



Programa de Mercadeo

Primer Semestre



Universidad de la
Amazonia

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE MERCADEO

NEC Docente – Autores de la Guía Didáctica

CRISTIAN HERNÁNDEZ GIL

Introducción al Mercadeo

EDITH RECALDE ESPAÑA

Educación a distancia

LUIS EMIRO RAMIREZ

Fundamentos de Matemáticas

KARINA MARCELA GUZMÁN FIGUEROA

URMA

LUZ MARINA BECERRA

Comunicación I

CESAR OMAR JARAMILLO MORALES

Informática

Coordinadora de Programa

Esp. EDNA EDIT GUARACA PENNA

Equipo Diseñador

Daniel Camilo Duran Camacho

Director

Yhully Abildarys Marín Cuéllar

Coordinador de Medios y Recursos Tecnológicos

Florencia – Caquetá, 2026.



Campus Porvenir Calle 17 Diagonal 17 con Carrera 3F –
Barrio Porvenir Tel: (+57) 8-4366160



Este documento se encuentra bajo una Licencia de Creative Commons. Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

* Esta guía didáctica se estructuró bajo los lineamientos pedagógicos y didácticos del modelo de educación a distancia, tomados del Capítulo 3 del Módulo “EDUCACIÓN A DISTANCIA: SIGNIFICACIÓN HISTÓRICA, EDUCATIVA Y PEDAGÓGICA”, ISBN 958- 97270-0-X. Autores: Luz Dary Cardona García y Lillyam López de Parra.

CONTENIDO

Presentación

Orientaciones para el Desarrollo del Proceso de Estudio

Estructura de Contenidos del Semestre

Primer Momento de Aprendizaje Autónomo

Interaprendizaje o Trabajo de Núcleos de Estudio Colaborativo

Segundo Momento de Aprendizaje Autónomo

Trabajo Integrado Final

Bibliografía

Guía Didáctica Presentación

Presentación

Apreciado estudiante

Bienvenido a su proceso de formación como Profesional en Mercadeo de la Modalidad de Educación a Distancia en la Universidad de la Amazonía.

Propósitos y estructura de la guía didáctica:

En educación a distancia el desarrollo de un periodo académico debe estar previamente planeado y programado, en este sentido, para el programa de Mercadeo, la Guía Didáctica se convierte en la principal herramienta de mediación entre la enseñanza y el aprendizaje. Un semestre académico se estructura en un bloque programático conformado por unidades temáticas o espacios académicos, los cuales se integran alrededor de un eje problémico o pregunta orientadora de investigación, incentivando así la integralidad y la interdisciplinariedad de diferentes áreas del saber. De otro lado, incentiva el aprendizaje autónomo y el trabajo en equipo o colaborativo para dar respuesta al trabajo teórico práctico que conlleva a procesos de investigación formativa a través de un proyecto de semestre representado en un producto denominado Trabajo Integrado Final “TIF”, que se aborda desde los núcleos de estudio colaborativo por parte de los estudiantes con el acompañamiento permanente del asesor o profesor, el cual se desarrolla a través de momentos de interaprendizaje.

Propósitos de la guía

- Orienta al estudiante las diferentes actividades y estrategias a desarrollar para dar cumplimiento a sus compromisos académicos.
- Promueve y motiva en el estudiante el aprendizaje autónomo y el interaprendizaje o trabajo colaborativo.
- Promueve la investigación formativa al dar respuesta a un eje problémico a través del desarrollo del bloque programático.
- Organiza el trabajo en productos y tiempos de entrega para los estudiantes y asesores.
- Orienta el desarrollo de habilidades en el uso de las herramientas TIC, creando y editando sus propios productos (videos, diseño de diagramas, el uso de almacenamiento en la nube, tratamiento de archivos en diferentes formatos, la gestión de búsquedas a través de bases de datos especializadas desde de la web)
- Gestión de las diferentes herramientas y actividades de la plataforma virtual que debe asumir el estudiante para el desarrollo de su proceso de formación.

Proceso de Estudio

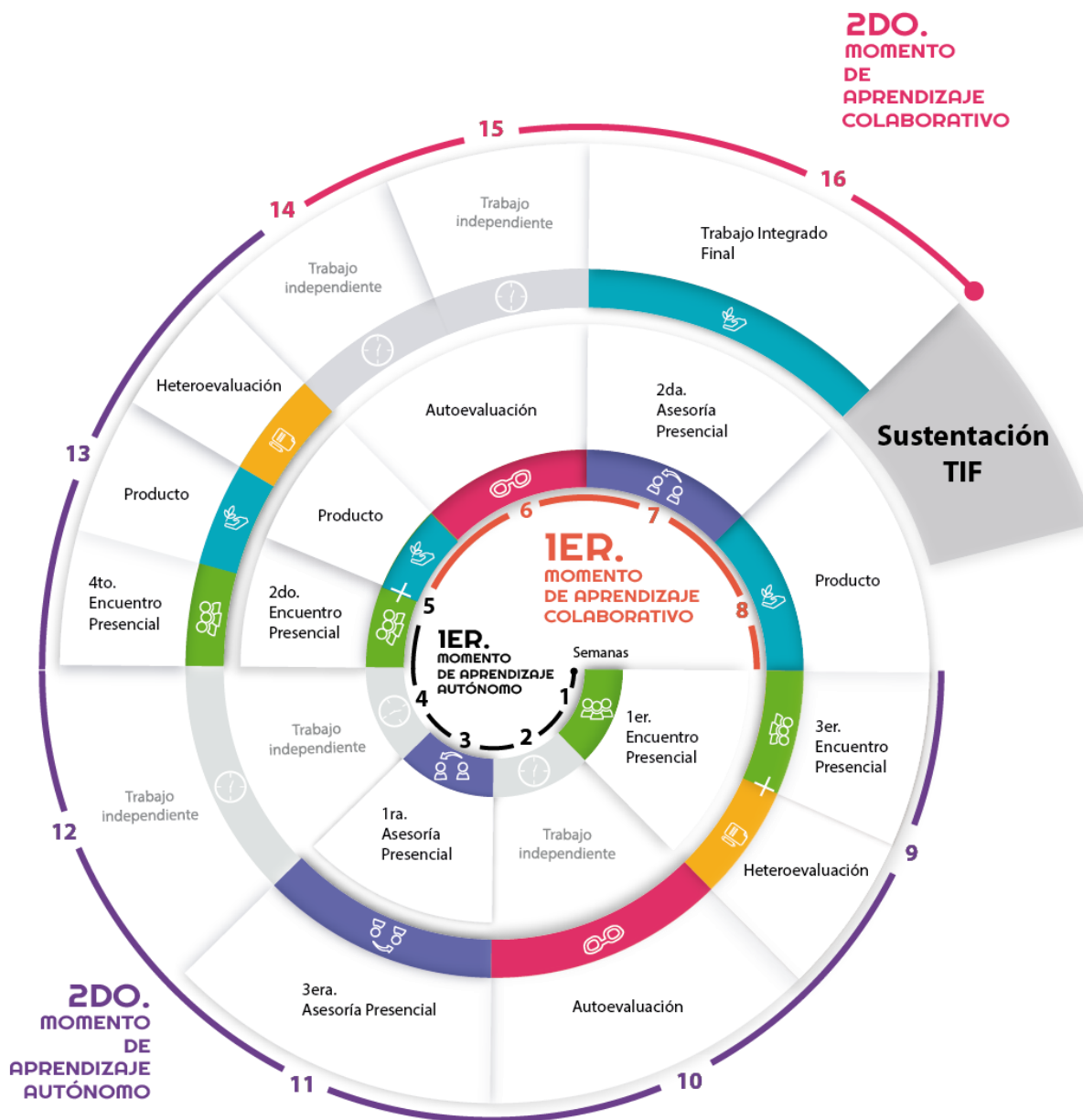
Orientaciones

¿Cómo se estudia a distancia en la Universidad de la Amazonia?

Un semestre en los programas académicos de la modalidad de Educación a Distancia se desarrolla a través de un proceso de estudio estructurado en dos momentos de aprendizaje autónomo y dos momentos de interaprendizaje o trabajo colaborativo que se abordan durante 16 semanas de clase. En cada uno de los momentos de estudio, se realizan actividades para la construcción de productos integrados definidos en la guía didáctica, que es considerada la principal herramienta de mediación que cuenta el estudiante para ubicarse en su propio proceso de formación de un semestre académico. Para ello, el estudiante a distancia cuenta con el apoyo del grupo de asesores (profesores), con quienes se programan encuentros presenciales, asesorías presenciales en el aula y asesorías virtuales permanentes asistidas por tecnología que se desarrollan a través del *Campus Virtual de Educación Distancia (Plataforma Moodle)* y el *sistema de videoconferencias*. De igual manera, se orienta al estudiante a que lleve a cabo procesos de autodiagnóstico, autorreflexión, autorregulación y cooperación acerca de su aprendizaje, una vez realizada la autoevaluación, y de manera colectiva en la coevaluación de cada Núcleo de Estudio Colaborativo (NEC). Todo el proceso se enfoca desde una perspectiva holística e integrada en el que las unidades temáticas o espacios académicos se interrelacionan en pro de la construcción y sustentación del Trabajo Integrado Final (TIF) o proyecto de semestre.

Un aspecto fundamental de resaltar para conocer cómo se estudia a distancia en la Universidad de la Amazonia, es que el Modelo Pedagógico Mediacional en Educación a Distancia se centra en elementos, procesos y estrategias de mediación pedagógica en donde *se privilegia la comunicación e interacción permanente entre docentes y estudiantes*, posibilitando las diferentes formas de mediar el proceso de enseñanza y aprendizaje; es decir, un semestre académico representado en el proceso de estudio como se describe en el siguiente gráfico, el encuentro presencial no es el centro del proceso de formación, el encuentro presencial es una de las múltiples estrategias que se utilizan para acompañar el proceso de formación, además de las asesorías, los materiales de estudio, el trabajo colaborativo, la misma guía didáctica, la forma en que se estructura el currículo bajo un enfoque integrado e interdisciplinario, y todas las herramientas tecnológicas que se puedan emplear haciendo uso pedagógico de las mismas para el acompañamiento en el proceso de formación del estudiante.

En este sentido, el proceso de estudio utiliza como mediación tecnológica la plataforma Moodle, la cual facilita la organización de cursos, actividades y tiempos programados en la guía didáctica, permitiendo así la convergencia de docentes y estudiantes desde cada uno de los momentos de aprendizaje. Así mismo, posibilita la interacción a través de las diferentes herramientas de comunicación, estableciendo encuentros de manera síncrona y asíncrona con el fin de acompañar y evaluar el proceso de estudio.



El gráfico representa una espiral ascendente que detalla el proceso de estudio durante el periodo académico (16 semanas) y cada una de las actividades a desarrollar a través de los momentos de aprendizaje autónomo y aprendizaje colaborativo.

