

PLANEACIÓN DIDÁCTICA DESDE LA ENSEÑANZA  
BASADA EN COMPETENCIAS

Programa Educativo: <b>TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN GASTRONOMÍA</b>	Facilitador: <b>LIC. BERTHA EUGENIA GARCÍA ALARCÓN</b>
Cuatrimestre: <b>4 "C"</b>	Periodo Escolar: <b>SEPTIEMBRE-DICIEMBRE-2020</b>

### 1. DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

<b>Nombre de la asignatura:</b>	Mercadotecnia de Servicios Gastronómicos			
<b>Competencia(s) que desarrolla:</b>	Gestionar eventos y servicios gastronomicos, a partir de la planeacion logistica, tecnicas de supervision y evaluacion, para satisfacer los requerimientos del cliente y contribuir al desarrollo economico de la region.			
<b>Horas prácticas:</b>	36	<b>Horas teóricas:</b>	24	<b>Horas totales:</b> 60
<b>Objetivo:</b>	El alumno determinara la viabilidad de un producto o servicio gastronomico a traves de la evaluacion de la satisfaccion del cliente y la mezcla de la mercadotecnia para incursionar en el mercado gastronomico.			
<b>Nombre de las unidades temáticas:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Introducción a la mercadotecnia.</li> <li>2. Mezcla de mercadotecnia (7 P's).</li> <li>3. Servicio y evaluación de la satisfacción del cliente en la industria gastronómica.</li> </ol>			

### 2. DATOS DE LAS UNIDADES TEMÁTICAS

Número y nombre de la unidad temática	Objetivo general por unidad temática	Temas de cada unidad temática
1. Introducción a la mercadotecnia.	El alumno propondrá el mercado meta a través de la segmentación de tipos de mercado.	Fundamentos de la mercadotecnia. Mercadotecnia de servicios y productos gastronómicos.
2. Mezcla de mercadotecnia (7 P's).	El alumno determinará la mezcla de mercadotecnia, para la comercialización de productos y servicios gastronómicos.	Producto y Precio. Plaza y Promoción Procesos o procedimientos, evidencias físicas (Physical evidence), y personas.
3. Servicio y evaluación de la satisfacción del cliente en la industria gastronómica.	El alumno evaluará la satisfacción del cliente para establecer estrategias de mejora continua.	Productos y servicios en la industria gastronómica.  Evaluación y seguimiento de la satisfacción del cliente.

**3. SECUENCIA DIDÁCTICA POR UNIDAD TEMÁTICA(UNA TABLA POR UNIDAD DE CURSO)**

<b>Unidad:</b>	Introducción a la mercadotecnia.	<b>Duración (Horas)*:</b>	12
<b>Objetivo de unidad:</b>	El alumno propondrá el mercado meta a través de la segmentación de tipos de mercado.		
<b>Tipos de Saberes</b>			
<b>Saber</b>	<b>Saber Hacer</b>	<b>Ser</b>	
<p>Identificar el concepto de mercadotecnia.</p> <p>Describir los elementos de la mercadotecnia: necesidades, deseos, oferta, demanda, producto, servicio, intercambio, transacciones, mercado y ventaja competitiva.</p> <p>Explicar la importancia de la mercadotecnia dentro de la industria gastronómica.</p> <p>Identificar las variables de la mezcla de mercadotecnia (7 P's).</p> <p>Identificar los tipos de mercados en mercadotecnia desde el punto de vista geográfico, del consumidor, de los servicios y de la competencia.</p> <p>Identificar los elementos para la segmentación de los tipos de mercado de servicios y productos gastronómicos.</p>	<p>Determinar tipos de mercados y su consumo en la industria gastronómica.</p>	<p>Ética laboral</p> <p>Honestidad</p> <p>Puntualidad</p> <p>Responsabilidad</p> <p>Comunicación</p> <p>Autodominio</p> <p>Organizado</p> <p>Sistemático</p> <p>Innovador</p> <p>Analítico</p> <p>Sistemático</p> <p>Ética laboral</p> <p>Honestidad</p> <p>Puntualidad</p> <p>Responsabilidad</p> <p>Comunicación</p> <p>Autodominio</p> <p>Organizado</p> <p>Sistemático</p> <p>Analítico</p> <p>Sistemático</p>	
<b>Resultado de la unidad de aprendizaje</b>			
<p>A partir de un producto o servicio gastronómico, elaborará un reporte que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Introducción.</li> <li>- Justificación del tipo de mercado al cual va dirigido.</li> <li>-Propuesta de mercado meta.</li> <li>- Conclusiones.</li> </ul>			

