

Curso: COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y ATENCION Y SERVICIO AL CLIENTE		Horas aula: 0
Clave: ADM10B1V		
Antecedentes:		Horas virtuales: 4
Competencia del área: Implementar estrategias de ventas, cartera de clientes, a través del desarrollo de técnicas para la investigación de mercados, publicidad, promoción, desarrollo del producto, establecimiento del precio y diseño de productos.	Competencia del curso: Crear un programa de servicio al cliente contemplando estrategias de ventas, cartera de clientes, técnicas para la investigación de mercados, publicidad, promoción, desarrollo del producto, establecimiento del precio y diseño de productos, para contribuir a la mejora de los objetivos organizacionales, con resultados económicos favorables y de crecimiento en la empresa.	
Elementos de competencia:		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar en qué consiste el comportamiento del consumidor para el reconocimiento del uso de estrategias de negocios idóneas que permitan a las empresas alcanzar sus objetivos de crecimiento y rentabilidad, mediante la optimización de recursos. 2. Analizar factores del proceso de decisión de compra y los grupos de referencia del consumidor para desarrollar estrategias de negocio que lo motiven a adquirir bienes y servicios que satisfagan plenamente sus necesidades y deseos, logrando el intercambio de éstos entre la organización y el cliente en los mercados actuales. 3. Elaborar un programa del servicio al cliente en función del análisis del comportamiento del consumidor, para lograr su fidelización, aplicables a una organización para el logro de sus objetivos corporativos en un contexto cambiante. 		
Perfil del docente:		
Licenciatura en Administración, Mercadotecnia o afín. Preferentemente con posgrado en el área. Deberá contar con formación pedagógica en educación virtual; dominio de las tecnologías de información y comunicación para el uso en educación a distancia y en especial de las herramientas del entorno virtual o plataforma tecnológica; dominio de la educación por competencias; dominio de técnicas de aprendizaje activo y autorregulado, colaborativo y basado en problemas para centrar el aprendizaje en el estudiante; habilidad para motivar y guiar procesos de aprendizajes autónomos.		
Elaboró: KARLA PATRICIA MENDOZA REYNOSO		Septiembre 2020
Revisó: BELEN ESPINOZA GALINDO		Octubre 2020
Última actualización: BLANCA REYNA OLGUIN NEGRETE		Octubre 2023
Autorizó: UES Virtual		Octubre 2023

Elemento de competencia 1: Identificar en qué consiste el comportamiento del consumidor para el reconocimiento del uso de estrategias de negocios idóneas que permitan a las empresas alcanzar sus objetivos de crecimiento y rentabilidad, mediante la optimización de recursos.

Competencias blandas a promover:

EC1 Fase I: Comportamiento del Consumidor.

Contenido: Conceptos y cambios en el comportamiento del consumidor.

EC1 F1 Actividad de aprendizaje 1: Trabajo escrito el Comportamiento del Consumidor.

Elaborar un trabajo escrito que abarque los siguientes temas:

- El comportamiento del consumidor, el porqué es importante estudiarlo.
- Cómo ha cambiado a través del tiempo.
- Factores que influyen en el comportamiento del consumidor

Instrucciones:

1. Consulta los materiales del apartado de recursos.
2. Elabora un trabajo escrito explicando los temas anteriores con tus propias palabras.
3. Deberás agregarle portada, introducción de mínimo media página, desarrollo de mínimo 3 páginas, conclusión de mínimo media página y referencias en formato APA.
4. Grabalo en formato pdf y subelo a la plataforma educativa institucional.

5 hrs. Virtuales

Tipo de actividad:

Aula () Virtuales (X) Laboratorio ()
Grupal () Individual (X) Equipo ()
Independientes ()

Recursos:

- [Libro Comportamiento del consumidor y estrategia de marketing.](#)
- [¿Qué es un Podcast?](#)
- [La decisión de compra del consumidor](#)
- [Libro Comportamiento del consumidor. \(Leon G. Schiffman\).](#)

Criterios de evaluación de la actividad:

[Rúbrica de trabajo escrito.](#)

EC1 Fase II: Proceso de motivación

Contenido: Proceso de motivación, personalidad y tipos de consumidores. Necesidades y preferencias del consumidor para conseguir oportunidades de negocio. Procesos de motivación. Personalidad y tipos de consumidores.

