

Lista de cotejo		
Evidencias cognitivas	Sí	No
<b>Ensayo</b> 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.	X	
<b>Cuadro de análisis</b> 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> Tabla que contraste 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.	X	
<b>Investigación y Presentación: Mapeo de emociones en la experiencia de compra.</b> 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.	X	
<b>Cuadro comparativo</b> 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.	X	
<b>Mapa Mental</b> 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> 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> 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> 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> 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> 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>Infografía</b> 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>Investigación y Presentación: Hakeo creativo de una campaña de marketing<sup>1</sup></b> 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).		

---

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