

MARKETING INDUSTRIAL / EUCD – 2014

Objetivo General

Poner en práctica los conocimientos adquiridos en el primer semestre del curso, aplicados de forma coordinada con el resto de las materias UP e instituciones participantes a través del abordaje integrado de la problemática planteada.

Objetivo Específico

Desarrollar un proyecto (producto, servicio, equipamiento, herramienta...) para el emprendimiento asignado, teniendo desde esta asignatura una visión socio – económica del mismo.

Pauta sugerida para el trabajo

Cada emprendimiento tiene sus particularidades por lo que esta es una pauta genérica orientativa que **en coordinación con el equipo docente se adecuará a las necesidades y particularidades específicas de cada proyecto.**

Entregable 1

1. Diagnóstico del emprendimiento / Emprendedor

- El emprendimiento, descripción del negocio
- Productos ofrecidos

- Objetivos y expectativas del emprendedor
- Situación Familiar, económica, ingresos del grupo familiar
- Dedicación al emprendimiento

2. Información Económica

- Volumen de Ventas, Costos, Utilidades
- Inversión
- Horas de trabajo

3. Clientes

- Por qué van o consumen dicho producto / servicio
- Quienes son, hábitos de compra, relación y comunicación con los clientes
- Local y/o puntos de venta
- Encuestas, entrevistas, fotos, videos, etc. que documenten la investigación

4. Competencia / Sustitutos

- Descripción del Sector competitivo
- Características, fortalezas, localización, promociones, etc. de la competencia o de los productos / servicios sustituto

Entregable 2

5. Ideas de proyecto y validación

- Propuestas a evaluar
- Razones por la que esta propuesta va a mejorar el emprendimiento
- Costo / Inversión aproximada
- Beneficio esperado (ventas / \$)
- Conclusiones
- Selección o redefinición de la propuesta

6. Propuesta seleccionada

- Prueba de prototipo (encuestas, focus, videos de interacción, etc.)
- Justificar la elección desde el punto de vista económico
- Pasar características a beneficios
- Diferenciación e innovación
- Propuesta de valor
- Costo / Inversión
- Beneficio esperado (proyección de ventas / mejora de rentabilidad)

Entregable 3

Se trabaja sobre la propuesta seleccionada

Caso 1 productos

Si el proyecto incluye el desarrollo de un producto o servicio comercializable:

A. Propuesta seleccionada

- Prueba de prototipo (encuestas, entrevista en profundidad, focus, videos de interacción, etc.)
- Pasar características a beneficios
- Diferenciación e innovación
- Propuesta de valor

B. Desarrollo comercial de la propuesta

- Justificar la elección desde el punto de vista económico
- Comercialización (logística, canales, puntos de venta...)
- Comunicación del proyecto (Publicidad, promoción, ventas personales, redes sociales, etc.)
- Viabilidad económica (Inversión, ventas estimadas, costos, utilidades...)

Caso 2 herramientas o equipamiento

Si el proyecto consiste en desarrollar un elemento no comercializable por ejemplo: herramienta o equipamiento:

C. Propuesta seleccionada

- Prueba de prototipo (encuestas, focus, videos de interacción, etc.)
- Pasar características a beneficios
- Donde radica la mejora e innovación

D. Análisis de la inversión

- Análisis y justificación de la inversión vs mejoras obtenidas
- Evaluación cuantitativa de las mejoras

Características de los entregables

1. Presentación digital

Desarrollar una presentación de calidad gráfica y comunicacional que permita mostrar el proyecto a posibles interesados o referentes en la toma de decisiones en diversas organizaciones, con el objetivo de mostrar el potencial social y económico del emprendimiento.

Por esta razón se considera que la misma debe contener **solamente la información relevante presentada de forma atractiva y dinámica**. (Tipo power point, NO informe).

Extensión máxima 20 pantallas / páginas por entregable

2. Informe con documentación complementaria y anexos

Extensión y formato libre con la información de apoyo que se considere pertinente.

Formato sugerido A4.

Ambos entregables deben venir impresos y en CD con una copia idéntica de lo impreso, encarpetados.

Ambos materiales conforman la entrega, la no presentación de alguno de ellos en tiempo y forma, implica un Cero para el promedio.

Calificaciones

La calificación del segundo semestre se compondrá de 3 entregables

Entregable 1 - 20%

Entregable 2 - 40%

Entregable 3 - 40%

Esta calificación se promedia con la calificación del primer semestre.