Temporalización de actividades

Primera Heteroevaluación	<i>14 y 15 de Marzo de 2026</i>
Segunda Heteroevaluación	<i>9 y 10 de Mayo de 2026</i>
Primera Autoevaluación	<i>14 al 17 de Marzo de 2026</i>
Segunda Autoevaluación	<i>25 al 28 de Abril de 2026</i>
Coevaluación	<i>9 y 10 de Mayo de 2026</i>
Sustentación TIF	<i>6 y 7 de Junio de 2026</i>
Fecha límite de reporte evaluación del 75%	Hasta el 19 de Mayo de 2026
Fecha límite de reporte evaluación del 25%	Hasta el 9 de Junio de 2026
Fecha límite de Modificación de notas del 75%	Hasta el 22 de Mayo de 2026
Fecha límite de Modificación de notas del 25%	Hasta el 12 de Junio de 2026

Estructura de Contenidos

Propósitos de Formación del Bloque Programático

El bloque programático del Profesional en Mercadeo está estructurado por las unidades temáticas en Introducción al Mercadeo, Comunicación I, Educación a Distancia, Universidad Región y Medio Ambiente, Fundamentos de Matemáticas e Informática y se desarrolla a partir de cinco elementos integradores: núcleo temático, unidades temáticas, eje problémico, sub-ejes problémicos y competencias.

El núcleo temático "Educación a distancia", ubica al estudiante en la modalidad y en el programa académico durante los tres ciclos que conforman el programa (ciclo básico, ciclo de fundamentación y ciclo de profundización) y promueve el desarrollo de competencias genéricas o básicas y específicas en el campo del mercadeo, partiendo del contexto de la región en la cual identifica todas sus potenciales y fortalezas. De esta forma las unidades temáticas mencionadas ubican y fundamentan al estudiante en el contexto, en la Universidad y en Profesional en Mercadeo, para responder por medio de la investigación formativa al siguiente eje problémico: **¿CÓMO CONTRIBUYE EL MERCADÓLOGO A LA DINÁMICA DE LOS MERCADOS Y EL DESARROLLO EMPRESARIAL?** el cual se soluciona a través de un proceso de investigación que concluye con la presentación del TRABAJO INTEGRADO FINAL "TIF", es decir, que las unidades temáticas de este semestre se integran interdisciplinariamente para poder responder este eje problémico propuesto.

El anterior eje es solucionado en cada momento de auto e interaprendizaje a partir de sub-ejes problémicos descritos a continuación: 1) ¿Cómo los elementos específicos del mercadeo contribuyen a la formación de un profesional innovador e investigativo? y 2) ¿Por qué el Profesional en Mercadeo requiere conocer las necesidades contextuales del mercado y la gestión empresarial? Estos sub-ejes como pueden observar, están compuestas por pares de unidades temáticas.

Competencia: Reconoce los aportes que el Mercadólogo en relación con las dinámicas de los mercados y el desarrollo empresarial.

Pregunta de investigación que orientará el Trabajo Integrado Final del semestre:

¿Cómo contribuye el Mercadólogo a las dinámicas de los mercados y el desarrollo empresarial?

Primer Momento de Aprendizaje Autónomo

Desde el 9 de Febrero hasta el 9 de Marzo de 2026

INTRODUCCIÓN AL MERCADEO - UNIVERSIDAD, REGIÓN Y MEDIO AMBIENTE "URMA"

Temas y subtemas

- **Temas de Introducción al mercadeo**

UNIDAD I – Conceptualización del mercadeo

- Definición de mercadeo
- Fases de evolución del mercadeo
- Tendencias del mercadeo 4.0
- Planeación estratégica vs prospectiva

UNIDAD II – Comportamiento del consumidor

- Teoría económica
- Teoría sicosocial
- Teoría del aprendizaje
- Teoría psicoanalítica

- **Temas de Universidad, Región y Medio Ambiente – URMA**

- Caracterización socioeconómica y socio espacial de la región amazónica
- Misión, Visión, Objetivo, Funciones de la Universidad de La Amazonia y del Programa Mercadeo
- Desarrollo sostenible

Sub-eje problémico: **¿Por qué es importante que el Mercadólogo conozca los problemas, necesidades y oportunidades del contexto regional?**

Material didáctico de apoyo

- **Actividades de lectura INTRODUCCIÓN AL MERCADEO:**

- Libro Marketing: Enfoque América Latina Capítulo I y III. Abrir el siguiente enlace:
<https://drive.google.com/file/d/1AVogsnKmS1UhRYYNskbzKQ3Q31noylhq/view?usp=sharing>
- Libro FUNDAMENTOS DE MARKETING. Parte I. Abrir el siguiente enlace:
<https://drive.google.com/file/d/1RQgaS5518H9ELo5xCJoBtQG9k1zJQC2D/view?usp=sharing>

- **Actividades de lectura URMA:**

- Rincón, Hugo Hernando. Amazonia colombiana: geografía, ecología y

medio, Uniamazonia, Florencia, 2011 y actualizado 2019. Material didáctico que se encuentra en plataforma MOODLE. Leer de la página 100 – 141 CAPITULO 2 CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA.

- Leer Misión, Visión, Objetivo, Funciones de la Universidad de La Amazonia y del Programa Mercadeo.

Actividades

- El mercadeo como actividad humana permite el establecimiento de relaciones a largo plazo entre las organizaciones y los consumidores y usuarios de un mercado, a través de la satisfacción de sus necesidades, requiere ser estudiado desde sus orígenes, su presente y sus dimensiones o ambientes, para luego contextualizarlos a las dinámicas que rigen al futuro profesional desde su ámbito personal y laboral.
- Elabore un resumen identificando las ideas principales del material didáctico de apoyo y participe en el foro académico dando respuesta al subeje problémico del primer momento de aprendizaje autónomo: **¿Por qué es importante que el Mercadólogo conozca los problemas, necesidades y oportunidades del contexto regional?**
- A partir de lo anterior, elabore argumentos que aporten a la respuesta del subeje problémico, recuerde utilizar citas y realizar análisis crítico de su postura.
- Se evaluará la participación del estudiante en el foro, y el nivel de argumentación será tenido en cuenta y valorado por cada uno de los docentes.

Producto

- Texto Argumentativo (3 páginas de contenido) aplicando las normas APA, que responda al Subeje problémico: **¿Por qué es importante que el Mercadólogo conozca los problemas, necesidades y oportunidades del contexto regional?**
- Tipo Archivo: **Word**
- Nombre archivo: **PMA1_Nombredel estudiante.**
- **Fecha de envío: Hasta el 9 de marzo de 2026.**
-

Rúbrica de evaluación:

Esta es una rúbrica de evaluación donde se establecen criterios claros y objetivos de la evaluación del producto solicitado. A continuación, se presenta una matriz con los criterios de evaluación, junto con una escala de valoración, que permite evaluar el desempeño del estudiante en función de esos criterios.

PRODUCTO PRIMER MOMENTO APRENDIZAJE AUTÓNOMO

Estructura texto argumentativo	5 (Excelente)	4 (Bueno)	3 (Aceptable)	2 (Insuficiente)	1 (Deficiente)	No entrega
Estructura del texto argumentativo	<p>El texto argumentativo presenta una estructura clara y coherente, entre la tesis, argumentos que la respalda con los respectivos referentes teóricos. La conclusión es contundente y deja al lector con una idea clara de la posición del autor; reafirma la tesis.</p>	<p>El texto argumentativo presenta una estructura adecuada, aunque podría haber algunos aspectos que podrían ser más claros o estar más organizados. Se siguen en su mayoría las convenciones de estructura del texto argumentativo.</p>	<p>La estructura del texto argumentativo es aceptable, pero puede haber falta de claridad en algunos aspectos o una organización menos efectiva del contenido. Algunas secciones pueden no estar bien definidas.</p>	<p>La estructura del texto argumentativo es confusa o insuficiente, dificultando su comprensión. La organización del contenido es deficiente o inexistente.</p>	<p>La estructura del texto argumentativo o no se sigue o no se comprende en absoluto. No hay una organización clara del contenido.</p>	<p>No entrega o la evidencia no corresponde a lo solicitado.</p>
Coherencia y cohesión textual	<p>El texto presenta coherencia y cohesión, con una progresión lógica de ideas y una conexión fluida entre las oraciones y párrafos. Se utilizan adecuadamente los recursos lingüísticos para mantener la cohesión textual propias de un texto argumentativo</p>	<p>El texto presenta en su mayoría coherencia y cohesión, aunque podría haber algunos aspectos que podrían ser más claros o mejor conectados entre sí. Se siguen las convenciones básicas de coherencia y cohesión textual.</p>	<p>La coherencia y cohesión del texto son aceptables, aunque puede haber falta de claridad en algunos aspectos o una conexión menos fluida entre las ideas. Algunos recursos lingüísticos pueden no utilizarse de manera efectiva.</p>	<p>La coherencia y cohesión del texto son limitadas, dificultando la comprensión. La progresión de ideas es confusa o inexistente. Los recursos lingüísticos no se utilizan de manera adecuada.</p>	<p>La coherencia y cohesión del texto son inexistentes o no se comprenden en absoluto. No hay conexión entre las ideas y el texto es incoherente.</p>	<p>No entrega o la evidencia no corresponde a lo solicitado.</p>

<p>Las unidades temáticas en relación con el sub-eje problémico</p>	<p>Se evidencia la integración de las unidades temáticas a través de referentes teóricos articulados al sub-eje problémico</p>	<p>Se evidencia la integración de las unidades temáticas; sin embargo, falta coherencia en las citas tomadas de los referentes teóricos</p>	<p>Se mencionan referentes teóricos de las unidades temáticas, pero no se evidencia una adecuada articulación entre estas, para dar respuesta al sub-eje problémico</p>	<p>Se mencionan las unidades temáticas, pero estas no se articulan</p>	<p>No se mencionan las unidades temáticas, ni se da respuesta al sub-eje problémico</p>	<p>No entrega o la evidencia no corresponde a lo solicitado.</p>
--	--	---	---	--	---	--

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 – 2.9
Deficiente	1.0 – 1.9
No entregó	0

EDUCACIÓN A DISTANCIA E INFORMÁTICA

Temas y subtemas

- **Tema:** Mediaciones Pedagógicas y Tecnológicas en Educación a Distancia
- **Subtemas:**
 - Perfil del estudiante de un programa académico a distancia.
 - Estrategias metodológicas en el Modelo Pedagógico Mediacional
 - El aprendizaje y autoaprendizaje.
 - Criterios Básicos del Modelo Pedagógico Mediacional.
- **Temas y subtemas de Informática**
 - Habilidades tecnológicas que debe desarrollar el estudiante del profesional en Mercadeo para iniciar su proceso de aprendizaje en la modalidad a distancia.
 - Exploración de la plataforma educativa campus virtual: Edición del perfil, envío de actividades, participación en foros, video

conferencias, chats y autoevaluaciones.

Subeje problemático: **¿Cómo logra usted como estudiante ubicarse en el proceso de estudio a distancia?**

Material didáctico de apoyo

- Actividades de lectura EDUCACIÓN A DISTANCIA:

- Módulo de Educación a distancia. Cardona & López (2003)
- Perfil del estudiante de un programa académico a distancia. Capítulo 4 páginas 75 y 76.
- Estrategias metodológicas en el Modelo Pedagógico Mediacional: Plataforma Moodle y Plataforma ZOOM. Capítulo 4 páginas 119 y 142
- El aprendizaje y autoaprendizaje. Capítulo 4 páginas 91-104
- Criterios Básicos del Modelo Pedagógico Mediacional. Capítulo 3 Páginas 64-66
- PowerPoint con audio "Proceso de estudio en Educación a Distancia"
- Diapositivas: ¿Cómo autoevaluase?

