

Mercadotecnia de Servicios

Tabla secuencial de tareas, evaluación y tiempos de entrega

Evidencias de aprendizaje	Ponderación Cumplimiento	Tipo y Formato evaluativo	Fecha entrega/realización	Porcentaje-Calificación	Hora límite
Etapa 1 individual					
Rúbrica Aprender a Aprender Nivel 3, Registro de equipos y Enlace/Link PEV	1	Auto-Diagnóstico - Rúbrica	23 de Agosto.		
Etapa 1 en equipo					
Brief y Mapa de actores	1	Lista de cotejo	30 de Agosto.	Cumplimiento	
CIM v1 y Hallazgos de campo clave.	1	Lista de cotejo	6 de Sept.	Tareas (17) = 50%	
Informe corto de insights priorizados	1	Lista de cotejo	13 de Sept.	Asistencia* = 10%	
STP y enunciado de posicionamiento.	1	Lista de cotejo	20 de Sept.	PEV (3 ptos.) = 40%	
Etapa 2 en equipo				Total = 100%	
Matriz 7Ps	1	Lista de cotejo	27 de Sept.	Calificación: 100% = 10	
Blueprint v1	1	Lista de cotejo	4 de Oct.		
Plan de pruebas y MVP listo	1	Lista de cotejo	11 de Oct.		
Reporte inicial de pruebas (v1)	1	Lista de cotejo	18 de Oct.		
Instrumentos aplicados y base de datos	1	Lista de cotejo	25 de Oct.		
Plan de mejora, KPLs/SLAs y Plan de recovery social	1	Lista de cotejo	1º de Nov.		
Plan de marketing	1	Lista de cotejo	8 de Nov.		
Etapa 3 en equipo				Nota. La Asistencia* comprende, máximo, 4 faltas en todo el ciclo.	
Dossier final; Pitch; Evaluaciones: Autoevaluación en equipo del producto final, Coevaluación entre los integrantes del equipo.	3	Lista de cotejo	15 de Nov.		
Etapa 3 individual					
Apuntes de la asignatura	1	Autoevaluación - Rúbrica	22 de Nov.		
PEV	1	Hetero-Evaluación: Rúbrica	23 de Nov.		
Total de tareas y Valor en porcentaje	$\Sigma 17 = 50\%$				

Nota. Heteroevaluación del PEV del 24 al 29 de noviembre.