

Portafolio de Evidencias Virtual

Presenta:

González Palomera Adrián

Asignatura Impartida por la:

Dra. Minerva Camacho Javier

Ciclo 02-2025

Introducción

El aprendizaje basado en competencias es esencial en la formación del mercadólogo, pues integra conocimientos, habilidades y actitudes para desempeñarse en situaciones reales, estas competencias implican diagnosticar mercados, interpretar información, diseñar investigaciones y comprender el comportamiento del consumidor. La asignatura de Investigación de Mercado refuerza estas capacidades mediante el uso de métodos cualitativos y cuantitativos, así como el análisis crítico y la comunicación efectiva.

El Portafolio de Evidencias Virtual (PEV) tiene como propósito mostrar los aprendizajes obtenidos durante el semestre y reflejar cómo se aplicaron los contenidos de la materia en actividades prácticas. Su organización se divide en tres etapas que reúnen las evidencias y explican el desarrollo de cada fase del proyecto.

Durante su elaboración, fortalecí habilidades de análisis e interpretación de datos, y la toma de decisiones informadas. Reconozco también áreas a mejorar, como liderazgo, pensamiento crítico y comunicación de resultados, que seguiré trabajando en futuros ciclos.



PORTAFOLIO DE EVIDENCIAS VIRTUAL

REALIZADO POR:
ADRIÁN GONZÁLEZ PALOMERA

LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

DOCENTE:
DRA. MINERVA CAMACHO JAVIER

ASIGNATURA:
INVESTIGACIÓN DE MERCADO

5TO SEMESTRE

Enlace: <https://adrianpalomera234.wixsite.com/ciclos>

Conclusión reflexiva

La elaboración de este Portafolio de Evidencias Virtual representó un proceso formativo que trascendió la simple recopilación de actividades. A través de cada evidencia pude reconocer cómo las competencias abordadas en la asignatura de Investigación de Mercado se integran de manera progresiva y cómo, al aplicarlas en situaciones concretas, se transforman en aprendizajes significativos. Este ejercicio me permitió observar no solo el resultado final de cada actividad, sino también el camino recorrido: los cuestionamientos, los aciertos, los errores y las mejoras.

Al reflexionar sobre mi desempeño, comprendí que el enfoque por competencias demanda más que conocimientos técnicos; exige iniciativa, análisis, comunicación efectiva y la capacidad de relacionar los datos con decisiones estratégicas. En este sentido, el portafolio se convirtió en una herramienta para autoevaluar mi avance y reconocer que el aprendizaje es un proceso continuo que requiere disciplina y apertura al cambio.

Asimismo, pude identificar áreas personales que debo seguir fortaleciendo, como el liderazgo, la estructuración de ideas y la presentación clara de resultados. Reconocer estas oportunidades de mejora no representa una limitación, sino un punto de partida para construir una formación más sólida.

En conclusión, este portafolio no solo evidencia lo aprendido durante el semestre, sino también el crecimiento personal y académico que implica enfrentar retos, adaptarse a nuevas metodologías y comprender la importancia de las competencias en mi desarrollo como futuro profesional de la Mercadotecnia.

Referencias

- Cadena, D., Valverde Tobar, I., & Remache Males, M. (2025). *Estrategias de aprendizaje inteligente, equitativo y adaptativo con IA para estudiantes de mercadotécnica*. **Revista Latinoamericana de Calidad Educativa**, 2(3), 92-98. <https://doi.org/10.70625/rfce/250>
- Bravo Aguilar, E. R., & Alvarado Gutiérrez, A. M. (2024). *El enfoque por competencias en la educación superior: Retos y avances en su implementación*. **Revista Iberoamericana de Educación Superior**, 15(44), 187-205.
- Gómez-Sánchez, M., & Torres-López, J. (2024). *Competencias digitales y formación universitaria: Una aproximación desde la experiencia estudiantil*. **Educare Digital**, 3(2), 55-70.
- Herrera, L., & Sandoval, P. (2024). *La investigación de mercados en la formación del profesional mercadólogo: Aplicación de metodologías mixtas en el aula*. **Revista Ciencias Estratégicas**, 32(1), 45-60.