- Actividades de lectura de la UNIDAD DE INFORMÁTICA

- Lectura capítulo 4 Mediaciones pedagógicas y tecnológicas en educación a distancia, este material se encontrará en el campus virtual.
- Herramientas en línea para la creación de mapas conceptuales.
- Villanueva, G., & de la Luz Casas, M. (2010). E-competencias: nuevas habilidades del estudiante en la era de la educación, la globalidad y la generación del conocimiento. *Signo y pensamiento*, 29(56), 124- 138.
- Contreras, P. A. R., González, B. M., & Paniagua, P. M. M. (2015). El rol del estudiante en los ambientes educativos mediados por las TIC. *Revista Lasallista de investigación*, 12(2), 132-138.

Actividades

- El estudiante como protagonista y centro del proceso pedagógico en Educación a Distancia, requiere desarrollar habilidades en el uso de las Mediaciones Tecnológicas para promover y acompañar el aprendizaje. En este sentido, las herramientas virtuales permiten acercar al estudiante como aprendiente autónomo a su realidad cotidiana, social y laboral para interpretarla y tomar una postura crítica frente al contexto sociocultural.
- Con el objetivo de avanzar en la comprensión del tema y los subtemas propuestos, es conveniente dar respuesta a las siguientes preguntas, las cuales serán objeto de discusión grupal en el foro académico. Se requiere que cada estudiante realice como mínimo 3 réplicas a los Foristas a partir

de las siguientes preguntas: ¿Cuál es el perfil del estudiante en el contexto de la educación a distancia? ¿Cuáles son las estrategias metodológicas que ofrece la modalidad de educación a distancia? ¿Por qué las estrategias metodológicas ayudan a ubicar al estudiante en la modalidad a distancia? ¿Cuáles son las estrategias de aprendizaje autónomo que facilitan el proceso de estudio a distancia? Y ¿Cómo logra el estudiante, caracterizarse como aprendiente autónomo? Después de socializar cada pregunta y replicar como mínimo a tres foristas, puntualice el tema mediante el análisis del subeje problémico: ¿Cómo logra usted como estudiante ubicarse en el proceso de estudio a distancia? Con este aporte finaliza la participación en el primer foro académico.

Evaluación

- Se toma como referencia el foro académico para realizar un RESUMEN que aborde lo siguiente: Logros y dificultades para ubicarse en la modalidad de educación a distancia y en el momento de seleccionar y aplicar las estrategias de aprendizaje autónomo. El resumen se convierte en un insumo para hacer el mapa conceptual (Socializar el resumen en la primera asesoría presencial)

Criterios de evaluación:

- Creatividad en el uso didáctico de herramientas virtuales, habilidades de comunicación escrita y argumentos que sustenten la ubicación del estudiante en el proceso de estudio a distancia.

Producto

- Presentar un **MAPA CONCEPTUAL** (1 página) que responde al sub-eje problémico: **¿Cómo logra usted como estudiante ubicarse en el proceso de estudio a distancia?**
- **Fecha de envío: Hasta el 9 de Marzo de 2026.**

Rúbrica de evaluación:

Esta es una rúbrica de evaluación donde se establecen criterios claros y objetivos de la evaluación del producto solicitado. A continuación, se presenta una matriz con los criterios de evaluación, junto con una escala de valoración, que permite evaluar el desempeño del estudiante en función de esos criterios.

PRODUCTO PRIMER MOMENTO APRENDIZAJE AUTÓNOMO

Estructura Mapa Conceptual	5 (Excelente)	4 (Bueno)	3 (Aceptable)	2 (Insuficiente)	1 (Deficiente)	No entrega
Título	El título es llamativo y presenta relación con el tema principal	El título es llamativo, pero no describe en su totalidad la relación con el tema principal	El título presenta alguna relación con el tema principal	El título es confuso e inapropiado en relación con el tema principal	Carece de título	No entrega o la evidencia no corresponde a lo solicitado.
Conceptos/ Relación y Jerarquía	La estructura jerárquica se relaciona totalmente con el tema principal y con los conceptos más relevantes de las lecturas	La estructura jerárquica en su mayoría se relaciona con el tema principal, aunque falta presentar algunos conceptos relevantes de las lecturas	La estructura jerárquica presenta difícil comprensión del tema principal y los conceptos relevantes de las lecturas	La relación y la jerarquía de los conceptos en su totalidad son confusos e inapropiados en relación con el tema principal	Carece de relación y jerarquía los conceptos que representan el tema principal	No entrega o la evidencia no corresponde a lo solicitado.
Conectores	Los conectores utilizados permiten establecer relaciones significativas entre el tema principal y los conceptos seleccionados	Los conectores utilizados permiten establecer en su mayoría, la relación entre el tema principal y los conceptos seleccionados	Los conectores utilizados permiten establecer algunas relaciones entre el tema principal y los conceptos seleccionados	Los conectores utilizados son inapropiados para representar la relación entre el tema principal y los conceptos seleccionados	Carece de conectores para representar la jerarquía de conceptos en relación con el tema principal	No entrega o la evidencia no corresponde a lo solicitado.
Gramática, Coherencia, cohesión/ortografía	La estructura gramatical, la coherencia y la cohesión textual es lógica y pertinente	La estructura gramatical, permite establecer alguna coherencia y cohesión textual en el desarrollo del mapa conceptual	La estructura gramatical, presenta difícil comprensión en la coherencia y cohesión textual del mapa conceptual	La estructura gramatical presenta incoherencia textual en relación con el tema principal	Carece de estructura gramatical en relación con el tema principal	No entrega o la evidencia no corresponde a lo solicitado.
Uso de herramienta en línea	La herramienta en línea utilizada para crear el mapa conceptual es apropiada y se utiliza de manera efectiva para organizar los conceptos y establecer las relaciones entre ellos. Se aprovechan	La herramienta en línea utilizada para crear el mapa conceptual es adecuada y se utiliza de manera competente para organizar los conceptos y establecer las relaciones entre ellos. Se utilizan las	La herramienta en línea utilizada para crear el mapa conceptual es aceptable, aunque puede haber falta de competencia o aprovechamiento de las funcionalidades disponibles. El uso de la	El uso de la herramienta en línea para crear el mapa conceptual es insuficiente. No se aprovechan las funcionalidades disponibles y el resultado final no cumple con los estándares esperados.	No se utiliza una herramienta en línea para crear el mapa conceptual	No entrega o la evidencia no corresponde a lo solicitado.

	<p>las funcionalidades de la herramienta de manera creativa y precisa.</p>	<p>funcionalidades básicas de la herramienta de manera satisfactoria.</p>	<p>herramienta puede ser limitado o poco efectivo.</p>			
--	--	---	--	--	--	--

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 – 2.9
Deficiente	1.0 – 1.9
No entregó	0

FUNDAMENTOS DE MATEMÁTICAS

Temas y subtemas

- **Tema:** Proporciones, ecuaciones y desigualdades.

- **Subtemas:**
 - Razones y proporciones
 - Proporcionalidad directa e inversa
 - Ecuaciones lineales y cuadráticas
 - Desigualdades en una variable
 - Subeje problémico: ¿Cuál es el aporte de las matemáticas en el estudio de las dinámicas de los mercados en el contexto de la Amazonia Colombiana?

Material didáctico de apoyo

- Material bibliográfico
- Presentación sobre proporciones, ecuaciones y desigualdades
- Videos Tutoriales sobre proporciones, ecuaciones y desigualdades
- Estudio de situaciones problema donde se involucre los objetos matemáticos como las proporciones, ecuaciones y desigualdades.

Sub-eje problémico: **¿Cuál es el aporte de las matemáticas en el estudio de situaciones del mercadeo en el contexto de la amazonia colombiana?**

Actividades

- El estudiante como futuro profesional de Mercadeo, requiere el desarrollo de competencias para su adecuado desempeño, partiendo de los principios fundamentales que permiten una potenciación del razonamiento cuantitativo, es así como, desde la matemática, se hace necesario dar una mirada a los distintos conjuntos numéricos y conceptos matemáticos que da sustento a las aplicaciones que hoy día intervienen en las diferentes situaciones presentes en las dinámicas de los mercados, para ello, es importante conocer el origen, la estructura conceptual y los fenómenos enmarcados en los objetos matemáticos como las proporciones, ecuaciones y desigualdades. Para ello se propone al estudiante realizar las siguientes actividades
- Hacer lectura y revisión detallada al material didáctico de apoyo indicado por el docente (semana 1).
- Con la orientación del asesor de la unidad temática, haga un video en el

cual identifique una situación en el marco de las dinámicas del mercado (semana 2).

- Dar respuesta en el foro al subeje problémico de este primer momento: **¿Cuál es el aporte de las matemáticas en el estudio de situaciones del mercadeo en el contexto de la Amazonia Colombiana?**
- Desarrollar actividades donde se aplique los conceptos de proporciones, ecuaciones y desigualdades en la solución de situaciones del mercadeo.

Evaluación

- Presentar la heteroevaluación, la cual constará situaciones problema aplicadas al contexto de las situaciones de mercado donde aplique los objetos matemáticos tales como las proporciones, ecuaciones y desigualdades.
- Participar con aportes significativos en el foro del primer momento de aprendizaje autónomo dando respuesta al subeje.

Producto

- Como evidencia del aprendizaje, construir un texto argumentativo de 3 páginas, donde sustente con ideas coherentes y citas bibliográficas la respuesta al subeje; **¿Cuál es el aporte de las matemáticas en el estudio de situaciones del mercadeo en el contexto de la Amazonia Colombiana?**
- El formato del archivo será en Word, y deberá contener:
 - Portada.
 - Respuesta argumentada al subeje problémico con citas bibliográficas.
 - Conclusiones
 - Bibliografía
 - **Fecha de envío: Hasta el 9 de marzo de 2026.**

Rúbrica de evaluación:

Esta es una rúbrica de evaluación donde se establecen criterios claros y objetivos de la evaluación del producto solicitado. A continuación, se presenta una matriz con los criterios de evaluación, junto con una escala de valoración, que permite evaluar el desempeño del estudiante en función de esos criterios.