EC1 F2 Actividad de aprendizaje 2: Foro 1 Necesidades y Preferencias del Consumidor.

Participar en el foro denominado Necesidades y Preferencias del Consumidor.

Instrucciones:

1. Investigar el Proceso de motivación, la personalidad y tipo de consumidores del libro Comportamiento del Consumidor de Schiffman, G. y Kanuk, L. (2010).
2. Una vez que hayas leído el material del proceso de motivación, personalidad y tipo de consumidores, deberas contestar la pregunta ¿Como Identificar y comprender las necesidades y preferencias del consumidor

Tipo de actividad:

Aula () Virtuales (X) Laboratorio ()
Grupal () Individual (X) Equipo ()
Independientes ()

Recursos:

[Libro Comportamiento del consumidor y estrategia de marketing.](#)

Criterios de evaluación de la actividad:

[Rubrica de participación en Foro](#)

<p>para conseguir oportunidades de negocio?</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Redactar un párrafo con una extensión de al menos 200 palabras (puedes apoyarte del contador de palabras del word). 4. La respuesta deberá tener un sustento lógico de acuerdo a tu opinión personal. 5. Recuerda cuidar tu ortografía. 6. Realizar tu participación en el foro copiando y pegando la respuesta que redactaste. 7. Analiza con profundidad las opiniones que expresan los compañeros logrando identificar las ideas generales, así como los argumentos poco sólidos. <p>5 hrs. Virtuales</p>	
---	--

EC1 Fase III: Conductas del comportamiento del consumidor.

Contenido: Forma en que la motivación dirige las conductas del comportamiento del consumidor.

**EC1 F3 Actividad de aprendizaje 3: Infografía
Forma en que la motivación dirige las conductas del comportamiento del consumidor.**

Elaborar una infografía sobre la forma en que la motivación dirige las conductas del comportamiento del consumidor.

Instrucciones:

1. Realizar una investigación bibliográfica, basándote en los recursos del elemento de competencia y en fuentes confiables de información, donde deberás identificar la forma en que la motivación dirige las conductas del comportamiento del consumidor.
2. Una vez que tengas tu investigación lista, elabora una infografía del tema.
3. Ingresa a algún programa para crear infografías, como por ejemplo Canva y haciendo uso de las herramientas que la aplicación ofrece, elabora de manera clara y concreta tu infografía.
4. La infografía deberá contener imágenes representativas del tema y un diseño atractivo, usando fuentes y colores diversos.
5. Una vez creada deberás realizar, en formato de Word, un trabajo con portada, introducción, desarrollo, conclusión y referencias bibliográficas.
6. En el desarrollo deberás insertar la infografía como imagen o el link para su acceso.
7. Graba tu trabajo en pdf y súbelo a la plataforma institucional.

5 hrs. Virtuales

Tipo de actividad:

Aula () Virtuales (X) Laboratorio ()
 Grupal () Individual (X) Equipo ()
 Independientes ()

Recursos:

- [Libro Comportamiento del consumidor y estrategia de marketing.](#)
- [La decisión de compra del consumidor.](#)
- [Comportamiento del consumidor \(Leon G. Schiffman\).](#)

Criterios de evaluación de la actividad:

[Rubrica de Infografía](#)

EC1 F3 Actividad de aprendizaje 4: Quiz 1. Elemento de competencia 1

Contestar el quiz, incluido en la plataforma educativa institucional, de forma individual, en base a las siguientes instrucciones.

1. Repasar todos los temas que se vieron en el elemento de competencia mediante los materiales incluidos en los apartados de recursos.
2. Acceder al quiz en plataforma educativa institucional.
3. En base a la pregunta elegir la respuesta que consideres correcta.
4. Avanza hasta concluir las respuestas.
5. Envíalo para su revisión.
6. Solo tendrás una oportunidad para contestar.

2 hrs. Virtuales

Tipo de actividad:

Aula () Virtuales (X) Laboratorio ()
Grupal () Individual (X) Equipo ()
Independientes ()

Recursos:

- Actividades realizadas
- Recursos del elemento de competencia.

Criterios de evaluación de la actividad:

Cantidad de aciertos en base cantidad de preguntas.

