles y Juan Carlos Martínez Verdugo

Antecedente: S/A **Consecuente:** S/C

Carácter: Obligatoria **Departamento de Servicio:** Contabilidad

Propósito:

El presente entorno global necesita profesionistas competitivos, capaz de crear, dirigir e innovar las organizaciones basados en sus conocimientos y habilidades. Seres con una ética profesional y humana, así como responsabilidad social con el desafío de innovar permanentemente, empleando las tecnologías de la información. La informática es una herramienta que habilita al Licenciado en Mercadotecnia para analizar y explicar la realidad, transformarla y descubrir áreas de oportunidad en los ámbitos sociales en donde desarrollará su vida profesional y proponer soluciones interdisciplinarias, holísticas y colaborativas con fundamento en las ciencias básicas, la ética y la sustentabilidad. Materia obligatoria del eje básico que se imparte en el segundo semestre

I. Contextualización

Introducción:

El apoyo del conocimiento y aplicación de las tecnologías de información para el desarrollo de la práctica profesional del mercadólogo, desarrollando habilidades para comunicarse e implementar modelos, sistemas y estrategias de comunicación adecuadas a las necesidades organizacionales. De esta forma, poder recabar, analizar e interpretar información y aplicar herramientas tecnológicas en la toma eficiente de decisiones, dentro de un marco ético profesional, con el propósito de identificar y resolver problemas.

Unidad I.- Elementos Básicos y Avanzados de Hoja de Cálculo Electrónica, operaciones y gráficos para los negocios (Microsoft EXCEL 2013 o última versión). El alumno comprenderá las funciones básicas y aplicaciones de hojas de trabajo.

Unidad II.- Manejo de Tablas Dinámicas y Bases de datos Hoja de Cálculo Electrónica (Microsoft EXCEL 2013 o última versión). Aplicar el análisis del manejo de tablas dinámicas con una combinación en base de datos para lograr una mejor evaluación estadística en su área.

Unidad III.- Microsoft Publisher para lograr publicaciones de diseños rápidos. Crear eficazmente publicaciones de gran calidad que reflejen la identidad de una marca para conectar a los usuarios eficazmente con las campañas de mercadotecnia.

UNIDAD IV.- Herramientas de Google. Aplicar los conocimientos adquiridos para conocer los diferentes tipos de herramientas con que cuenta el Google Drive y sus aplicaciones para el manejo de documentos en Línea

Unidad V: Publicidad en línea (Adwords y Analytics).

Perfil del(los) instructor(es):

Poseer Licenciatura en informática o Licenciaturas afines en áreas relacionadas al campo específico de la materia.

	<p>Preferentemente con grado académico de maestría o especialidad afín al campo de estudio de la materia</p> <p>Con experiencia y desarrollo profesional comprobada cuando menos de dos años en áreas afines al campo de la materia.</p> <p>Contar con experiencia docente de al menos dos años a nivel superior.</p>
--	---

II. Competencias a lograr

<p>Competencias genéricas a desarrollar:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Capacidad comunicativa. <ul style="list-style-type: none"> ○ Aplica distintas estrategias comunicativas según quienes sean sus interlocutores, el contexto en el que se encuentra y los objetivos que persigue. ○ Expresa ideas y conceptos mediante representaciones lingüísticas, matemáticas o gráficas. ○ Maneja las tecnologías de la información y la comunicación para obtener información y expresar ideas. ● Competencia digital <ul style="list-style-type: none"> ○ Hace uso de herramientas y medios digitales en su desarrollo profesional. ○ Integra las nuevas lógicas digitales en su trabajo profesional. ○ Utiliza en forma eficiente los recursos y herramientas digitales. ● Capacidad de aprender y actualizarse permanentemente <ul style="list-style-type: none"> ○ Domina los contenidos de una determinada disciplina y mantiene un estado del arte en su actualización. ○ Elige las fuentes de información más relevantes para un propósito específico y discrimina entre ellas de acuerdo a su relevancia y confiabilidad. ○ Identifica las actividades que le resultan de menor y mayor interés y dificultad, reconociendo y controlando sus reacciones frente a retos y obstáculos.
<p>Competencias específicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Capacidad para diseñar, ejecutar y evaluar campañas de comunicación integral de mercadotecnia <ul style="list-style-type: none"> ○ Procesamiento de datos escritos, visuales y sonoros ○ Mejorar el nivel de comunicación de la empresa ○ Facilitar el intercambio de información
<p>Objetivo General:</p> <p>Identificar la relación de la mercadotecnia con la informática, usará las aplicaciones de Internet, de una hoja de cálculo electrónica, el manejo de documentos en línea, y de creación de presentaciones, que le permitan utilizarlas como herramientas de trabajo en su formación y desempeño profesional.</p>
<p>Objetivos Específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analizar bases de datos a través de una hoja electrónica 2. Editar documentos en línea a través de varias herramientas de la web 3. Diseñar presentaciones como herramientas para su desempeño profesional 4. Aplicar Herramientas de la web para la publicidad en línea
<p>Unidades Didácticas:</p> <p>Unidad Didáctica I. Elementos Básicos y Avanzados de Hoja de Cálculo Electrónica, operaciones y gráficos para los negocios.</p> <p>Unidad Didáctica II. Manejo de Tablas Dinámicas y Bases de datos Hoja de Cálculo</p> <p>Unidad Didáctica III. Microsoft Publisher para lograr publicaciones de diseños rápidos.</p> <p>Unidad Didáctica IV. Herramientas de Google.</p> <p>Unidad didáctica V. Publicidad en línea (Adwords y Analytics).</p>

III. Didáctica del programa

Unidades Didácticas:

Unidad didáctica I. Elementos Básicos y Avanzados de Hoja de Cálculo Electrónica, operaciones y gráficos para los negocios.