PRODUCTO PRIMER MOMENTO APRENDIZAJE AUTÓNOMO

Estructura texto argumentativo	5 (Excelente)	4 (Bueno)	3 (Aceptable)	2 (Insuficiente)	1 (Deficiente)	No entrega
Estructura del texto argumentativo	El texto argumentativo presenta una estructura clara y coherente, entre la tesis, argumentos que la respalda con los respectivos referentes teóricos. La conclusión es contundente y deja al lector con una idea clara de la posición del autor; reafirma la tesis.	El texto argumentativo presenta una estructura adecuada, aunque podría haber algunos aspectos que podrían ser más claros o estar más organizados. Se siguen en su mayoría las convenciones de estructura del texto argumentativo.	La estructura del texto argumentativo es aceptable, pero puede haber falta de claridad en algunos aspectos o una organización menos efectiva del contenido. Algunas secciones pueden no estar bien definidas.	La estructura del texto argumentativo es confusa o insuficiente, dificultando su comprensión. La organización del contenido es deficiente o inexistente.	La estructura del texto argumentativo no se sigue o no se comprende en absoluto. No hay una organización clara del contenido.	No entrega o la evidencia no corresponde a lo solicitado.
Coherencia y cohesión textual	El texto presenta coherencia y cohesión, con una progresión lógica de ideas y una conexión fluida entre las oraciones y párrafos. Se utilizan adecuadamente los recursos lingüísticos para mantener la cohesión textual propias de un texto argumentativo	El texto presenta en su mayoría coherencia y cohesión, aunque podría haber algunos aspectos que podrían ser más claros o mejor conectados entre sí. Se siguen las convenciones básicas de coherencia y cohesión textual.	La coherencia y cohesión del texto son aceptables, aunque puede haber falta de claridad en algunos aspectos o una conexión menos fluida entre las ideas. Algunos recursos lingüísticos pueden no utilizarse de manera efectiva.	La coherencia y cohesión del texto son limitadas, dificultando la comprensión. La progresión de ideas es confusa o inexistente. Los recursos lingüísticos no se utilizan de manera adecuada.	La coherencia y cohesión del texto son inexistentes o no se comprenden en absoluto. No hay conexión entre las ideas y el texto es incoherente.	No entrega o la evidencia no corresponde a lo solicitado.
Las unidades temáticas en relación con el sub-eje problémico	Se evidencia la integración de las unidades temáticas a través de referentes teóricos articulados al sub-eje problémico	Se evidencia la integración de las unidades temáticas; sin embargo, falta coherencia en las citas tomadas de los referentes teóricos	Se mencionan referentes teóricos de las unidades temáticas, pero no se evidencia una adecuada articulación entre estas, para dar respuesta al sub-eje problémico	Se mencionan las unidades temáticas, pero estas no se articulan	No se mencionan las unidades temáticas, ni se da respuesta al sub-eje problémico	No entrega o la evidencia no corresponde a lo solicitado.

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 – 2.9
Deficiente	1.0 – 1.9
No entregó	0

COMUNICACIÓN I

Temas y subtema

- La comunicación y sus elementos
- Las habilidades comunicativas: hablar, escuchar, leer y escribir
- Tipologías textuales - El texto Argumentativo como producto de la actividad comunicativa.
- Características del texto: cohesión, coherencia y signos de puntuación
- Los argumentos y su función.
- Uso adecuado de conectores
- Reglas ortográficas
- Normas APA

Sub-eje problémico: **¿Cómo el desarrollo de habilidades comunicativas contribuye a la formación del profesional en mercadeo y al reconocimiento de las dinámicas empresariales?**

Material didáctico de apoyo

- Abril, M. P. (2004). Leer, escribir, participar: un reto para la escuela, una condición de la política.
- Cardozo Vale, S. V. (2007). La comunicación en el Marketing. Visión gerencial, 2, 196-206.
- Henao, A. E. P. (2020). La comunicación organizacional en la gestión empresarial: retos y oportunidades en el escenario digital. Revista GEON: Gestión-Organización-Negocios., 7(1), 9-25.

Actividades

El lenguaje, concebido como la facultad exclusivamente humana de crear, estructurar y emplear diversos sistemas de comunicación, ha posibilitado al ser humano establecer convenciones sociales que favorecen la convivencia, la armonía y la cooperación dentro de la vida en comunidad. En este sentido, la comunicación se erige como una herramienta fundamental para alcanzar los propósitos que orientan la dinámica social y cultural de toda colectividad.

De acuerdo con ello, y considerando las etapas propias de todo proceso comunicativo (motivación, planificación y realización), se invita al estudiante a desarrollar con rigor los ejercicios propuestos por el docente en el marco de cada asesoría.

- Usa las estrategias de comprensión de lectura, en cada una de las

unidades temáticas, especialmente en los materiales referenciados en la guía didáctica.

- Participa en el foro académico, dando respuesta a la siguiente pregunta orientadora: **¿Cómo el desarrollo de habilidades comunicativas contribuye a la formación del profesional en mercadeo y al reconocimiento de las dinámicas empresariales?**
- Para la participación en el foro, es necesario tener en cuenta los referentes bibliográficos propuestos en la presente guía didáctica y aludir a la norma APA en cuanto a la cita y referenciación de ideas, además de los criterios que se establezcan en la plataforma Moodle.

Producto

- Elaborar un texto argumentativo, de 3 páginas, que dé respuesta al sub-eje problémico **¿Cómo el desarrollo de habilidades comunicativas contribuye a la formación del profesional en mercadeo y al reconocimiento de las dinámicas empresariales?**
- La actividad deberá ser entregada en formato Word o cualquier herramienta digital sugerida, siguiendo las recomendaciones generales. El archivo se nombrará de la siguiente manera: I- COMUNICACIÓN- Nombre del estudiante.
- **Fecha de envío: Hasta el 9 de Marzo de 2026.**

Rúbrica de evaluación:

Esta es una rúbrica de evaluación donde se establecen criterios claros y objetivos de la evaluación del producto solicitado. A continuación, se presenta una matriz con los criterios de evaluación, junto con una escala de valoración, que permite evaluar el desempeño del estudiante en función de esos criterios.

PRODUCTO PRIMER MOMENTO APRENDIZAJE AUTÓNOMO

Estructura texto argumentativo	5 (Excelente)	4 (Bueno)	3 (Aceptable)	2 (Insuficiente)	1 (Deficiente)	No entrega
Estructura del texto argumentativo	El texto argumentativo presenta una estructura clara y coherente, entre la tesis, argumentos que la respalda con los respectivos referentes teóricos. La	El texto argumentativo presenta una estructura adecuada, aunque podría haber algunos aspectos que podrían ser más claros o estar más	La estructura del texto argumentativo o es aceptable, pero puede haber falta de claridad en algunos aspectos o una	La estructura del texto argumentativo o es confusa o insuficiente, dificultando su comprensión. La organización del	La estructura del texto argumentativo no se sigue o no se comprende en absoluto. No hay una	No entrega o la evidencia no corresponde a lo solicitado.

	conclusión es contundente y deja al lector con una idea clara de la posición del autor; reafirma la tesis.	organizados. Se siguen en su mayoría las convenciones de estructura del texto argumentativo.	organización menos efectiva del contenido. Algunas secciones pueden no estar bien definidas.	contenido es deficiente o inexistente.	organización clara del contenido.	
Coherencia y cohesión textual	El texto presenta coherencia y cohesión, con una progresión lógica de ideas y una conexión fluida entre las oraciones y párrafos. Se utilizan adecuadamente los recursos lingüísticos para mantener la cohesión textual propias de un texto argumentativo	El texto presenta en su mayoría coherencia y cohesión, aunque podría haber algunos aspectos que podrían ser más claros o mejor conectados entre sí. Se siguen las convenciones básicas de coherencia y cohesión textual.	La coherencia y cohesión del texto son aceptables, aunque puede haber falta de claridad en algunos aspectos o una conexión menos fluida entre las ideas. Algunos recursos lingüísticos pueden no utilizarse de manera efectiva.	La coherencia y cohesión del texto son limitadas, dificultando la comprensión. La progresión de ideas es confusa o inexistente. Los recursos lingüísticos no se utilizan de manera adecuada.	La coherencia y cohesión del texto son inexistentes o no se comprenden en absoluto. No hay conexión entre las ideas y el texto es incoherente.	No entrega o la evidencia no corresponde a lo solicitado.
Las unidades temáticas en relación con el sub-eje problémico	Se evidencia la integración de las unidades temáticas a través de referentes teóricos articulados al sub-eje problémico	Se evidencia la integración de las unidades temáticas; sin embargo, falta coherencia en las citas tomadas de los referentes teóricos	Se mencionan referentes teóricos de las unidades temáticas, pero no se evidencia una adecuada articulación entre estas, para dar respuesta al sub-eje problémico	Se mencionan las unidades temáticas, pero estas no se articulan	No se mencionan las unidades temáticas, ni se da respuesta al sub-eje problémico	No entrega o la evidencia no corresponde a lo solicitado.

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 – 2.9
Deficiente	1.0 – 1.9
No entregó	0

Primer Momento de Trabajo Colaborativo

Del 10 de Marzo al 06 de Abril de 2026

PRIMERA FASE DEL TRABAJO INTEGRADO FINAL

Eje problémico

¿CÓMO CONTRIBUYE EL MERCADÓLOGO A LAS DINÁMICAS DE LOS MERCADOS Y EL DESARROLLO EMPRESARIAL?

Actividades

- **Individual:** Descargar los productos de primer momento de aprendizaje autónomo de cada espacio académico, revisar la retroalimentación de los asesores y aplicar los ajustes recomendados. Realizar lectura y apropiación del material didáctico desde cada uno de los espacios académicos del primer momento de aprendizaje autónomo.
- **Grupal:** Programar el encuentro en NEC con el fin de socializar los productos de aprendizaje autónomo corregidos y construir la primera fase del Trabajo Integrado Final (TIF). Se recomienda establecer un diálogo de saberes que conlleve a la comprensión y análisis del eje problémico. Cada grupo NEC construye UN SOLO TEXTO ARGUMENTATIVO de 4 páginas, que responda al eje problémico: **¿CÓMO CONTRIBUYE EL MERCADÓLOGO A LAS DINÁMICAS DE LOS MERCADOS Y EL DESARROLLO EMPRESARIAL?**
- Se recomienda participar en el foro académico con el propósito de avanzar en la comprensión del eje problémico.
- **Evaluación:** El NEC de asesores evalúa los referentes teóricos citados para resolver el eje problémico, la postura y propuestas del NEC de estudiantes en relación con el eje problémico: **¿CÓMO CONTRIBUYE EL MERCADÓLOGO A LAS DINÁMICAS DE LOS MERCADOS Y EL DESARROLLO EMPRESARIAL?**
- **Criterios de evaluación:** Estructura del texto argumentativo, coherencia y cohesión textual, juicios valorativos o argumentos que sustenten el eje problémico, creatividad en el momento de articula cada uno de los espacios académicos en relación con el eje problémico, trabajo en equipo, revisión documental que conlleve a la comprensión y análisis del eje problémico, Normas APA y uso de referentes conceptuales.

Producto

- TEXTO ARGUMENTATIVO (4 páginas) que responda al eje problémico: **¿CÓMO CONTRIBUYE EL MERCADÓLOGO A LAS DINÁMICAS DE LOS MERCADOS Y EL DESARROLLO EMPRESARIAL?**

- Archivo en Word. Nombre: Primer Interaprendizaje.
- **Fecha de envío: Hasta el 06 de Abril de 2026.**

Rúbrica TIF

Esta es una rúbrica de evaluación donde se establecen criterios claros y objetivos de la evaluación del producto solicitado. A continuación, se presenta una matriz con los criterios de evaluación, junto con una escala de valoración, que permite evaluar el desempeño del estudiante en función de esos criterios.