Secuencia didáctica		
Actividades iniciales	Actividades de desarrollo	Actividades finales
Presentación docente, presentación de la asignatura, forma de evaluación, evaluación diagnóstica	Desarrollo del contenido de la unidad de aprendizaje.	Retroalimentación, cierre y evaluación de la misma.
<b>Medios y materiales didácticos:</b>	Computadora, Pizarrón / Plumones , Internet, Otros	
<b>Estrategias de enseñanza:</b>	Aprendizaje orientado a proyectos, Panel de discusión, Lluvia de ideas , Otros	
<b>Técnicas de enseñanza:</b>	Lluvia de ideas, Interrogatorio, Otros	
<b>Estrategias de aprendizaje:</b>	Mapas conceptuales , Mapas mentales, Cuadros sinópticos, Resumen, Síntesis,	
<b>Evidencias de aprendizaje:</b>	Otros	
	A partir de un producto o servicio gastronómico, elaborará un reporte que contenga: - Introducción. - Justificación del tipo de mercado al cual va dirigido. -Propuesta de mercado meta. - Conclusiones	

4. DESCRIPCIÓN DEL SISTEMA DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE			
Tipo de Evaluación	Estrategia de Evaluación	Instrumento de Evaluación	
Evaluación Diagnóstica:	Ensayos	Tipo de Instrumento	
		Rúbrica	
Evaluación Formativa:		Tipo de instrumento	Valor del instrumento (%)
	Ensayos	Rúbrica	20 %
	Artículos	Rúbrica	20 %
	Mapa mental	Rúbrica	15 %
	Cartel	Rúbrica	15 %
	Otro	Examen	30 %
			100 %
Evaluación Sumativa (Fecha de asignación de la calificación)	28/09/2020		

**3. SECUENCIA DIDÁCTICA POR UNIDAD TEMÁTICA(UNA TABLA POR UNIDAD DE CURSO)**

<b>Unidad:</b>	Mezcla de mercadotecnia (7 P's).	<b>Duración (Horas)*:</b>	24
<b>Objetivo de unidad:</b>	El alumno determinará la mezcla de mercadotecnia, para la comercialización de productos y servicios gastronómicos.		

**Tipos de Saberes**

Saber	Saber Hacer	Ser
Explicar los conceptos de producto y precio.	Determinar las variables de productos y servicios gastronómicos.	Ética laboral Honestidad Puntualidad
Identificar las características de los productos y servicios.	Determinar los precios de productos o servicios gastronómicos.	Responsabilidad Comunicación Autodominio
Identificar las variables que intervienen en la fijación de precios de productos y servicios gastronómicos.	Determinar las políticas de fijación de precios.	Organizado Sistemático Innovador Proactivo
Identificar los conceptos de plaza y promoción.	Determinar las variables de la promoción de productos y servicios gastronómicos.	Analítico Ética laboral Honestidad Puntualidad
Determinar las variables de la promoción de productos y servicios gastronómicos.	Seleccionar las estrategias de promoción acordes al tipo de producto o servicio y mercado objetivo.	Responsabilidad Comunicación Autodominio
Identificar las estrategias y medios de promoción en la era digital.	Seleccionar productos y servicios gastronómicos a disposición del mercado meta.	Organizado Sistemático Innovador Proactivo
Identificar los elementos de selección de la plaza en productos o servicios gastronómicos.	Determinar las variables de selección de la plaza.	Analítico Objetivo
Seleccionar productos y servicios gastronómicos a disposición del mercado meta.	Determinar los procesos o procedimientos, evidencias físicas (Physical evidence), y personas, requeridos en un producto o servicio acordes a la empresa gastronómica.	
Identificar los conceptos de: -Procesos o procedimientos. -Physical evidence) evidencias físicas -Personas.		
Identificar la relación de Procesos o procedimientos, evidencias físicas (Physical evidence), y personas en la mezcla de mercadotecnia.		

**Resultado de la unidad de aprendizaje**

A partir del producto o servicio gastronómico ya seleccionado en la unidad uno, elaborará un reporte que contenga:

- Descripción de las características del producto o servicio.

- Estrategias y políticas para la fijación de precios.
- Descripción de los elementos para la selección de la plaza.
- Estrategias de promoción acordes al producto o servicio y al mercado meta.
- Descripción de las variables de procesos o procedimientos, evidencias físicas (Physical evidence) y personas.
- Conclusiones.

Secuencia didáctica		
Actividades iniciales	Actividades de desarrollo	Actividades finales
Presentación de la unidad y forma de evaluación de la misma.	Desarrollo del contenido de la unidad de aprendizaje.	Retroalimentación, cierre y evaluación.
<b>Medios y materiales didácticos:</b>	Computadora, Pizarrón / Plumones , Internet, Otros	
<b>Estrategias de enseñanza:</b>	Aprendizaje orientado a proyectos, Preguntas intercaladas , Lluvia de ideas ,	
<b>Técnicas de enseñanza:</b>	Otros	
<b>Estrategias de aprendizaje:</b>	Lluvia de ideas, Interrogatorio, Entrevista, Otros	
<b>Evidencias de aprendizaje:</b>	Mapas conceptuales , Mapas mentales, Cuadros sinópticos, Resumen, Síntesis, Otros	
	A partir del producto o servicio gastronómico ya seleccionado en la unidad uno, elaborará un reporte que contenga: - Descripción de las características del producto o servicio. - Estrategias y políticas para la fijación de precios. - Descripción de l	

