

**Universidad Autónoma del Estado de México**

**Facultad de Arquitectura y Diseño**

**Licenciatura en Administración y Promoción de la Obra  
Urbana**



**Guía de evaluación del aprendizaje:**

**MERCADOTECNIA EN MÉXICO**

L.P.R.Y.U. Angélica Cruz Valdes

Elaboró:

M. en Dis. Yatzin Yuriel Macías Ángeles  
Dra. Georgina García Luna Villagran

Fecha:

Enero 2015

Fecha de  
aprobación

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

H. Consejo de Gobierno

\_\_\_\_\_

## Índice

	Pág.
I. Datos de identificación	3
II. Presentación de la guía de evaluación del aprendizaje	5
III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular	5
IV. Objetivos de la formación profesional	6
V. Objetivos de la unidad de aprendizaje	7
VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje, y actividades de evaluación	7
VII. Mapa curricular	13

**I. Datos de identificación**

Espacio educativo donde se imparte

**Facultad de Arquitectura y Diseño**

Licenciatura

**Licenciatura en Administración y Promoción de la Obra Urbana**

Unidad de aprendizaje

Mercadotecnia Urbana

Clave

Carga académica

0

4

4

6

Horas teóricas

Horas prácticas

Total de horas

Créditos

Período escolar en que se ubica

1	2	3	4	5	<b>6</b>	7	8	9
---	---	---	---	---	----------	---	---	---

Seriación

Ninguna

Ninguna

UA Antecedente

UA Consecuente

**Tipo de Unidad de Aprendizaje**

Curso

Curso taller

Seminario

Taller

Laboratorio

Práctica profesional

Otro tipo (especificar)

**Modalidad educativa**

Escolarizada. Sistema rígido

No escolarizada. Sistema virtual

Escolarizada. Sistema flexible

No escolarizada. Sistema a distancia

No escolarizada. Sistema abierto

Mixta (especificar)

**Formación común**

**Formación equivalente**

**Unidad de Aprendizaje**

Ninguna

## II. Presentación de la guía de evaluación del aprendizaje

La guía de evaluación del aprendizaje será el documento normativo que contenga los criterios, instrumentos y procedimientos a emplear en los procesos de evaluación de los estudios realizados por los alumnos. Reglamento de Estudios Profesionales (2007).

El alcance de las actividades e instrumentos de evaluación, con relación a los contenidos de la unidad de aprendizaje de Urbanización en México se dan de manera dinámica e integral considerando la aplicación de distintas herramientas de evaluación, siendo el caso de los abstracts, controles de lectura, mapas mentales, examen escrito, proyecto integrativo, aplicación de análisis urbano en casos de estudio, participación y exposición, todo esto con el propósito de fortalecer el aprendizaje, considerando que las nuevas generaciones tienen la característica de ser más tecnológicos y dinámicos, de manera que fortalece el interés por parte del alumno.

## III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular

**Núcleo de formación:** Sustantivo

**Área Curricular:** Urbanismo

**Carácter de la UA:** Optativa

## IV. Objetivos de la formación profesional.

**Objetivos del programa educativo:**

Formar licenciados(as) en Administración y Promoción de la Obra Urbana con alto sentido de responsabilidad y vocación de servicio, y con competencias y conocimientos suficientes para:

- Proponer soluciones integrales a los problemas de contención y ordenamiento de las ciudades.
- Crear propuestas innovadoras sobre ordenamiento territorial de los asentamientos humanos y el desarrollo de espacios urbanos sustentables.
- Promueve el desarrollo urbano en áreas conurbadas y marginadas.
- Proponer soluciones integrales a los problemas de movimientos migratorios del campo a las ciudades.
- Planear el desarrollo urbano en zonas viables para dotarlas de los servicios básicos necesarios con costos accesibles.
- Fomentar el desarrollo urbano sustentable.
- Proponer un sistema de transporte urbano masivo.
- Proponer un modelo de desarrollo urbano sustentable que garantice disminuir las desigualdades existentes en las ciudades.
- Proponer instrumentos jurídicos que garanticen un crecimiento urbano ordenado y sostenible.
- Diseñar servicios especializados a poblaciones marginadas para aumentar su nivel de vida, promoviendo así, la vivienda digna.
- Dirigir las acciones de los tres ámbitos de gobierno para impulsar la política pública integral y sostenible de desarrollo urbano que brinde bienestar a los habitantes.
- Proponer programas de educación ambiental para mejorar las condiciones de calidad de vida en las ciudades.
- Dirigir éticamente las actividades de planeación y desarrollo de asentamientos humanos considerando como eje primordial las zonas de riesgo.
- Diseñar proyectos de vialidades y transporte urbano masivo.
- Dirigir la gestión de inversionistas de movilidad urbana.