PRODUCTO PRIMERA FASE DEL TRABAJO INTEGRADO FINAL

Estructura documento TIF	5 (Excelente)	4 (Bueno)	3 (Aceptable)	2 (Insuficiente)	1 (Deficiente)	No entrega
Estructura del texto argumentativo	El texto argumentativo presenta una estructura clara y coherente, entre la tesis, argumentos que la respalda con los respectivos referentes teóricos. La conclusión es contundente y deja al lector con una idea clara de la posición del autor; reafirma la tesis.	El texto argumentativo presenta una estructura adecuada, aunque podría haber algunos aspectos que podrían ser más claros o estar más organizados. Se siguen en su mayoría las convenciones de estructura del texto argumentativo.	La estructura del texto argumentativo es aceptable, pero puede haber falta de claridad en algunos aspectos o una organización menos efectiva del contenido. Algunas secciones pueden no estar bien definidas.	La estructura del texto argumentativo es confusa o insuficiente, dificultando su comprensión. La organización del contenido es deficiente o inexistente.	La estructura del texto argumentativo no se sigue o no se comprende en absoluto. No hay una organización clara del contenido.	No entrega o la evidencia no corresponde a lo solicitado.
Coherencia y cohesión textual	El texto presenta coherencia y cohesión, con una progresión lógica de ideas y una conexión fluida entre las oraciones y párrafos. Se utilizan adecuadamente los recursos lingüísticos para mantener la cohesión textual propias de un texto argumentativo	El texto presenta en su mayoría coherencia y cohesión, aunque podría haber algunos aspectos que podrían ser más claros o mejor conectados entre sí. Se siguen las convenciones básicas de coherencia y cohesión textual.	La coherencia y cohesión del texto son aceptables, aunque puede haber falta de claridad en algunos aspectos o una conexión menos fluida entre las ideas. Algunos recursos lingüísticos pueden no utilizarse de manera efectiva.	La coherencia y cohesión del texto son limitadas, dificultando la comprensión. La progresión de ideas es confusa o inexistente. Los recursos lingüísticos no se utilizan de manera adecuada.	La coherencia y cohesión del texto son inexistentes o no se comprenden en absoluto. No hay conexión entre las ideas y el texto es incoherente.	No entrega o la evidencia no corresponde a lo solicitado.

Integración de las unidades temáticas en relación con el eje problémico	Se evidencia la integración de las unidades temáticas a través de referentes teóricos abordados con cada uno de los asesores en respuesta al eje problémico.	Se evidencia la integración de las unidades temáticas; sin embargo, falta coherencia en las citas tomadas de los referentes teóricos	Se mencionan referentes teóricos de las unidades temáticas, pero no se evidencia una adecuada articulación entre estas, para dar respuesta al eje problémico	Se mencionan las unidades temáticas, pero estas no se articulan	No se mencionan las unidades temáticas, ni se da respuesta al eje problémico	No entrega o la evidencia no corresponde a lo solicitado.
Normas APA	Se siguen rigurosamente las normas APA en la presentación del texto, incluyendo la estructura del documento, la cita y referencias bibliográficas, así como la presentación de tablas, gráficos o figuras. Se utilizan correctamente las reglas de formato, estilo y puntuación establecidas por las normas APA séptima edición.	Se siguen adecuadamente las normas APA en la presentación del texto, aunque podría haber algunos aspectos que podrían ser más precisos o cumplirse de manera más consistente. La mayoría de las reglas de formato, estilo y puntuación establecidas por las normas APA séptima edición se aplican correctamente	Se siguen de manera aceptable las normas APA en la presentación del texto, carece de precisión o consistencia en algunos aspectos. Algunas reglas de formato, estilo y puntuación establecidas por las normas APA séptima edición pueden no cumplirse adecuadamente.	El cumplimiento de las normas APA séptima edición es limitada, lo que demuestra una falta de comprensión o aplicación de las reglas de formato, estilo y puntuación establecidas. Las normas APA séptima edición se ignoran o se aplican de manera inconsistente.	No se siguen las normas APA en la presentación del texto. Las reglas de formato, estilo y puntuación establecidas por las normas APA séptima edición no se cumplen en absoluto.	No entrega o la evidencia no corresponde a lo solicitado.

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 – 2.9
Deficiente	2.0 – 1.9
No entregó	0

Segundo Momento de Aprendizaje Autónomo

Desde el 07 de Abril hasta el 04 de Mayo de 2026

INTRODUCCIÓN AL MERCADEO – UNIVERSIDAD, REGIÓN Y MEDIO AMBIENTE “URMA”

Temas y subtemas

- **Temas de Introducción al mercadeo**

- UNIDAD III – Branding y gestión de marcas**

- Dimensiones de la marca
- Storytelling
- Posicionamiento
- Lealtad y fidelidad

- UNIDAD IV – Investigación de mercados**

- Sistemas de información
- Enfoque de la investigación
- Importancia de la investigación
- Proceso investigativo

- **Temas de Universidad, Región y Medio Ambiente – URMA**

- Amazonia Posible y Sostenible
- Objetivos de Desarrollo Sostenible
- Mercados verdes, sostenibles y biocomercio.

Sub-eje problémico: **¿Cuál es el aporte de la investigación de mercados en la solución de problemas económicos, sociales y ambientales en el contexto regional?**

Material didáctico de apoyo

- **Actividades de lectura INTRODUCCIÓN AL MERCADEO:**

- Libro Marketing: Enfoque América Latina Capítulo IV, V y VI. Abrir el siguiente enlace <https://drive.google.com/file/d/1AVogsnKmS1UhRYYNskbzKQ3Q31noylhq/view?usp=sharing>
- Libro FUNDAMENTOS DE MARKETING. Parte 3. Abrir el siguiente enlace <https://drive.google.com/file/d/1RQgaS5518H9ELo5xCJoBtQG9k1zJQC2D/view?usp=sharing>

- **Actividades de lectura URMA:**

- Folleto Amazonia Posible Amazonia Sostenible
- Gutiérrez-Ayala, J. (2022). Responsabilidad social empresarial: un análisis desde la sostenibilidad. *Inquietud Empresarial*, 22(2), I-IV. <https://doi.org/10.19053/01211048.15340>
- Guía práctica SDG Compass La guía para la acción empresarial en los ODS <https://www.pactomundial.org/biblioteca/guia-sdg-compass-la-guia-para-la-accion-empresarial-en-los-ods/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=CqWuMKe0xWo>
- <https://www.youtube.com/watch?v=uROTgFSU5k4&t=52s>
- Formato de lectura autorregulada.

Actividades

- Elabore un resumen identificando las ideas principales y secundarias contenidas en las lecturas y videos anteriores. Usar formato de Lectura Autorregulada.
- Asistir a la charla de CORPOAMAZONIA y plantear preguntas abiertas al expositor, con respecto a: Mercados verdes, desarrollo sostenible en el contexto actual, ambiente, recursos renovables, identificar los productos amazónicos y estrategias de marketing con respecto a los productos de la región.
- Diseñar un cuestionario de máximo diez preguntas abiertas con apoyo de los docentes para realizar una entrevista.
- Posteriormente, ELIJA UN EMPRESARIO de la región para que a través de un vídeo realice una entrevista donde logre identificar la experiencia de este en el desarrollo de estrategias de marketing implementadas para el crecimiento de su negocio y la orientación que tiene la empresa.
- Suba el video de la entrevista a la plataforma o red social YouTube y adjunte el link o enlace en el espacio de URMA e Introducción al Mercado o en el foro académico.
- Con las lecturas de los dos espacios académicos, la charla de CORPOAMAZONIA y la entrevista al Empresario, inicie a elaborar el texto argumentativo.
- Leer los documentos de la sección de material didáctico de apoyo.
- Participar en el FORO dispuesto para ello en este segundo momento autónomo y responder las preguntas que allí aparecen a partir de la comprensión de las dos lecturas.
- Escribir las principales ideas principales de los documentos leídos incluyendo

ejemplos específicos de acuerdo a su conocimiento sobre marketing y a lo que reconoce en su entorno inmediato.

- Paralelo a ello, elegir una empresa con trayectoria en la región con el fin de poder entrevistar al dueño, empresario encargado de la misma. Para ello deberán construir un cuestionario con preguntas abiertas que se relacionen con el eje problémico ¿Por qué es importante que el Mercadólogo conozca los problemas, necesidades y oportunidades del contexto regional? La entrevista la filmarán y la subirán a alguna plataforma digital del video para su respectiva visualización.
- Con las ideas de las lecturas realizadas y la entrevista desarrollada, construir un texto argumentativo que dé respuesta al subeje problémico ¿Cuál es el aporte de la investigación de mercados en la solución de problemas económicos, sociales y ambientales en el contexto regional?

Orientaciones para la entrevista

La entrevista es una charla entre los empresarios y los estudiantes en la cual deben abordar los siguientes temas: a) Si la empresa es del contexto regional, nacional e internacional, tenga en cuenta que si no pueden entrevistar a los dueños deben generar preguntas apropiadas al tipo de empresa y persona a entrevistar, b) - Si las empresas son del contexto local y pueden entrevistar a los dueños o personas cercanas a ellos, las preguntas pueden ser más cercanas y acordes al sector económico, c) Es importante el resultado de las entrevistas realizadas nos dé claro todo lo relacionado con la aplicación de estrategias de mercadeo y la responsabilidad social y ambiental que tengan estas empresas, y el impacto que están causando con el desarrollo de la actividad económica, d) Recuerden preguntar sobre la historia de la empresa, su conformación, cual ha sido el cambio desde su inicio a la fecha.

Recomendamos elegir diferentes empresas del contexto, teniendo en cuenta lo siguiente:

- Cualquier tipo de empresa que demuestre la aplicación de estrategias de mercadeo como la investigación de mercados, segmentación de mercados y el servicio al cliente, entre otras.
- Cualquier tipo de empresa que oferte bienes. Pueden incluir empresas que fabrican alimentos (restaurantes y comidas rápidas), ropa, electrodomésticos, productos electrónicos, muebles, entre otros.
- Cualquier tipo de empresa que oferte servicios: agencias de viajes,

servicios financieros, atención médica, constructoras, entre otros.

- Empresas de negocios verdes. Son aquellas que le apuestan al desarrollo sostenible regional mediante el uso y manejo adecuado de los recursos naturales, por ejemplo: turismo de naturaleza, producción agrícola, alternativas ambientales y sostenibles, fabricación de materiales con productos reciclables, entre otras. En el contexto hay diversas empresas que pueden entrevistar y generar aportes importantes, recuerden la charla que se realizó en clase donde se abordaron empresas u organizaciones que trabajan en estos temas.

NOTA 1: Antes del desarrollo de la entrevista deben validar la estructura de las preguntas con los docentes de Introducción al mercadeo, Comunicación y URMA.

NOTA 2: Recuerden que importante la presentación personal, uso del carné estudiantil, solicitar la entrevista con tiempo y disposición, ser puntuales, dar a conocer el listado de preguntas antes de realizar la entrevista, sin olvidar que al momento de realizar la entrevista pueden surgir nuevas preguntas que enriquezcan la entrevista, entre otros aspectos. No olviden grabar la entrevista, cargarla a Youtube en modo Público y compartirla en el foro de Introducción al Mercadeo y URMA, para que todos puedan visualizarla y realizar aportes que ayuden a responder el subeje problémico.

NOTA 3. Recuerden que los resultados de la entrevista es el insumo principal para desarrollar la actividad de este segundo momento autónomo de aprendizaje.

Producto

- Texto argumentativo (3 páginas) donde responda el Subeje problémico: **¿Cuál es el aporte de la investigación de mercados en la solución de problemas económicos, sociales y ambientales en el contexto regional?**
- Tipo Archivo: **Word**
- Nombre archivo: **PMA2_Nombredelestudiante.**
- **Fecha de envío: Hasta el 04 de Mayo de 2026**

Rúbrica de evaluación:

Esta es una rúbrica de evaluación donde se establecen criterios claros y objetivos de la evaluación del producto solicitado. A continuación, se presenta una matriz con los criterios de evaluación, junto con una escala de valoración, que permite

evaluar el desempeño del estudiante en función de esos criterios.