Evaluación formativa:

Las evidencias de aprendizaje a emplear se basan en las siguientes actividades en función de criterios señalados en las rubricas de evaluación:

- Podcast Comportamiento del Consumidor.
- Foro "proceso de decisión y acción de compra y las dinámicas de psicología de consumo."
- Infografía sobre comportamiento del consumidor.
- Quiz elemento de competencia 1.

Competencias blandas:

- Responsabilidad
- Creatividad
- Pensamiento crítico
- Puntualidad
- Solución de problemas

Fuentes de información

1. Entrepreneur 10 Innovaciones para conquistar a tus clientes. Recuperado de: <https://www.entrepreneur.com/article/266265>
2. Grande, E. I. y Alonso, J. (2017). Comportamiento del consumidor: decisiones y estrategia de marketing. https://elibro.net/es/lc/ues/login_usuario/?next=/es/lc/ues/titulos/119581/
3. Inboundcycle, S.L. (2011) Barcelona. Recuperado de: <https://www.inboundcycle.com/diccionario-marketing-online/podcast>
4. La decisión de Compra del Consumidor. Recuperado de: <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448176081.pdf>
5. Publicidad una herramienta para vender. Recuperado de: www.entrepreneur.com
6. Schiffman, G. (2010). Comportamiento del consumidor. México. Pearson Recuperado

de: <https://uachatec.com.mx/wp-content/uploads/2019/10/Comportamiento-del-Consumidor-10ed-Schiffman-y-Lazar-Kanuk.pdf>

7. Vargas, Lizardo (2013). 6 Factores que influyen el comportamiento del consumidor. Recuperado de: <https://gestion.pe/blog/marcasymentes/2013/01/6-factores-que-influyen-el-com.html/#:~:text=El%20comportamiento%20del%20consumidor%20se,que%20sucede%20de%20esa>

Elemento de competencia 2: Analizar factores del proceso de decisión de compra y los grupos de referencia del consumidor para desarrollar estrategias de negocio que lo motiven a adquirir bienes y servicios que satisfagan plenamente sus necesidades y deseos, logrando el intercambio de éstos entre la organización y el cliente en los mercados actuales.

Competencias blandas a promover:

EC2 Fase I: Comportamiento del Consumidor en el Contexto Social y Cultural.

Contenido: El individuo y sus acciones y decisiones sobre productos, precios, distribución y comunicación.

EC2 F1 Actividad de aprendizaje 5: Presentación multimedia sobre los factores que influyen en el consumidor.

Realizar una presentación multimedia sobre los factores que influyen en el consumidor como:

- La familia y su posición o clase social.
- Cultura, subcultura y comportamiento transculturales en una perspectiva Nacional como Internacional.
- Agregar un ejemplo de la manera en que pueden influir estos factores en cada aspecto.

Instrucciones:

1. Con base en la información revisada en la sección de recursos y apoyándote de otras fuentes con sustento académico, identifica los factores que influyen en el consumidor.
2. Elabora una presentación en PowerPoint o Prezi en donde muestres los temas mencionados.
3. La presentación deberá tener un mínimo de 12 diapositivas o slides.
4. Recuerda cuidar tu ortografía, no debes incluir diapositivas saturadas de información y debes utilizar imágenes que sirvan como apoyo visual.
5. Incluirle a la presentación una portada y las referencias en las que te basaste para realizarla.
6. Graba tu archivo en formato PDF y súbelo a la plataforma educativa institucional.

5 hrs. Virtuales

Tipo de actividad:

Aula () Virtuales (X) Laboratorio ()
Grupal () Individual (X) Equipo ()
Independientes ()

Recursos:

- Libro [Comportamiento del consumidor](#).

Criterios de evaluación de la actividad:

[Rúbrica presentación multimedia.](#)

EC2 Fase II: La Influencia y el proceso en la toma de decisiones del consumidor.

Contenido: Los consumidores y la difusión de las innovaciones.

EC2 F2 Actividad de aprendizaje 6: Reporte de Investigación sobre motivos de compra del consumidor.