### **Objetivos del núcleo de formación:**

Promover en el alumno el aprendizaje de las bases contextuales, teóricas y filosóficas de sus estudios, la adquisición de una cultura universitaria en las ciencias y las humanidades, y el desarrollo de las capacidades intelectuales indispensables para la preparación y ejercicio profesional, o para diversas situaciones de la vida personal y social

### **Objetivos del área curricular o disciplinaria:**

Analizar la evolución de los asentamientos humanos y su dinámica urbana, mediante la fundamentación teórica-conceptual, metodológica y práctica de procesos urbanos y metropolitanos, con el propósito de diseñar y proponer alternativas de solución a problemas urbanos de servicios públicos, rehabilitación de imagen urbana, para la creación de proyectos de espacios urbanos, atendiendo la normatividad aplicable en estos procesos de manera multidisciplinaria, así como atención a las necesidades sociales urbanas

### **V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.**

Conocer y comprender la historia del marketing urbano y sus implicaciones en la consecución de la imagen de la ciudad.

Analizar la capacidad del marketing urbano como herramienta en la gestión y transformación de la ciudad y de su imagen mediante casos de estudio.

Reconocer un esquema básico para la creación, desarrollo e implantación de un plan de marketing urbano a partir del modelo de marketing organizacional para mirar la ciudad como un producto.

Proponer y contrastar un caso de estudio local mediante principios, instrumentos y estrategias de marketing.

### **VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje, y actividades de evaluación.**

<b>Unidad 1. Origen e implicaciones del marketing urbano</b>
<b>Objetivo:</b> Conocer y comprender la historia del marketing urbano y sus implicaciones en la consecución de la imagen de la ciudad
<b>Contenidos:</b> 1.1 Marketing urbano: concepto y origen 1.2 Evolución de las políticas urbanas 1.3 Ciudades emergentes pioneras del marketing urbano: Sidney, Boston, Dublín, Toronto, Curitiba 1.4 Actuaciones urbanas innovadoras: renovación morfológica, infraestructura, turismo y ocio, servicios, imagen urbana, calidad medioambiental, cultura, calidad de vida, imagen y marca, integración social, participación ciudadana, nueva economía, sostenibilidad, arquitectura de marketing, patrimonio cultural. 1.5 Nuevas ciudades del siglo XXI

<b>Evaluación del aprendizaje</b>		
<b>Actividad</b>	<b>Evidencia</b>	<b>Instrumento</b>
<p>Al inicio cada clase se proyectarán videos o cortometrajes de ciudades en el mundo y en México</p> <p>El alumno realizará lecturas previas a la clase con el propósito de debatir el tema fortaleciendo la participación en clase</p> <p>Desarrollar un mapa o esquema mental durante el desarrollo de la clase.</p>	<p>Mapa mental</p> <p>Controles de lectura o abstract</p> <p>Mapa mental</p> <p>Bitácora de registro de participaciones</p>	<p>Rúbrica</p> <p>Rúbrica</p> <p>Lista de cotejo</p> <p>Examen escrito</p>

<b>Unidad 2. Marketing urbano: herramienta de gestión, control y transformació</b>
<b>Objetivo:</b> Analizar el marketing urbano como herramienta en la gestión, control y transformación de la ciudad y de su imagen, mediante casos de estudio.
<p><b>Contenidos:</b></p> <p>Estudio de casos de éxito: América Latina, Europa y Asia</p> <p>2.2 Instrumentos y principios del marketing urbano</p> <p>2.3 Políticas públicas y contexto urbano para entrar en el escenario de competitividad global.</p> <p>2.4 Estrategias e instrumentos de política pública para crear, regenerar, reconvertir y recalificar viejos espacios urbanos y para producir nuevos.</p>
<b>Evaluación del aprendizaje</b>