PRODUCTO SEGUNDO MOMENTO APRENDIZAJE AUTÓNOMO

Estructura texto argumentativo	5 (Excelente)	4 (Bueno)	3 (Aceptable)	2 (Insuficiente)	1 (Deficiente)	No entrega
Estructura del texto argumentativo	El texto argumentativo presenta una estructura clara y coherente, entre la tesis, argumentos que la respalda con los respectivos referentes teóricos. La conclusión es contundente y deja al lector con una idea clara de la posición del autor; reafirma la tesis.	El texto argumentativo presenta una estructura adecuada, aunque podría haber algunos aspectos que podrían ser más claros o estar más organizados. Se siguen en su mayoría las convenciones de estructura del texto argumentativo	La estructura del texto argumentativo es aceptable, pero puede haber falta de claridad en algunos aspectos o una organización menos efectiva del contenido. Algunas secciones pueden no estar bien definidas.	La estructura del texto argumentativo es confusa o insuficiente, dificultando su comprensión. La organización del contenido es deficiente o inexistente.	La estructura del texto argumentativo no se sigue o no se comprende en absoluto. No hay una organización clara del contenido.	No entrega o la evidencia no corresponde a lo solicitado.
Coherencia y cohesión textual	El texto presenta coherencia y cohesión, con una progresión lógica de ideas y una conexión fluida entre las oraciones y párrafos. Se utilizan adecuadamente los recursos lingüísticos para mantener la cohesión textual propias de un texto argumentativo	El texto presenta en su mayoría coherencia y cohesión, aunque podría haber algunos aspectos que podrían ser más claros o mejor conectados entre sí. Se siguen las convenciones básicas de coherencia y cohesión textual.	La coherencia y cohesión del texto son aceptables, aunque puede haber falta de claridad en algunos aspectos o una conexión menos fluida entre las ideas. Algunos recursos lingüísticos pueden no utilizarse de manera efectiva.	La coherencia y cohesión del texto son limitadas, dificultando la comprensión. La progresión de ideas es confusa o inexistente. Los recursos lingüísticos no se utilizan de manera adecuada.	La coherencia y cohesión del texto son inexistentes o no se comprenden en absoluto. No hay conexión entre las ideas y el texto es incoherente.	No entrega o la evidencia no corresponde a lo solicitado.

Las unidades temáticas en relación con el sub-eje problémico	Se evidencia la integración de las unidades temáticas a través de referentes teóricos articulados al sub-eje problémico	Se evidencia la integración de las unidades temáticas; sin embargo, falta coherencia en las citas tomadas de los referentes teóricos	Se mencionan referentes teóricos de las unidades temáticas, pero no se evidencia una adecuada articulación entre estas, para dar respuesta al sub-eje problémico	Se mencionan las unidades temáticas, pero estas no se articulan	No se mencionan las unidades temáticas, ni se da respuesta al sub-eje problémico	No entrega o la evidencia no corresponde a lo solicitado.
---	---	--	--	---	--	---

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 – 2,9
Deficiente	1.0 – 1,9
No entregó	0

EDUCACIÓN A DISTANCIA E INFORMÁTICA

Temas y subtemas

- **Temas de Educación a Distancia**
 - **Tema:** ¿Cómo se estudia a distancia? Nuestros procesos y estrategias metodológicas en acción.
 - **Subtemas:**
 - La Investigación como método de estudio (Fases del proceso de estudio)
 - La evaluación y la Coevaluación como procesos mediadores Aprendizaje colaborativo.
- **Temas Informática**
 - Normas APA en Microsoft Word: Formato general del trabajo, citas, referencias, gestión automática de citas y referencias.
 - Aplicaciones de Microsoft Office 365
 - Trabajo colaborativo en One Drive y Google Drive
 - Construcción de diapositivas en herramientas web y de escritorio.

Sub-eje problémico: **¿Cómo la investigación de mercados contribuye al desarrollo empresarial?**

Material didáctico de apoyo

- Actividades de lectura EDUCACIÓN A DISTANCIA:

- Módulo de Educación a distancia. Capítulo 4 y 5. Cardona & López (2003)
- La investigación como método de estudio. Capítulo 5. Páginas 2 a la 28.
- La evaluación y la Coevaluación como procesos mediadores. Capítulo 4. Páginas 41-50
- Aprendizaje colaborativo. Capítulo 4. Páginas 35-40
- Diapositivas: ¿Cómo trabajar en equipo en el contexto de la Educación a Distancia? y ¿Cómo coevaluarse?

- Actividades de lectura INFORMÁTICA

- Poveda López, D. M., & Becerra Velandia, S. I. (2020). Manual de normas APA.
- Álvarez Ferrón, M., & Sánchez Cañizares, L. (2014). Conocimiento, valoración y utilización, por parte del alumnado, de «Google Drive» como herramienta de trabajo cooperativo.

Actividades

- La investigación como método de estudio en Educación a Distancia, tiene como finalidad incentivar el espíritu investigativo del estudiante, en la producción de saberes, contextualización del aprendizaje y en la relación del texto con el contexto que conlleva a tomar decisiones propias ante la realidad actual.
- Con el objetivo de avanzar en el tema y los subtemas propuestos, es conveniente dar respuesta a las siguientes preguntas, las cuales serán objeto de discusión grupal en el foro académico: ¿Por qué se asume las condiciones de motivación, tiempo y lugar en la investigación de mercados? ¿Por qué las fases de Preguntar y Observar se constituyen en pilares del proceso de la investigación como método de estudio? ¿Cómo influye la formulación de hipótesis y las fuentes de información en el momento de asumir un proceso de investigación de mercados? ¿Por qué la lectura, la escritura y la interpretación de resultados de la entrevista, se constituyen en procesos mediadores y de intercomunicación? Y finaliza con el análisis del sub-eje problémico: **¿Cómo la investigación de mercados contribuye al desarrollo empresarial?**

Para el espacio de Informática:

- Complemente la INFOGRAFÍA DIGITAL (2 páginas) con el análisis del siguiente interrogante: **¿Cómo la investigación de mercados contribuye al desarrollo empresarial?**
- Socialice su reflexión en el foro académico, con el objetivo de avanzar en la construcción de la infografía.
- Con base en la actividad anterior, retome su aporte en el foro y los de sus compañeros, para que retroalimente el foro con una reflexión propia en su segunda participación, o comente alguno de los aportes al foro o el que más le llame la atención.
- Evaluación: En el foro académico (Producción de texto autónomo, argumentación, interacción y participación grupal mediante réplicas). INFOGRAFÍA DIGITAL (Uso didáctico de Mediaciones Tecnológicas y lectura crítica del sub-eje problémico)
- Criterios de evaluación: Creatividad en el uso de Mediaciones Tecnológicas, diseño gráfico interactivo, veracidad en la información, uso de Normas APA para la referencia y análisis del sub-eje problémico en relación con el análisis de la entrevista realizada al empresario y la visita a CORPOAMAZONIA desde los espacios académicos de URMA e Introducción al Mercadeo.

Producto

- Elaborar una INFOGRAFÍA DIGITAL (1 página) que responda a la relación entre el análisis del subeje problémico y el análisis de la entrevista realizada al Empresario: **¿Cómo la investigación de mercados contribuye al desarrollo empresarial?**
- Nombre del Archivo: INFOGRAFÍA-EaD/Informática
- Formato del archivo: Guardarlo como pdf.
- **Fecha de envío: Hasta el 04 de Mayo de 2026**

Rúbrica de evaluación:

Esta es una rúbrica de evaluación donde se establecen criterios claros y objetivos de la evaluación del producto solicitado. A continuación, se presenta una matriz con los criterios de evaluación, junto con una escala de valoración, que permite evaluar el desempeño del estudiante en función de esos criterios.

PRODUCTO SEGUNDO MOMENTO APRENDIZAJE AUTÓNOMO

Estructura infografía	5 (Excelente)	4 (Bueno)	3 (Aceptable)	2 (Insuficiente)	1 (Deficiente)	No entrega
Claridad	La infografía es totalmente clara y fácil de comprender a primera vista. La información se presenta de manera lógica y ordenada.	La infografía es en su mayoría clara y comprensible. La información se presenta de manera coherente.	La infografía es en general clara, aunque puede haber algunas áreas de confusión.	La infografía es confusa y difícil de entender.	La infografía es completamente confusa y no se entiende.	No entrega o la evidencia no corresponde a lo solicitado
Diseño visual	El diseño visual de la infografía es atractivo y equilibrado. Se utiliza un esquema de colores coherente y los elementos visuales son de alta calidad.	El diseño visual de la infografía es en su mayoría atractivo. Se utilizan colores y elementos visuales adecuados.	El diseño visual de la infografía es aceptable, pero puede haber algunos problemas de coherencia o calidad de los elementos visuales.	El diseño visual de la infografía es poco atractivo o desordenado.	El diseño visual de la infografía es completamente desordenado y poco atractivo.	No entrega o la evidencia no corresponde a lo solicitado
Organización de la información	La información se organiza de manera clara y lógica. Se utilizan títulos, subtítulos y secciones separadas para facilitar la comprensión.	La información se organiza en su mayoría de forma efectiva, aunque puede haber algunas áreas que podrían mejorarse.	La organización de la información es aceptable, pero puede haber dificultades para seguir el flujo de la infografía.	La organización de la información es confusa y desordenada.	La organización de la información es completamente caótica y no sigue ningún orden.	No entrega o la evidencia no corresponde a lo solicitado
Contenido relevante	El contenido presentado es relevante y pertinente para el tema de la infografía. Los datos clave se seleccionan y presentan de manera efectiva.	El contenido presentado es en su mayoría relevante y pertinente. Los datos clave se presentan de manera adecuada.	El contenido presentado es aceptable, pero puede haber alguna información irrelevante o datos mal presentados.	El contenido presentado es irrelevante o no está respaldado por datos precisos.	El contenido presentado es completamente irrelevante o erróneo.	No entrega o la evidencia no corresponde a lo solicitado
Efectividad comunicativa	La infografía logra transmitir el mensaje de manera efectiva y concisa. Se utilizan visualizaciones y gráficos adecuados para facilitar la comprensión.	La infografía transmite en su mayoría el mensaje de manera efectiva, aunque puede haber algunas áreas que podrían mejorarse.	La infografía transmite el mensaje de forma aceptable, pero puede haber dificultades en la comprensión o falta de claridad en algunos puntos.	La infografía no logra transmitir el mensaje de manera efectiva o es confusa.	La infografía no comunica ninguna información clara.	No entrega o la evidencia no corresponde a lo solicitado

Estilo y creatividad	El estilo visual de la infografía es atractivo y coherente. Se muestra originalidad y creatividad en la presentación de la información.	El estilo visual de la infografía es en su mayoría atractivo y coherente. Se observan elementos de originalidad y creatividad.	El estilo visual de la infografía es aceptable, pero puede faltar originalidad o coherencia en algunos aspectos.	El estilo visual de la infografía es poco atractivo o carece de originalidad y creatividad.	El estilo visual de la infografía es completamente desinteresante y no muestra ningún intento de originalidad.	No entrega o la evidencia no corresponde a lo solicitado
-----------------------------	---	--	--	---	--	--

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 – 2,9
Deficiente	2.0 – 1,9
No entregó	0

FUNDAMENTOS DE MATEMÁTICAS

Temas y subtemas

- **Tema: Modelos Matemáticos (Funciones)**
- **Subtemas:**
 - Funciones Lineal, Cuadrática, polinómica, exponencial, logarítmica, racional y trigonométricas.
 - Situaciones del Mercadeo donde aplique la función lineal, función cuadrática y función polinómica.
 - Aplicaciones de la función exponencial, función logarítmica y función racional.
 - Sub-eje problémico: ¿Qué importancia tiene para el profesional en mercadeo, la aplicación de modelos matemáticos en situaciones de mercado y la gestión empresarial?