Investigar sobre los motivos de compra del consumidor que son los siguientes:

Tipo de actividad:

Aula () Virtuales (X) Laboratorio ()
Grupal () Individual (X) Equipo ()
Independientes ()

Recursos:

- [Sholar Google](#)

<ul style="list-style-type: none"> • Modelo del proceso de la motivación. • Necesidades y deseos • Tensión • Impulso • Comportamiento • Satisfacción de la meta o necesidad • Conclusión propia <p>Instrucciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ingresa a Google Scholar o a otras fuentes confiables de información y realiza una búsqueda de artículos y libros sobre 2. Debes consultar al menos 5 Fuentes bibliográficas sobre el tema. 3. Una vez que encuentres material al respecto, elabora un documento escrito con el desarrollo del tema, en el que integrarás todas las fuentes consultadas. 4. Deberás incluirle portada con los datos generales, introducción de mínimo media página, desarrollo de mínimo 2 páginas, conclusiones de mínimo media página y las referencias en las que te basaste en formato APA 7. 5. Recuerda cuidar tu ortografía y hacer tu trabajo de forma profesional manejando títulos y subtítulos. 6. El trabajo debe contar con el siguiente formato: letra Arial 12, interlineado 1.15, hoja tamaño carta, márgenes normales. 7. Graba el documento en formato PDF y súbelo a la plataforma educativa institucional. <p>5 hrs. Virtuales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Libro Comportamiento del consumidor • Video Fidelización de clientes - Claves para captar y retener clientes <p>Criterios de evaluación de la actividad:</p> <p>Rúbrica de Trabajo de Investigación.</p>
--	--

EC2 Fase III: La influencia de la cultura en el comportamiento del consumidor.

Contenido: Formas de actuación de la cultura que guía las actitudes, los valores y el comportamiento relacionado con el consumo.

EC2 F3 Actividad de aprendizaje 7: Folleto digital la cultura como guía de actitudes, valores y el comportamiento del consumidor.

Elaborar un folleto digital donde se muestre como actúa la cultura como una "mano invisible" que guía las actitudes, los valores y el comportamiento relacionado con el consumo.

Instrucciones:

1. Consultar los materiales del elemento de competencia.
2. Tomando en cuenta los temas vistos y el capítulo 11 del libro Comportamiento del consumidor, elabora un folleto digital.
3. Ingresa a algún programa para crear folletos

Tipo de actividad:

Aula () Virtuales (X) Laboratorio ()
 Grupal () Individual (X) Equipo ()
 Independientes ()

Recursos:

- [Libro Comportamiento del consumidor.](#) Capítulo 11.
- [Flipsnack](#) u otro programa para elaborar folletos digitales.

Criterios de evaluación de la actividad:

[Rúbrica folleto digital](#)

<p>digitales, como por ejemplo Flipsnack y haciendo uso de las herramientas que la aplicación ofrece, elabora de manera clara y concreta tu folleto.</p> <ol style="list-style-type: none"> El folleto deberá contener: tema, tu nombre completo, imágenes, reflexión corta y referencias consultadas. Usa un diseño atractivo, usando fuentes y colores diversos. Descarga tu folleto en pdf y súbelo a la plataforma institucional. <p>5 hrs. Virtuales</p>	
<p>EC2 F3 Actividad de aprendizaje 8: Quiz 2 Toma de decisiones del consumidor.</p> <p>Contestar el quiz, incluido en la plataforma educativa institucional, de forma individual, en base a las siguientes instrucciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> Realizar lectura del capítulo 15 del libro Comportamiento del consumidor. Accesa al quiz en plataforma educativa institucional. En base a la pregunta elegir la respuesta que consideres correcta. Avanza hasta concluir las preguntas. Envíalo para su revisión. Solo tendrás una oportunidad para contestarlo. <p>2 hrs. Virtuales</p>	<p>Tipo de actividad: Aula () Virtuales (X) Laboratorio () Grupal () Individual (X) Equipo () Independientes ()</p> <p>Recursos: Libro Comportamiento del consumidor</p> <p>Criterios de evaluación de la actividad: De acuerdo a la cantidad de aciertos en las preguntas establecidas.</p>
<p>Evaluación formativa:</p> <p>Las evidencias de aprendizaje a emplear se basan en las siguientes actividades en función de criterios señalados en las rubricas de evaluación:</p> <ul style="list-style-type: none"> Exposición en video sobre el comportamiento del consumidor en el contexto social y cultural. Reporte de investigación sobre los motivos de compra del consumidor. Folleto digital donde se muestre como actua la cultura "mano invisible". Quiz Toma de Decisiones del Consumidor. <p>Competencias blandas:</p> <ul style="list-style-type: none"> Responsabilidad Creatividad Pensamiento crítico Puntualidad Solución de problemas 	
<p>Fuentes de información</p>	