Analizar los objetivos y conceptos básicos de las hojas de cálculo, y las ventajas de la aplicación en el manejo de información en mercadotecnia

- I.1 Elementos básicos de Excel
- I.2 Manejo de hojas de trabajo
- I.3 Formulas
- I.4 Formatos
- I.5 Filtros
- 1.6 Funciones básicas de Excel
- 1.7 Gráficos de Excel

Unidad didáctica II. Manejo de Tablas Dinámicas y Bases de datos en Hoja de Cálculo Electrónica

Aplicar el análisis del manejo de tablas dinámicas con una combinación en base de datos para lograr una mejor evaluación estadística en su área.

- II.1 Que es una tabla dinámica
- II.2 Funciones de la tabla dinámica
- II.3 Segmentación de bases en tablas dinámicas
- II.4 Crear un grafico dinámico
- II.5 Cambiar origen de datos de una tabla dinámica

Unidad didáctica III. Microsoft Publisher para lograr publicaciones de diseños rápidos.

Crear eficazmente publicaciones de gran calidad que reflejen la identidad de una marca para conectar a los usuarios eficazmente con las campañas de mercadotecnia

- III.1 Elementos básicos de Publisher
- III.2 Cinta de Opciones de Publisher
- III.3 Tareas básicas
- III.4 Formato y estilo de una publicación
- III.5 Bordes, reglas de diseño y tablas
- III.6 Trabajar con Ilustraciones
- III.7 Diseñar Publicaciones Profesionales Propias
- III.8 Crear e Imprimir Tarjetas de Presentación en Publisher

Unidad didáctica IV. Herramientas de Google

Aplicar los conocimientos adquiridos para conocer los diferentes tipos de herramientas con que cuenta el Google Drive y sus aplicaciones para el manejo de documentos en Línea

- IV.1 Almacenamiento en la nube
- IV.2 Aplicaciones en línea
- IV.3 Hojas electrónicas
- IV.4 Presentaciones
- IV.5 Formularios

Unidad didáctica V. Publicidad en línea (Adwords y Analytics)

Desarrollar publicidad en línea de manera creativa.

- V.1 Introducción a Adwords
- V.2 Configurar una campaña Adwords
- V.3 Medir y optimizar los rendimientos
- V.4 Analytics

Criterios de desempeño

1. Reporte de lectura
2. Exámenes parciales
3. Debates
4. Presentación de documentos en línea

Experiencias de Enseñanza / procesos y objetos de aprendizaje requeridos.

1. Exponer y asignar lecturas de temas básicos referentes a las nuevas tecnologías.
2. Evaluar de forma oral y escrita, asignaciones establecidas.
3. Dirigir discusión grupal de temas de investigación.
4. Analizar y discutir los casos prácticos.

Experiencias de aprendizaje.

1. Presentación de resúmenes, cuadros sinópticos, ensayos o mapas conceptuales como resultado de la lectura desarrollada e investigación documental.
2. Exposición en clase de temas asignados de manera individual o grupal.
3. Presentación de debates sobre temas de ofimática relacionados con la mercadotecnia.

Recursos didácticos y tecnológicos (material de apoyo):

1. Laptop del participante y del instructor. (Aula Equipada con Equipo de Computo)
2. Cañón.
3. Pintarrón.
4. Conexión a internet de Red Local e Inalámbrica.
5. Bibliografía básica y complementaria

Bibliografía	Básica / Complementaria
Microsoft. (2016). Ofimática Profesional de Microsoft Excel 2016.	Básica
Microsoft. (2016). Ofimática Profesional de Microsoft Publisher 2016.	Básica
Guía de estudios para Fundamentos de Adwords	Básica
Guía de estudio para Analytics	Básica

IV. Evaluación Formativa de las Competencias

#	Tipo (C,H,A)	Evidencias a evaluar	Criterios de evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación	Ponderación %
1	C	Reporte de lectura	Completa y correcta	Técnica: Observación Instrumento: Lista de cotejo	10
3	C,H,A	Dominio de competencias en Exámenes parciales	Puntos asignados a cada respuesta	Técnica: examen práctico Instrumento: Examen en computadora	40
4	C,H,A	Práctica final sobre casos prácticos de manejo de tablas dinámicas	Completo y correctos	Lista de cotejo ponderada en cuanto a la cantidad y calidad de los trabajos de la práctica final (Casos prácticos)	20
5	C,A	Dominio de saberes durante su Participación en debate	Participación activa y asertiva	Técnica: Preguntas y respuestas Instrumento: examen oral con preguntas directas sobre los temas o tópicos de ofimática y documentos en línea	10
6	C,H,A	Presentación audiovisual y por escrito de los temas o tópicos de Publicidad en Línea.	Correcta y completa	Técnica: Observación Instrumento: Lista de cotejo ponderada en cuanto a la cantidad y calidad de los trabajos presentados	20
				TOTAL	100%

C: Conocimientos H: Habilidades A: Actitudes