Material didáctico de apoyo

- Lecturas sobre la Función Lineal y Cuadrática y sus aplicaciones.
- Presentación sobre la Función Exponencial Logarítmica y sus aplicaciones.
- Videos Tutoriales sobre funciones: Lineales Cuadráticas, Exponenciales y Logarítmicas.

Actividades

- El estudio de las funciones es un tema de vital importancia al interior de la matemática, ya que, a partir de éstas, se puede dar una posible respuesta a situaciones problema, ya que se enmarca en el desarrollo de modelos matemáticos que permiten el análisis, la interpretación y posterior explicación de un fenómeno o situación problema, presente en cualquier rama del conocimiento y desde luego en el Mercadeo, los negocios y la economía. Los modelos matemáticos para el costo, las utilidades y los ingresos, se estudian desde funciones Lineales, Cuadráticas, Exponenciales y Logarítmicas.
- Hacer lectura y revisión detallada al material didáctico de apoyo indicado por el docente.
- Dar respuesta en el foro al sub-eje problémico de este segundo momento de autoaprendizaje: **¿Qué importancia tiene para el profesional en mercadeo, la aplicación de modelos matemáticos en situaciones de mercado y la gestión empresarial?**

- Desarrollar la actividad donde el docente plantea situaciones problema contextualizadas en mercadeo y la gestión empresarial.
- Evaluación: Presentar la heteroevaluación, en el cual se propone que se realice la solución de diferentes situaciones del mercadeo, donde desarrolle la competencia matemática modelizar, resolver problemas y comunicar.
- Participar con aportes significativos en el foro del segundo momento de autoaprendizaje dando respuesta al segundo sub-eje problémico.
- ¿Qué importancia tiene para el profesional en mercadeo, la aplicación de modelos matemáticos en la solución de situaciones de mercado y gestión empresarial?

Producto

- Como evidencia del aprendizaje, se deberá construir un texto argumentativo de mínimo 1000 palabras donde argumente con ideas coherentes y citas bibliográficas la respuesta al sub-eje problémico. El escrito debe contener las perspectivas de diferentes autores y ejemplos;
 - **¿Qué importancia tiene para el profesional en mercadeo, la aplicación de modelos matemáticos en la solución de situaciones de mercado y gestión empresarial?**
 - El formato del archivo será en Word, y deberá contener:
 - Portada
 - Respuesta argumentada al sub-eje problémico (la respuesta es un texto continuo que implícitamente debe contener párrafos introductorios, objetivos, afirmación o tesis, argumentos desde la perspectiva de diferentes autores, ejemplos y conclusiones)
 - Bibliografía utilizando Norma APA.
- **Fecha de envío: Hasta el 04 de Mayo de 2026**

Rúbrica de evaluación:

Esta es una rúbrica de evaluación donde se establecen criterios claros y objetivos de la evaluación del producto solicitado. A continuación, se presenta una matriz con los criterios de evaluación, junto con una escala de valoración, que permite evaluar el desempeño del estudiante en función de esos criterios.

PRODUCTO SEGUNDO MOMENTO APRENDIZAJE AUTÓNOMO

Estructura texto argumentativo	5 (Excelente)	4 (Bueno)	3 (Aceptable)	2 (Insuficiente)	1 (Deficiente)	No entrega
Estructura del texto argumentativo	El texto argumentativo presenta una estructura clara y coherente, entre la tesis, argumentos que la respalda con los respectivos referentes teóricos. La conclusión es contundente y deja al lector con una idea clara de la posición del autor; reafirma la tesis.	El texto argumentativo presenta una estructura adecuada, aunque podría haber algunos aspectos que podrían ser más claros o estar más organizados. Se siguen en su mayoría las convenciones de estructura del texto argumentativo.	La estructura del texto argumentativo es aceptable, pero puede haber falta de claridad en algunos aspectos o una organización menos efectiva del contenido. Algunas secciones pueden no estar bien definidas.	La estructura del texto argumentativo o es confusa o insuficiente, dificultando su comprensión. La organización del contenido es deficiente o inexistente.	La estructura del texto argumentativo no se sigue o no se comprende en absoluto. No hay una organización clara del contenido.	No entrega o la evidencia no corresponde a lo solicitado.
Coherencia y cohesión textual	El texto presenta coherencia y cohesión, con una progresión lógica de ideas y una conexión fluida entre las oraciones y párrafos. Se utilizan adecuadamente los recursos lingüísticos para mantener la cohesión textual propias de un texto argumentativo	El texto presenta en su mayoría coherencia y cohesión, aunque podría haber algunos aspectos que podrían ser más claros o mejor conectados entre sí. Se siguen las convenciones básicas de coherencia y cohesión textual.	La coherencia y cohesión del texto son aceptables, aunque puede haber falta de claridad en algunos aspectos o una conexión menos fluida entre las ideas. Algunos recursos lingüísticos pueden no utilizarse de manera efectiva.	La coherencia y cohesión del texto son limitadas, dificultando la comprensión. La progresión de ideas es confusa o inexistente. Los recursos lingüísticos no se utilizan de manera adecuada.	La coherencia y cohesión del texto son inexistentes o no se comprenden en absoluto. No hay conexión entre las ideas y el texto es incoherente.	No entrega o la evidencia no corresponde a lo solicitado.
Las unidades temáticas en relación con el sub-eje problémico	Se evidencia la integración de las unidades temáticas a través de referentes teóricos articulados al sub-eje problémico	Se evidencia la integración de las unidades temáticas; sin embargo, falta coherencia en las citas tomadas de los referentes teóricos	Se mencionan referentes teóricos de las unidades temáticas, pero no se evidencia una adecuada articulación entre estas, para dar respuesta al sub-eje problémico	Se mencionan las unidades temáticas, pero estas no se articulan	No se mencionan las unidades temáticas, ni se da respuesta al sub-eje problémico	No entrega o la evidencia no corresponde a lo solicitado.

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 - 4.5
Aceptable	3.0 - 3.5
Insuficiente	2.0 - 2.9
Deficiente	1.0 - 1.9
No entregó	0

COMUNICACIÓN I

Temas y subtemas

La actividad comunicativa

Se entiende como el conjunto de procesos, acciones e intercambios mediante los cuales los seres humanos expresan, interpretan y construyen significados en contextos determinados. No se limita al simple acto de hablar o escribir, sino que implica la interacción entre **emisor, receptor, mensaje, código, canal y contexto**, elementos que se articulan para generar comprensión mutua.

En el ámbito académico y profesional, particularmente en programas como Mercadeo, la actividad comunicativa adquiere especial relevancia, pues permite desarrollar competencias discursivas que favorecen la **argumentación, la interpretación de mensajes publicitarios, la negociación, la presentación de ideas y la gestión efectiva de información**.

Estrategias de comprensión lectora

- Lectura exploratoria o global
- Subrayado y toma de notas
- Identificación de la estructura textual
- Formulación de preguntas
- Elaboración de resúmenes y paráfrasis
- Lectura crítica
- Aplicación contextual

Sub-eje problémico: **¿Cómo la comunicación le permite al profesional en mercadeo solucionar las necesidades del mercado y del desarrollo empresarial?**

Material didáctico de apoyo

- Abril, M. P. (2004). Leer, escribir, participar: un reto para la escuela, una condición de la política.
- Cardozo Vale, S. V. (2007). La comunicación en el Marketing. Visión gerencial, 2, 196-206.
- Henao, A. E. P. (2020). La comunicación organizacional en la gestión empresarial: retos y oportunidades en el escenario digital. Revista GEON: Gestión-Organización-Negocios., 7(1), 9-25.

Actividades

El texto, entendido como una construcción social, constituye una manifestación de la realidad cultural, ideológica y lingüística de la comunidad que lo produce.

Por esta razón, resulta fundamental considerar las características **morfosintácticas, semánticas y pragmáticas** que intervienen en su elaboración, ya que cada una de ellas aporta a la coherencia, la intención comunicativa y la interpretación de los diversos tipos de textos, tanto orales como escritos.

- Participa en el foro académico, dando respuesta a la siguiente pregunta orientadora: *¿Cómo la comunicación le permite al profesional en mercadeo solucionar las necesidades del mercado y del desarrollo empresarial?*
- Para la participación en el foro, es necesario tener en cuenta los referentes bibliográficos propuestos en la presente guía didáctica y aludir a las normas APA en cuanto a la cita y referenciación de ideas, además de los criterios que se establezcan en la plataforma Moodle.

Producto

- Texto argumentativo que dé respuesta al sub-eje problémico: *¿Cómo la comunicación le permite al profesional en mercadeo solucionar las necesidades del mercado y del desarrollo empresarial?*
- La actividad deberá ser entregada en formato digital, siguiendo las recomendaciones generales de las normas APA. El archivo se nombrará de la siguiente manera: II-COMUNICACIÓN-Nombre del estudiante.
- **Fecha de envío: Hasta el 04 de Mayo de 2026**

Rúbrica de evaluación:

Esta es una rúbrica de evaluación donde se establecen criterios claros y objetivos de la evaluación del producto solicitado. A continuación, se presenta una matriz con los criterios de evaluación, junto con una escala de valoración, que permite evaluar el desempeño del estudiante en función de esos criterios.