4. DESCRIPCIÓN DEL SISTEMA DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE			
Tipo de Evaluación	Estrategia de Evaluación	Instrumento de Evaluación	
Evaluación Diagnóstica:	Informes	Tipo de Instrumento	
		Rúbrica	
Evaluación Formativa:		Tipo de instrumento	Valor del instrumento (%)
	Exposiciones orales	Rúbrica	20 %
	Ensayos	Rúbrica	15 %
	Video (cortometraje)	Rúbrica	20 %
	Programa de radio	Rúbrica	20 %
	Otro	Examen	25 %
			100 %
Evaluación Sumativa (Fecha de asignación de la calificación)	09/11/2020		



**3. SECUENCIA DIDÁCTICA POR UNIDAD TEMÁTICA(UNA TABLA POR UNIDAD DE CURSO)**

<b>Unidad:</b>	Servicio y evaluación de la satisfacción del cliente en la industria	<b>Duración (Horas)*:</b>	24
<b>Objetivo de unidad:</b>	El alumno evaluará la satisfacción del cliente para establecer estrategias de mejora continua.		
<b>Tipos de Saberes</b>			
<b>Saber</b>	<b>Saber Hacer</b>	<b>Ser</b>	
Comprender el concepto de consumidor.	Describir el producto y servicio ofertado.	Ética laboral	
Describir el comportamiento de los tipos de consumidor de servicios.	Describir el comportamiento del consumidor al que se destinará el servicio y producto gastronómico.	Puntualidad	
Identificar el producto básico, servicios complementarios y proceso de entrega.	Seleccionar métodos e instrumentos que midan la satisfacción del cliente acordes a las características de los productos y servicios gastronómicos.	Responsabilidad	
Describir el concepto de satisfacción del cliente.	Evaluar los resultados de satisfacción del cliente de servicios y productos gastronómicos.	Comunicación	
Explicar los métodos e instrumentos de medición de la satisfacción del cliente.	Diseño de estrategias de mejora.	Autodominio	
		Organizado	
		Sistemático	
		Innovador	
		Proactivo	
		Analítico	
		Objetivo	
		Sistemático	
		Honestidad	
		Puntualidad	
		Responsabilidad	
		Comunicación	
		Autodominio	
		Organizado	
		Sistemático	
		Innovador	
		Proactivo	
		Analítico	
		Objetivo	
		Sistemático	
<b>Resultado de la unidad de aprendizaje</b>			
A partir del producto o servicio gastronómico seleccionado en la unidad 1 y 2 elaborará un reporte que contenga:			
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Método utilizado para medir la satisfacción del cliente.</li> <li>-Instrumentos utilizados para medir la satisfacción del cliente.</li> <li>-Análisis de resultados de la medición de la satisfacción al cliente.</li> <li>- Estrategias de mejora</li> <li>- Conclusiones.</li> </ul>			

Secuencia didáctica		
Actividades iniciales	Actividades de desarrollo	Actividades finales
Presentación de la unidad de aprendizaje y forma de evaluación	Desarrollo del contenido de la unidad de aprendizaje	Retroalimentación, cierre, y evaluación.
<b>Medios y materiales didácticos:</b>	Computadora, Pizarrón / Plumones , Internet, Otros	
<b>Estrategias de enseñanza:</b>	Aprendizaje orientado a proyectos, Preguntas intercaladas , Lluvia de ideas ,	
<b>Técnicas de enseñanza:</b>	Otros	
<b>Estrategias de aprendizaje:</b>	Lluvia de ideas, Interrogatorio, Otros	
<b>Evidencias de aprendizaje:</b>	Mapas conceptuales , Mapas mentales, Cuadros sinópticos, Resumen, Síntesis, Otros	
	A partir del producto o servicio gastronómico seleccionado en la unidad 1 y 2 elaborará un reporte que contenga: -Método utilizado para medir la satisfacción del cliente. -Instrumentos utilizados para medir la satisfacción del cliente. -Análisis de r	

4. DESCRIPCIÓN DEL SISTEMA DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE			
Tipo de Evaluación	Estrategia de Evaluación	Instrumento de Evaluación	
Evaluación Diagnóstica:	Exposiciones orales	Tipo de Instrumento	
		Rúbrica	
Evaluación Formativa:		Tipo de instrumento	Valor del instrumento (%)
	Exposiciones orales	Rúbrica	20 %
	Artículos	Rúbrica	20 %
	Proyectos	Rúbrica	20 %
	Cartel	Rúbrica	20 %
	Otro	Examen	20 %
			100 %
Evaluación Sumativa (Fecha de asignación de la calificación)	09/12/2020		
5. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO INTEGRADOR (Requisitar únicamente para asignaturas integradoras)			
Objetivo:			
Asignaturas que contribuyen a la competencia específica:			
Componentes del proyecto:			

LIC. BERTHA EUGENIA GARCÍA ALARCÓN

**Elaboró**

El Nith, Ixmiquilpan, Hidalgo

**Lugar**

MTRA. ESTHER BOTHO CLEMENTE

**Vo. Bo. del Director del PE**

03/09/2020

**Fecha de elaboración**