

| Lista de cotejo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |    |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|
| Evidencias cognitivas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Sí | No |
| <b>Ensayo</b><br><br>Texto argumentativo original, mínimo 2 cuartillas, que responda una pregunta clave del módulo. Debe incluir introducción, desarrollo, conclusión, referencias en formato APA 7 <sup>a</sup> ed., redacción clara y postura personal sustentada.                                                                                                          |    |    |
| <b>Cuadro de análisis</b><br><br>Tabla organizada donde se comparan elementos o conceptos del tema en estudio, con columna de descripción, implicaciones, ejemplos y reflexión personal. Puede incluir evaluación crítica o contraste entre modelos teóricos.                                                                                                                 | X  |    |
| <b>Cuadro comparativo</b><br><br>Tabla que contrasta dos o más conceptos, teorías o casos, señalando similitudes y diferencias. Debe incluir criterios claros, lenguaje técnico, ejemplos contextualizados y conclusión breve que indique cuál enfoque es más pertinente y por qué.                                                                                           |    |    |
| <b>Investigación y Presentación: Mapeo de emociones en la experiencia de compra.</b><br><br>Resultado gráfico o audiovisual que muestre emociones predominantes en distintas fases del proceso de compra, fundamentado en observaciones, entrevistas o encuestas. Debe incluir explicación de metodología usada, análisis breve de hallazgos y propuesta de mejora emocional. |    |    |
| <b>Cuadro comparativo</b><br><br>Aplicado a otro tema del módulo, siguiendo la estructura mencionada anteriormente. El estudiante debe justificar los criterios de comparación y sintetizar la relevancia para el consumidor actual.                                                                                                                                          |    |    |
| <b>Mapa Mental</b><br><br>Diagrama jerárquico y visual que represente las ideas centrales del tema, usando palabras clave, colores, conexiones y ejemplos. Debe ser claro, lógico y útil como material de estudio.                                                                                                                                                            |    |    |
| <b>Mapa Conceptual</b><br><br>Representación lógica del contenido con conceptos conectados por proposiciones. Debe evidenciar comprensión de relaciones causales, procesos y categorías. Se exige precisión terminológica y estructura jerárquica.                                                                                                                            |    |    |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |          |  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|--|
| <b>Investigación y Presentación: Creación de arquetipos del consumidor</b><br><br>Identificación y caracterización de al menos dos arquetipos de consumidor (por ejemplo: emocional, racional, impulsivo), con base en evidencia empírica. Debe incluir descripción, motivaciones, patrones de consumo, fuentes utilizadas y presentación creativa o visual.                       |          |  |
| <b>Resumen</b><br><br>Síntesis objetiva del contenido asignado, con estructura clara (tema central, puntos clave, implicaciones). Extensión máxima: 1 cuartilla. Debe evitar copia textual y demostrar comprensión.                                                                                                                                                                |          |  |
| <b>Investigación y Presentación: La caja de los deseos: ¿Qué impulsa realmente nuestras elecciones?</b><br><br>Texto que explore los motivadores profundos del consumo, como deseos, aspiraciones o influencias culturales. Debe incluir marco conceptual, ejemplos reales, fuentes confiables y reflexión crítica sobre cómo se aplican estos conceptos en campañas de marketing. |          |  |
| <b>Diseño y formato de entrevista a profundidad.</b><br><br>Documento que contenga objetivos de la entrevista, guion temático (con 8 a 10 preguntas abiertas), instrucciones para el entrevistador, criterios de muestra y aspectos éticos. Debe estar listo para aplicación o incluir transcripción si ya se ejecutó.                                                             | <b>X</b> |  |
| <b>Infografía</b><br><br>Material visual atractivo que sintetice un tema complejo con datos clave, íconos, gráficos y texto breve. Debe ser legible, equilibrada en contenido e imagen, incluir fuente de datos y representar claramente el enfoque del estudiante. Utilizar CANVA para diseñar la infografía.                                                                     | <b>X</b> |  |
| <b>Investigación y Presentación: Hakeo creativo de una campaña de marketing<sup>1</sup></b><br><br>Análisis crítico de una campaña de marketing (caso) donde el estudiante proponga modificaciones disruptivas o éticas. Debe incluir descripción original, objetivo, debilidades detectadas, propuesta alternativa y soporte visual (mockup o storyboard).                        | <b>X</b> |  |

<sup>1</sup> Ver propuestas de casos en <https://www.minervacj2000.com/comportamiento-del-consumidor> y seleccionar uno.