PRODUCTO SEGUNDO MOMENTO APRENDIZAJE AUTÓNOMO

Estructura texto argumentativo	5 (Excelente)	4 (Bueno)	3 (Aceptable)	2 (Insuficiente)	1 (Deficiente)	No entrega
Estructura del texto argumentativo	El texto argumentativo presenta una estructura clara y coherente,	El texto argumentativo presenta una estructura adecuada,	La estructura del texto argumentativo es aceptable, pero puede	La estructura del texto argumentativo es confusa o insuficiente,	La estructura del texto argumentativo no se	No entrega o la evidencia no

	entre la tesis, argumentos que la respalda con los respectivos referentes teóricos. La conclusión es contundente y deja al lector con una idea clara de la posición del autor; reafirma la tesis.	aunque podría haber algunos aspectos que podrían ser más claros o estar más organizados. Se siguen en su mayoría las convenciones de estructura del texto argumentativo.	haber falta de claridad en algunos aspectos o una organización menos efectiva del contenido. Algunas secciones pueden no estar bien definidas.	dificultando su comprensión. La organización del contenido es deficiente o inexistente.	sigue o no se comprende en absoluto. No hay una organización clara del contenido.	corresponde a lo solicitado.
Coherencia y cohesión textual	El texto presenta coherencia y cohesión, con una progresión lógica de ideas y una conexión fluida entre las oraciones y párrafos. Se utilizan adecuadamente los recursos lingüísticos para mantener la cohesión textual propias de un texto argumentativo	El texto presenta en su mayoría coherencia y cohesión, aunque podría haber algunos aspectos que podrían ser más claros o mejor conectados entre sí. Se siguen las convenciones básicas de coherencia y cohesión textual.	La coherencia y cohesión del texto son aceptables, aunque puede haber falta de claridad en algunos aspectos o una conexión menos fluida entre las ideas. Algunos recursos lingüísticos pueden no utilizarse de manera efectiva.	La coherencia y cohesión del texto son limitadas, dificultando la comprensión. La progresión de ideas es confusa o inexistente. Los recursos lingüísticos no se utilizan de manera adecuada.	La coherencia y cohesión del texto son inexistentes o no se comprenden en absoluto. No hay conexión entre las ideas y el texto es incoherente.	No entrega o la evidencia no corresponde a lo solicitado.
Las unidades temáticas en relación con el sub-eje problémico	Se evidencia la integración de las unidades temáticas a través de referentes teóricos articulados al sub-eje problémico	Se evidencia la integración de las unidades temáticas; sin embargo, falta coherencia en las citas tomadas de los referentes teóricos	Se mencionan referentes teóricos de las unidades temáticas, pero no se evidencia una adecuada articulación entre estas, para dar respuesta al sub-eje problémico	Se mencionan las unidades temáticas, pero estas no se articulan	No se mencionan las unidades temáticas, ni se da respuesta al sub-eje problémico	No entrega o la evidencia no corresponde a lo solicitado.

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 – 2.9
Deficiente	1.0 – 1.9
No entregó	0

Segundo Momento de Trabajo Colaborativo

Del 05 al 31 de Mayo de 2026

SEGUNDA FASE DEL TRABAJO INTEGRADO FINAL

Eje problémico

¿CÓMO CONTRIBUYE EL MERCADÓLOGO A LAS DINÁMICAS DE LOS MERCADOS Y EL DESARROLLO EMPRESARIAL?

Actividades

- **Individual:** Descargar los productos del segundo momento de aprendizaje autónomo de cada espacio académico, revisar la retroalimentación de los asesores y aplicar los ajustes recomendados. Realizar lectura y apropiación del material didáctico desde cada uno de los espacios académicos del segundo momento de aprendizaje autónomo.
- **Grupal:** Programar el encuentro en NEC con el fin de socializar los productos del segundo momento de aprendizaje autónomo corregidos, con el objetivo de construir la fase final del Trabajo Integrado Final (TIF). Se recomienda establecer un diálogo de saberes que conlleve a la comprensión y análisis del eje problémico. Cada grupo NEC, **COMPLEMENTA** el TEXTO ARGUMENTATIVO que envió en el primer momento de interaprendizaje con los productos del segundo momento de aprendizaje autónomo. Las fuentes de consulta son: Lecturas, material didáctico, enlaces y productos del segundo momento de aprendizaje autónomo y el análisis de la entrevista al Empresario realizada en el segundo momento de aprendizaje autónomo.
- Se recomienda participar en el foro académico con el propósito de avanzar en la comprensión del eje problémico.
- **Evaluación:** El NEC de asesores evalúa los referentes teóricos citados para resolver el eje problémico, la postura y propuestas del NEC de estudiantes en relación con la pregunta del semestre: ¿CÓMO CONTRIBUYE EL MERCADÓLOGO A LAS DINÁMICAS DE LOS MERCADOS Y EL DESARROLLO EMPRESARIAL? En el análisis del eje problémico es fundamental tener en cuenta la entrevista realizada en el espacio académico de Introducción al Mercadeo
- **Criterios de evaluación:** Estructura del texto argumentativo, coherencia y cohesión textual, juicios valorativos o argumentos, trabajo en equipo, revisión documental que conlleve a la comprensión y análisis del eje problémico, Normas APA y uso de referentes conceptuales.

Producto

- TEXTO ARGUMENTATIVO (6 páginas) que responda al eje problémico del semestre: **¿CÓMO CONTRIBUYE EL MERCADÓLOGO A LAS DINÁMICAS DE LOS MERCADOS Y EL DESARROLLO EMPRESARIAL?** (Tesis/argumentos/conclusión) y un BROCHURE DIGITAL (2 caras) (Presentación de la empresa focalizada). En esta fase final del TIF se analiza el eje problémico en relación a los hallazgos de la entrevista realizada al empresario del contexto focalizado.
- Archivo en Word. Nombre: Trabajo Integrado Final
- Describir aspectos generales para la entrega del producto como: formato del archivo (jpg, docx, xlsx, pdf, etc.) y nombre del archivo.
- Criterios de evaluación
- **Fecha de envío: Hasta el 29 de mayo de 2026.**

Rúbrica TIF

Esta es una rúbrica de evaluación donde se establecen criterios claros y objetivos de la evaluación del producto solicitado. A continuación, se presenta una matriz con los criterios de evaluación, junto con una escala de valoración, que permite evaluar el desempeño del estudiante en función de esos criterios.

PRODUCTO SEGUNDA FASE DEL TRABAJO INTEGRADO FINAL

Estructura documento TIF	5 (Excelente)	4 (Bueno)	3 (Aceptable)	2 (Insuficiente)	1 (Deficiente)	No entrega
Estructura del texto argumentativo	El texto argumentativo presenta una estructura clara y coherente, entre la tesis, argumentos que la respalda con los respectivos referentes teóricos. La conclusión es contundente y deja al lector con una idea clara de la posición del autor; reafirma la tesis.	El texto argumentativo presenta una estructura adecuada, aunque podría haber algunos aspectos que podrían ser más claros o estar más organizados. Se siguen en su mayoría las convenciones de estructura del texto argumentativo	La estructura del texto argumentativo es aceptable, pero puede haber falta de claridad en algunos aspectos o una organización menos efectiva del contenido. Algunas secciones pueden no estar bien definidas.	La estructura del texto argumentativo es confusa o insuficiente, dificultando su comprensión. La organización del contenido es deficiente o inexistente.	La estructura del texto argumentativo no se sigue o no se comprende en absoluto. No hay una organización clara del contenido.	No entrega o la evidencia no corresponde a lo solicitado.

<p>Coherencia y cohesión textual</p>	<p>El texto presenta coherencia y cohesión, con una progresión lógica de ideas y una conexión fluida entre las oraciones y párrafos. Se utilizan adecuadamente los recursos lingüísticos para mantener la cohesión textual propias de un texto argumentativo</p>	<p>El texto presenta en su mayoría coherencia y cohesión, aunque podría haber algunos aspectos que podrían ser más claros o mejor conectados entre sí. Se siguen las convenciones básicas de coherencia y cohesión textual.</p>	<p>La coherencia y cohesión del texto son aceptables, aunque puede haber falta de claridad en algunos aspectos o una conexión menos fluida entre las ideas. Algunos recursos lingüísticos pueden no utilizarse de manera efectiva.</p>	<p>La coherencia y cohesión del texto son limitadas, dificultando la comprensión. La progresión de ideas es confusa o inexistente. Los recursos lingüísticos no se utilizan de manera adecuada.</p>	<p>La coherencia y cohesión del texto son inexistentes o no se comprenden en absoluto. No hay conexión entre las ideas y el texto es incoherente.</p>	<p>No entrega o la evidencia no corresponde a lo solicitado.</p>
<p>Integración de las unidades temáticas en relación con el eje problémico</p>	<p>Se evidencia la integración de las unidades temáticas a través de referentes teóricos abordados con cada uno de los asesores en respuesta al eje problémico.</p>	<p>Se evidencia la integración de las unidades temáticas; sin embargo, falta coherencia en las citas tomadas de los referentes teóricos</p>	<p>Se mencionan referentes teóricos de las unidades temáticas, pero no se evidencia una adecuada articulación entre estas, para dar respuesta al eje problémico</p>	<p>Se mencionan las unidades temáticas, pero estas no se articulan</p>	<p>No se mencionan las unidades temáticas, ni se da respuesta al eje problémico</p>	<p>No entrega o la evidencia no corresponde a lo solicitado.</p>
<p>Normas APA</p>	<p>Se siguen rigurosamente las normas APA en la presentación del texto, incluyendo la estructura del documento, la cita y referencias bibliográficas, así como la presentación de tablas, gráficos o figuras. Se utilizan correctamente las reglas de formato, estilo y puntuación establecidas por las normas APA séptima edición.</p>	<p>Se siguen adecuadamente las normas APA en la presentación del texto, aunque podría haber algunos aspectos que podrían ser más precisos o cumplirse de manera más consistente. La mayoría de las reglas de formato, estilo y puntuación establecidas por las normas APA séptima edición se aplican correctamente</p>	<p>Se siguen de manera aceptable las normas APA en la presentación del texto, carece de precisión o consistencia en algunos aspectos. Algunas reglas de formato, estilo y puntuación establecidas por las normas APA séptima edición pueden no cumplirse adecuadamente.</p>	<p>El cumplimiento de las normas APA séptima edición es limitada, lo que demuestra una falta de comprensión o aplicación de las reglas de formato, estilo y puntuación establecidas. Las normas APA séptima edición se ignoran o se aplican de manera inconsistente.</p>	<p>No se siguen las normas APA en la presentación del texto. Las reglas de formato, estilo y puntuación establecidas por las normas APA séptima edición no se cumplen en absoluto.</p>	<p>No entrega o la evidencia no corresponde a lo solicitado.</p>

<p>ESCALA DE VALORACIÓN</p>	
<p>Excelente</p>	<p>5.0</p>
<p>Bueno</p>	<p>4.0 – 4.5</p>

Aceptable	3.0 - 3.5
Insuficiente	2.0 - 2,9
Deficiente	1.0 1.0- 1,9
No entregó	0

SUSTENTACIÓN TRABAJO INTEGRADO FINAL

(06 y 07 de Junio de 2026)

Para sustentar el TIF cada grupo NEC presenta: El BROCHURE DIGITAL y las Diapositivas

Bibliografía

BIBLIOGRAFÍA

- CARDONA García Luz Dary & LÓPEZ de Parra Lilyam. Educación a Distancia en la Amazonia: Herramientas y Saberes. UNIAMAZONIA. 2003.
- STEWART J., REDLIN L., WATSON S., “Pre-cálculo: Matemáticas Previa al Cálculo”, Thomson Editorial.
- LEITHOLD, Matemáticas Previas al Cálculo, Funciones Gráficas y Geometría Analítica. Tercera Edición.
- ARYA, LARDNER y IBARRA. Matemáticas Aplicadas a la Administración y a la Economía. Pearson. Quinta Edición.
- Ernest F. Haeussler, Jr Richard S. Paul. Soluciones de Matemáticas para Administración y Economía. ARRAY.
- Parra, M. (2004). Cómo se produce el texto escrito. Primera parte: Construcción del texto escrito. Tercera Edición, Editorial Magisterio, Bogotá, Colombia.
- Abril, M. P. (2004). Leer, escribir, participar: un reto para la escuela, una condición de la política.
- Cardozo Vale, S. V. (2007). La comunicación en el Marketing. Visión gerencial, 2, 196-206.
- Henao, A. E. P. (2020). La comunicación organizacional en la gestión empresarial: retos y oportunidades en el escenario digital. Revista GEON: Gestión-Organización-Negocios., 7(1), 9-25.