

Lista de cotejo		
Evidencias cognitivas	Sí	No
Ensayo Texto argumentativo original, mínimo 2 cuartillas, que responda una pregunta clave del módulo. Debe incluir introducción, desarrollo, conclusión, referencias en formato APA 7ª ed., redacción clara y postura personal sustentada.	X	
Cuadro de análisis Tabla organizada donde se comparen 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	
Cuadro comparativo 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	
Investigación y Presentación: Mapeo de emociones en la experiencia de compra. 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	
Cuadro comparativo 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	
Mapa Mental 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.	X	
Mapa Conceptual 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.	X	
Investigación y Presentación: Creación de arquetipos del consumidor 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.	X	
Resumen Síntesis objetiva del contenido asignado, con estructura clara (tema central, puntos clave, implicaciones). Extensión máxima: 1 cuartilla. Debe evitar copia textual y demostrar comprensión.	X	
Investigación y Presentación: La caja de los deseos: ¿Qué impulsa realmente nuestras elecciones? Texto que explore los motivadores profundos del consumo, como deseos, aspiraciones o influencias culturales. Debe incluir marco	X	

Lista de cotejo		
Evidencias cognitivas	Sí	No
conceptual, ejemplos reales, fuentes confiables y reflexión crítica sobre cómo se aplican estos conceptos en campañas de marketing.		
Diseño y formato de entrevista a profundidad. 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.	x	
Infografía 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.	x	
Investigación y Presentación: Hakeo creativo de una campaña de marketing¹ 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).	x	

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