Actividad	Evidencia	Instrumento
Proyección de videos y cortometrajes El alumno realizará lecturas previas a la clase para debatir el tema. Desarrollar un mapa conceptual durante el desarrollo de la clase. Investigación por parte del alumno en un caso de estudio relacionado al tema	Controles de lectura o abstracts Mapa mental Registro de bitácora de participaciones en clase Proyecto escrito	Rúbrica Rúbrica Lista de cotejo Examen escrito Rúbrica

<b>Unidad 3. Plan de Marketing urbano: la ciudad como producto</b>		
<b>Objetivo:</b> Reconocer un esquema básico para la creación, desarrollo e implantación de un plan de marketing urbano a partir del modelo de marketing organizacional para mirar la ciudad como un producto		
<b>Contenidos:</b> Organización de grupos de trabajo multidisciplinares 3.2 Análisis situacional y diagnóstico 3.3 Objetivos e imagen deseada 3.4 Estrategias de posicionamiento urbano 3.5 Marketing mix: producto, precio, plaza y promoción 3.6 Plan de acción: tiempos, responsables y recursos 3.7 Administración orientada al ciudadano 3.8 Implantación y control 3.9 Continuidad del plan		
<b>Evaluación del aprendizaje</b>		
Actividad	Evidencia	Instrumento
Proyección de videos y cortometrajes	Controles de lectura y abstracts	Rúbrica Rúbrica

relacionados con el periodo de análisis El alumno realizará lecturas previas a la clase para debatir el tema. Desarrollar un mapa conceptual durante el desarrollo de la clase	Mapa mental o cronológico o según sea el caso la aplicación de fórmulas de análisis urbano Registro de bitácora de participaciones	Lista de cotejo o bitácora Examen escrito
--	---	--

#### Unidad 4. Caso de estudio local

**Objetivo: Proponer y contrastar un caso de estudio local mediante principios, instrumentos y estrategias de marketing.**

**Contenidos:**

Propuesta de Marca país (local): Sistema de Valores, Calidad de Vida, Aptitud para los Negocios, Patrimonio y Cultura, Turismo

Evaluación del estudio de caso

Integración final del proyecto y láminas de presentación .

Evaluación del aprendizaje		
Actividad	Evidencia	Instrumento
Proyección de videos y cortometrajes relacionados con el periodo de análisis El alumno realizará lecturas previas a la clase para debatir el tema. Desarrollar un mapa conceptual durante el desarrollo de la clase	Trabajo escrito Controles de lectura y abstracts Mapa mental o cronológico o según sea el caso la aplicación de fórmulas de análisis urbano Registro de bitácora de participaciones	Rúbrica Rúbrica Lista de cotejo o bitácora Examen escrito

Aplicar ejercicios en caso de estudio.		
--	--	--

### Primera evaluación parcial

Evidencia	Instrumento	Porcentaje
Control de lectura o abstract	Rúbrica	20%
Participación	Lista de Cotejo	15%
Mapa mental	Rúbrica	15%
Examen escrito	Examen	30%
Proyecto de caso de estudio	Rúbrica	20%

### Segunda evaluación parcial

Evidencia	Instrumento	Porcentaje
Control de lectura o abstract	Rúbrica	20%
Participación	Lista de Cotejo	15%
Mapa mental	Rúbrica	15%
Examen escrito	Examen escrito	30%
Proyecto final	Rúbrica	20%

### Evaluación ordinaria final

Evidencia	Instrumento	Porcentaje
Control de lectura o abstract	Rúbrica	20%
Participación	Lista de Cotejo	15%
Mapa mental	Rúbrica	15%