1. Guía Normas APA 7. <https://normas-apa.org/wp-content/uploads/Guia-Normas-APA-7ma-edicion.pdf>
2. Ildfonso, E. y Rivas, J. A. (2017). Comportamiento del consumidor: decisiones y estrategia de marketing (8a. ed.). ESIC Editorial. <https://elibro.net/es/ereader/ues/119581?page=>
3. Marketing y Ventas con PNL (2013). Cómo fidelizar con los clientes. Archivo de video <https://www.youtube.com/watch?v=F52F4g0Cyz8>

Elemento de competencia 3: Elaborar un programa del servicio al cliente en función del análisis del comportamiento del consumidor, para lograr su fidelización, aplicables a una organización para el logro de sus objetivos corporativos en un contexto cambiante.

Competencias blandas a promover:

EC3 Fase I: Atención y Servicio al Cliente.

Contenido: Componentes del buen servicio.

EC3 F1 Actividad de aprendizaje 9: Esquema gráfico sobre los Componentes del Buen Servicio.

Elaborar un esquema gráfico sobre los Componentes del Buen Servicio.

Instrucciones:

1. Revisa la información incluida en la sección de recursos, además puedes apoyarte de otras fuentes con sustento académico.
2. Con base a la información que analizaste, elabora un esquema gráfico sobre los Componentes del Buen Servicio.
3. Puedes elaborarlo en Word o en algún otro programa que permita diseñar esquemas gráficos.
4. Debes elaborar un trabajo que contenga los siguientes elementos: portada, esquema gráfico y referencias bibliográficas en formato APA versión 7.0.
5. No olvides cuidar tu ortografía y sintaxis.
6. Puedes grabar tu trabajo en formato PDF.
7. Súbelo a la Plataforma Educativa Institucional.

5 hrs. Virtuales

Tipo de actividad:

Aula () Virtuales (X) Laboratorio ()
Grupal () Individual (X) Equipo ()
Independientes ()

Recursos:

- Libro [Comportamiento del consumidor](#).

Criterios de evaluación de la actividad:

[Rúbrica esquema gráfico](#).

EC3 F1 Actividad de aprendizaje 10: Resumen de la Importancia del Seguimiento al Cliente.

Elaborar un Resumen sobre la importancia del seguimiento al cliente en una empresa.

Instrucciones:

1. Revisa la información incluida en la sección de recursos (video y artículo), además puedes apoyarte de otras fuentes con sustento académico.
2. Elabor el resumen considerando la información.
3. El trabajo debe contener: portada, introducción de mínimo media página, desarrollo de una cuartilla como mínimo, conclusión de mínimo media página y referencias bibliográficas en formato APA 7.
4. El formato del resumen debe ser de fuente Arial, Tamaño 11, interlineado de 1.15.

Tipo de actividad:

Aula () Virtuales (X) Laboratorio ()
Grupal () Individual (X) Equipo ()
Independientes ()

Recursos:

- Video [Herramientas y estrategias para que los clientes vuelvan a comprar](#).
- [Importancia de la posventa en la mezcla de mercadeo actual](#).

Criterios de evaluación de la actividad:

[Rúbrica Resumen](#).

