



Universidad Michoacana
de San Nicolás de Hidalgo

UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO
FACULTAD DE PSICOLOGÍA

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE



1. Datos Generales de la Unidad de Aprendizaje

Nombre de la unidad de aprendizaje	Clave	Semestre
Psicología de la Mercadotecnia y el Emprendimiento	OP-V-2	Quinto

Carácter	Optativa	Tipo	Teórico - Práctico

Unidades de Aprendizaje antecedentes	Unidades de Aprendizaje consecuentes
Procesos de comunicación	Gestión del Talento Humano
Ética y Psicología	Relaciones Laborales
	Evaluación psicológica en las organizaciones

Horas teóricas	Horas prácticas	Horas de trabajo independiente	Total de horas por semana	Semanas por semestre	Total de horas por semestre	Valor en créditos
3	1	1	5	16	64	5

Autores del programa	Fecha de elaboración		Fecha de visto bueno del Consejo Técnico
Julieta Cari Ballesteros Ayala Cecilia Ekaterina Cornejo García Xóchitl Berenice Loeza García	Marzo 2021		27 de abril de 2021
Revisores del programa	Fecha de revisión	Porcentaje de ajuste	Fecha de visto bueno del Consejo Técnico



2. Presentación de la Unidad de Aprendizaje

Propósito y vinculación con el perfil del egresado		
<p>Esta UA corresponde al área formativa de Psicología Laboral. Su propósito es desarrollar una idea de negocio implementando técnicas y métodos de mercadotecnia y publicidad buscando generar nuevas opciones laborales resaltando la importancia de la ética profesional y la responsabilidad social.</p> <p>Esta UA fortalece el perfil del egresado, especialmente en la competencia enunciada como: Genera proyectos de investigación científica que promueven la comprensión de las problemáticas en el ámbito psicológico y/o propuestas de solución, con ética y responsabilidad social, mediante el trabajo colaborativo</p>		
Propuesta didáctico-metodológica		
Con la conducción del docente	Trabajo independiente	Modalidades informáticas
<p>Análisis de Casos</p> <p>Análisis de textos y discusión en pequeños grupos con base diferentes estrategias de aprendizaje (mapas conceptuales, exposición individual y grupal, comentarios sobre conferencias)</p>	<p>Lectura de textos</p> <p>Investigación de temas</p> <p>Integración de carpetas de evidencias (mapas conceptuales, cuadros sinópticos)</p> <p>Elaboración de proyecto.</p>	<p>Investigación documental</p> <p>Elaboración de presentaciones y material audiovisual.</p>
Descripción de actividades específicas en las que incorporarán al menos uno de los tópicos de los ejes correspondientes a la formación transversal para promover el pensamiento crítico: identidad nicolaita, responsabilidad social, ética, género, educación inclusiva		
<p>Se buscará reforzar la identidad nicolaita y el sentido de pertenencia hacia su facultad presentando en una exposición donde puedan invitar a familiares y amigos internos y externos para que vean sus presentaciones finales, resaltando en ellas los valores nicolaitas.</p>		



Universidad Michoacana
de San Nicolás de Hidalgo

**UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO
FACULTAD DE PSICOLOGÍA**

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE



Con material audiovisual se favorecerá la reflexión sobre la importancia de la responsabilidad social y la ética profesional, en cuanto al manejo de temas tan importantes como el género y la inclusión en el análisis de diferentes piezas publicitarias.

3. Competencias a desarrollar

Ejes formativos

La unidad de aprendizaje se ubica dentro del eje formativo horizontal del área de la Psicología laboral y permite que el estudiante comprenda la importancia de la psicología aplicada al ámbito del trabajo y las organizaciones.

Con respecto a los ejes verticales, la UA se orienta a los ejes formativos de **investigación e inserción laboral** ya que alude al fortalecimiento de las competencias propias de la investigación acordes a los problemas y perspectivas de la psicología, fundamentadas en una reflexión epistémica, que contemple el ciclo de la investigación: diseño, implementación, evaluación y difusión, así como brindar a los(las) egresados(as) la preparación necesaria para favorecer su inserción al campo laboral.

Todos los ejes transversales están contemplados a lo largo del curso, puesto que las diversas actividades implican el fortalecimiento de cada uno de ellos.