Examen escrito	Examen	30%
Proyecto de caso de estudio	Rúbrica	20%

#### **Evaluación extraordinaria**

<b>Evidencia</b>	<b>Instrumento</b>	<b>Porcentaje</b>
Control de lectura o abstract	Rúbrica	20%
Participación	Lista de Cotejo	15%
Mapa mental	Rúbrica	15%
Examen escrito	Examen	30%
Proyecto de caso de estudio	Rúbrica	20%

#### **Evaluación a título de suficiencia**

<b>Evidencia</b>	<b>Instrumento</b>	<b>Porcentaje</b>
Control de lectura o abstract	Rúbrica	20%
Participación	Lista de Cotejo	15%
Mapa mental	Rúbrica	15%
Examen escrito	Examen	30%
Proyecto de caso de estudio	Rúbrica	20%

# Mapa curricular

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN Y PROMOCIÓN DE LA OBRA URBANA PLAN 2015										
ÁREAS DISCIPLINARIAS	NÚCLEO BÁSICO		NÚCLEO SUSTANTIVO					NÚCLEO INTEGRAL		
	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8	PERIODO 9	PERIODO 10
URBANISMO	CIUDAD Y DINÁMICA URBANA	URBANIZACIÓN EN MÉXICO				INTEGRATIVA PROFESIONAL		INVESTIGACIÓN URBANA	PROYECTO INTEGRAL	PROYECTO INTEGRAL
	SUELO URBANO	VIVIENDA	VALIDAD Y TRANSPORTE	EQUIPAMIENTO URBANO				ENTON MULTIDISCIPLINARIO INTERDISCIPLINARIO	ESAJEN URBANA	
		AGUA	DESAGÜE Y SANEAMIENTO	ELECTRIFICACIÓN Y ALUMBRADO PÚBLICO	PROTECCIÓN CIVIL					
	PROYECTOS DE DISEÑO URBANO	PROYECTOS DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL	PROYECTOS DE METROPOLITANIZACIÓN	PROYECTOS Y PROCESOS DE PLANIFICACIÓN	PROYECTOS DE DESARROLLO INDUSTRIAL	PROYECTOS DE COSTURAS URBANAS	PROYECTOS DE DISEÑO DE NUEVAS CIUDADES	Procesos de Planeación y Gestión de Desarrollo Urbano	Planeación y Planeación de Desarrollo Urbano	
GEOGRAFÍA	REPRESENTACIÓN Y PLANEACIÓN URBANA	DIGITALIZACIÓN DE PLANES URBANOS	REPRESENTACIÓN GRÁFICA	APLICACIONES URBANAS (SIG)	REPRESENTACIÓN URBANA (SIG)					
DERECHO	DERECHO URBANO	LEGISLACIÓN DE LOS ASENTAMIENTOS HUMANOS	LEGISLACIÓN DE LA OBRA PÚBLICA FEDERAL	LEGISLACIÓN DE LA OBRA PÚBLICA ESTATAL Y MUNICIPAL		DERECHO PROCESAL ADMINISTRATIVO	POLICÍA FISCAL Y CATÁSTRO		RECURSOS CIVIL	
SOCIOLOGÍA					PARTICIPACIÓN CIUDADANA	SOCIOLOGÍA URBANA	DEBATE SOCIAL			
ADMINISTRACIÓN Y OBRA URBANA	ADMINISTRACIÓN	ADMINISTRACIÓN URBANA OPERATIVA	ASISTENCIA ADMINISTRATIVA URBANA OPERATIVA	ADMINISTRACIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS	ASISTENCIA ADMINISTRATIVA URBANA OPERATIVA DE SERVICIOS PÚBLICOS	ADMINISTRACIÓN URBANA OPERATIVA DE SERVICIOS PÚBLICOS	ASISTENCIA ADMINISTRATIVA URBANA OPERATIVA DE SERVICIOS PÚBLICOS	MECANISMOS ADMINISTRATIVOS		
FINANZAS	ESTADÍSTICA FINANCIERA	CONTABILIDAD	INSTRUMENTOS FINANCIEROS	FINANZAS						
ECONOMÍA							CONSEJO DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS	ECONOMÍA URBANA	ECONOMÍA URBANA I	
COMUNICACIÓN			INGLES	INGLES	INGLES	INGLES				