<p>5. Recuerda cuidar tu ortografía. 6. Guarda tu archivo en pdf y súbelo a la plataforma educativa institucional.</p> <p>5 hrs. Virtuales</p>	
<p>EC3 Fase II: Seguimiento al cliente y servicio Post-Venta.</p> <p>Contenido: Construir protocolo de servicio Post-venta.</p>	
<p>EC3 F2 Actividad de aprendizaje 11: Wiki sobre Protocolo de Servicio Post-venta.</p> <p>Construir, entre los participantes de la asignatura, un protocolo de servicio Post-venta, mediante una aportación en la wiki.</p> <p>Para poder realizar tu aportación debes seguir el siguiente proceso:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lee el documento Instrucciones participación en la wiki, incluido en la plataforma educativa institucional. 2. Una vez que los hayas leído deberás revisar la información incluida en los recursos. 3. Redacta, en un procesador de textos, tu aportación para la construcción del protocolo de servicio Post-venta. 4. Recuerda cuidar la ortografía. 5. Copia el texto redactado y pégalo en el apartado correspondiente a la wiki de la plataforma educativa institucional. 6. Antes de pegar el texto deberás escribir tu nombre completo con MAYÚSCULAS y debajo de tu nombre pegarás el texto. 7. Tu participación deberá incluir como mínimo una imagen relacionada al tema. <p>6 hrs. Virtuales</p>	<p>Tipo de actividad: Aula () Virtuales (X) Laboratorio () Grupal (X) Individual (X) Equipo () Independientes ()</p> <p>Recursos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Video Enfóquese en la Postventa. • Libro digital La atención al cliente y el servicio postventa • Instrucciones para wiki incluidas en la plataforma educativa institucional. <p>Criterios de evaluación de la actividad:</p> <p>Rúbrica de participación en la Wiki.</p>
<p>EC3 F2 Actividad de aprendizaje 12: Proyecto final integrador,</p> <p>Realizar una investigación en una empresa ya sea en visita física u online, donde especifique un producto y el perfil del consumidor, explicando modelo de conducta, variables sociales y sus características psicográficas.</p> <p>Instrucciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Consultar el documento Instrucciones para el proyecto final, incluido en la sección de recursos. 2. Elegir una empresa para realizar la investigación. 	<p>Tipo de actividad: Aula () Virtuales (X) Laboratorio () Grupal () Individual (X) Equipo () Independientes ()</p> <p>Recursos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vídeo de explicación por el docente, donde se vean ejemplos de empresas que cuentan con protocolos de servicio al cliente. • Vídeo Experiencia de cliente: cómo fidelizar clientes con 4 técnicas de comunicación eficaz. • Instrucciones para el proyecto final, incluido en la sección de recursos de la plataforma educativa. <p>Criterios de evaluación de la actividad:</p>

<p>3. Elaborar un manual digital describiendo los pasos para la buena atención al cliente y qué aspectos se deben evitar para un mal servicio, según la investigación que realizaron en la empresa.</p> <p>4. El trabajo debe elaborarse en hoja tamaño carta, letra Arial 12, interlineado 1.5 y márgenes normales.</p> <p>5. Incluye imágenes de apoyo visual al manual, se creativo.</p> <p>6. Guarda tu archivo en pdf y súbelo a la plataforma educativa institucional.</p> <p>10 hrs. Virtuales</p>	<p>Rubrica proyecto integrador.</p>
---	---

Evaluación formativa:

Las evidencias de aprendizaje a emplear se basan en las siguientes actividades en función de criterios señalados en las rúbricas de evaluación:

- Esquema gráfico sobre componentes de un buen servicio.
- Resumen de la importancia del seguimiento al cliente
- Wiki sobre protocolo de servicio post-venta.
- Proyecto final integrador.

Competencias blandas:

- Responsabilidad
- Creatividad
- Pensamiento crítico
- Puntualidad
- Solución de problemas

Fuentes de información

1. Comportamiento del consumidor: decisiones y estrategia de marketing (2017) (8a. ed.). ESIC Editorial. <https://elibro.net/es/ereader/ues/119581?page=5>
2. Entrepreneur. (2020). Recuperado de: <https://www.entrepreneur.com/article/35404>
3. Quijada Monroy, V. D. C. (2014). Comunicación oral y escrita. Editorial Digital UNID. <https://elibro.net/es/lc/ues/titulos/41236>
4. Gil-Juárez, A. (2016). El consumidor. Editorial UOC. <https://elibro.net/es/lc/ues/titulos/58497>

Políticas	Metodología	Evaluación
<p>Al inicio del curso el facilitador establecerá los horarios y las vías de comunicación, considerando al menos una vía alterna a la plataforma educativa.</p> <p>El profesor publicará los Lineamientos de entrega de</p>	<p>El curso se llevará mediante la plataforma educativa que la institución designe.</p> <p>El curso será intensivo, por lo que se deberán realizar un determinado número de actividades cada semana.</p>	<p>ARTÍCULO 27. La evaluación es el proceso que permite valorar el desarrollo de las competencias establecidas en las secuencias didácticas del plan de estudio del programa educativo correspondiente. Su metodología</p>