Competencias disciplinares

Elabora planes para intervenir en los que contemple con claridad recursos, temporalidad y estrategias para el logro de los objetivos que se proponga, con respeto por los espacios y buscando la inclusión y participación de todas las personas, considerando los avances de la Psicología.

Elabora diversos documentos del ámbito de la psicología sustentados teóricamente, incluyendo evidencias y argumentos confiables, claros y precisos.

Colabora en equipos de trabajo, de forma eficiente, mostrando comunicación asertiva y respeto por todos los integrantes del mismo.

Desarrolla estrategias de emprendimiento para generar alternativas de trabajo en el campo de la psicología.



4. Perfil académico del docente

Grado académico:	Licenciatura en Psicología o en Administración.
Experiencia:	Dos años de experiencia docente o de investigación en el área. Experiencia laboral en el ámbito organizacional o de consultoría.

5. Temas y subtemas

Temas	Subtemas
1. Mercadotecnia	1.1 Definición 1.2 Objetivos 1.3 Historia 1.4 Tipos de mercadotecnia 1.5 Los instrumentos de la mercadotecnia
2. Investigación de Mercados	2.1 Definición 2.2 Técnicas 2.3 Segmentación de mercados
3. El comportamiento del consumidor	3.1 Introducción al modelo del Consumidor 3.2 La corriente del comportamiento. 3.3 El psicoanálisis 3.4 El estructuralismo 3.5. Las motivaciones 3.6 La conducta del consumidor y los colores 3.7 La orientación realista
4. Fundamentos del emprendimiento	4.1 Introducción al Emprendimiento 4.2 Competencias del Emprendedor 4.3 Tipos de Emprendimiento



Universidad Michoacana
de San Nicolás de Hidalgo

**UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO
FACULTAD DE PSICOLOGÍA**

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE



	4.3.1 Emprendimiento y las Tic's 4.4. Mentalidad Innovadora
5. Planeación Estratégica	5.1 Definir el concepto. Comienzo a Empezar 5.2 Idea Factible ¿Qué me dice el mercado? 5.3 Aspectos indispensables en el desarrollo de la marca 5.4 Registro de marca 5.5 Diseño de la estructura del negocio
6. Publicidad	6.1 Elementos del Proceso Publicitario 6.2 Procesos psicológicos básicos asociados con la publicidad 6.3 Elementos de una campaña publicitaria 6.5 Objetivo de la campaña 6.6 El mensaje publicitario 6.7 La importancia del manejo ético de la información publicitaria.

6. Criterios de evaluación

CRITERIOS A EVALUAR	INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE
Portafolio de evidencias individuales y colectivas	Rúbrica	30%
Exámenes	Escala estimativa	30%
Proyecto de emprendimiento	Rúbrica	40%
Porcentaje final		100%

7. Evaluación del propósito de la UA en relación con el perfil de egreso

Nivel de logro del perfil del egresado
Se aplicará una escala estimativa de acuerdo con los criterios establecidos por la Coordinación de Academias, para evaluar el nivel de logro del perfil.



Universidad Michoacana
de San Nicolás de Hidalgo

UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO
FACULTAD DE PSICOLOGÍA

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE



8. Fuentes de información

Básica:

Berenyi, Lazlo. (1992) Variables Psicológicas en la Mercadotecnia. México:Trillas ISBN 968-24-1959-X
Gil, M. (2012). Cómo crear y hacer funcionar una empresa. 8va Edición. México: Alfaomega Grupo Editor.
Kotler, P. (2003) Fundamentos de Mercadotecnia. México: Prentice-Hall Hispanoamericana ISBN 9789702604006
Schiffman y Kanuk (2011). Comportamiento del consumidor. México: Pearson. ISBN 9786074429695

Complementaria:

Casero, J., Díaz, F. Masclans, M., Montiel, J., Pérez, C. y Sanz, A. El libro blanco de la logística para el comercio electrónico. Asociación Española de la Economía Digital.
Custodio Collazo, M. (2014, Agosto 24). Jugada estratégica para un nuevo agronegocio. Revista Negocios de El Nuevo Día, p. 11
Mateu, J. (2011). El perfil humano del emprendedor. Action Learning.
Monsalve, J. Jóvenes, talento y perfil emprendedor. Madrid: Instituto de la Juventud. NIPO 684-13-018-9
Saco, R., & Mazza, M. (2004). Aprender a crear una microempresa. Barcelona: Paidós.