

Guía Sesión Presencial

Fundamentos de mercadotecnia

Sesión 2

Semana 3



Inicio

15 min.

Dé la bienvenida a los estudiantes y comience la sesión pidiéndoles que a grandes rasgos digan qué se vio en la sesión anterior para verificar que no queden dudas.

Posteriormente indíqueles el tema y los objetivos de la sesión y pida que respondan: ¿Por qué es importante clasificar los tipos de mercadotecnia?

Retroaliméntelos cuando considere necesario.

Desarrollo

20 min.

Realice un cuadro en el pizarrón en el que anote los nombres de los tipos de mercadotecnia que se revisarán esta semana. Pida a los estudiantes que lo llenen con sus participaciones y que indiquen cuáles

son las características de cada tipo de mercadotecnia.

Brinde retroalimentación en todo momento y asegúrese de que no haya dudas o confusiones.

Comunidad de práctica

Solicite a los estudiantes que formen equipos de cinco personas. Cada equipo deberá pensar en un ejemplo conocido de cada uno de los tipos de mercadotecnia revisados.

Al finalizar, cada equipo expondrá sus ejemplos ante el resto del grupo para que entre todos los comenten y expresen sus comentarios.

30 -40 min.

Conclusión de la semana

Esta semana comenzaste a ver cómo se clasifica la mercadotecnia, revisaste los primeros seis tipos de la misma y qué elementos los diferencian. Esto te servirá para darte una idea de la cantidad tan variada de tipos en los que se puede

clasificar la mercadotecnia.