<p>actividades y evaluación, en donde quedará establecido el calendario semanal que tendrán para subir las actividades a la plataforma, así como las fechas de cierre de plataforma.ES</p> <p>RESPONSABILIDAD DEL ALUMNO LEER LOS LINEAMIENTOS.</p> <p>El alumno deberá ingresar diariamente al curso en plataforma y realizar las actividades de acuerdo al calendario establecido por el profesor.</p> <p>Cualquier duda que tenga el alumno al realizar la actividad, es obligación solicitar asesoría al facilitador mediante la plataforma educativa institucional o el medio que el mismo haya dispuesto.</p> <p>El facilitador deberá dar retroalimentación oportuna de las actividades elaboradas por el alumno.</p> <p>En caso de no entregar a tiempo alguna evidencia, se penalizará con un porcentaje de la calificación.</p> <p>En caso de que la plataforma no esté disponible, deberá reportarlo al correo: uesvirtual@ues.mx . El facilitador deberá ofrecer un plan alternativo para la realización de las actividades.</p> <p>En caso de plagio en alguna de las actividades, el alumno no obtendrá la competencia en la evaluación correspondiente y su calificación será como si la actividad no la hubiese entregado.</p>	<p>La dinámica del curso consiste en dar seguimiento a cada tema establecido en la secuencia didáctica a través de diversos tipos de actividades destinadas a ejecutarse, en su mayoría, en forma individual, a través de la plataforma educativa institucional.</p> <p>Se deberá participar en al menos un foro en cada elemento de competencia. donde el facilitador lanzará un tema o pregunta y los alumnos deberán aportar sus ideas propias y deberán retroalimentar al menos a 2 de sus compañeros.</p> <p>Se contestará al menos un quiz en cada elemento de competencia.</p> <p>Se participará en la construcción de al menos una wiki de forma colaborativa con el resto de los miembros del grupo.</p> <p>Se debe elaborar un Proyecto Final integrador.</p> <p>Se proporcionará una explicación de cada uno de los temas con material y herramientas apropiadas para su mejor comprensión y para un adecuado desarrollo de cada una de las actividades.</p> <p>La plataforma educativa se cerrará en 2 cortes en el transcurso del módulo.</p> <p>El docente les proporcionará un calendario de elaboración de actividades, que contemple las fechas específicas de entrega de cada actividad.</p> <p>En caso no entregar las actividades de acuerdo al calendario establecido por el facilitador, si podrán entregarlas fuera de tiempo (siempre y cuando no esté cerrada la plataforma), sin embargo, se penalizará con el 20% de la calificación por la entrega tardía de la misma.</p> <p>Podrán entregar actividades siempre y cuando la plataforma se</p>	<p>es integral y considera diversos tipos de evidencias de conocimiento, desempeño y producto por parte del alumno.</p> <p>ARTÍCULO 28. Las modalidades de evaluación en la Universidad son: I. Diagnóstica permanente, entendiendo esta como la evaluación continua del estudiante durante la realización de una o varias actividades; II. Formativa, siendo esta, la evaluación al alumno durante el desarrollo de cada elemento de competencia; y III. Sumativa es la evaluación general de todas y cada una de las actividades y evidencias de las secuencias didácticas. Sólo los resultados de la evaluación sumativa tienen efectos de acreditación y serán reportados al departamento de registro y control escolar.</p> <p>ARTÍCULO 29. La evaluación sumativa será realizada tomando en consideración de manera conjunta y razonada, las evidencias del desarrollo de las competencias y los aspectos relacionados con las actitudes y valores logrados por el alumno.</p> <p>ARTÍCULO 30. Los resultados de la evaluación expresarán el grado de dominio de las competencias, por lo que la escala de evaluación contemplará los niveles de: I. Competente sobresaliente; II. Competente avanzado; III. Competente intermedio; V. Competente básico; y V. No aprobado.</p> <p>El nivel mínimo para acreditar una asignatura será el de competente básico. Para fines de acreditación los niveles tendrán un equivalente numérico conforme a lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Competente sobresaliente:10 • Competente avanzado : 9 • Competente intermedio: 8 • Competente básico: 7
--	---	---

	encuentre abierta, una vez que se cierre, ya no se aceptarán actividades.	• No aprobado: 6
--	---	------------------