

MARKETING INDUSTRIAL / EUCD – 2014

Objetivo General

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

Objetivo Específico

Desarrollar un proyecto para el emprendimiento asignado, teniendo desde esta asignatura una visión socio – económica del mismo.

Pautas de evaluación

Capacidad de seleccionar y comunicar beneficios. Establecer conclusiones válidas, acordes con el problema y los objetivos.

Capacidad de presentar el producto integrado a un sistema socio económico de producción y comercialización.

Presentación visual y oral del proyecto, uso de tablas y diagramas que ayuden a expresar correctamente la información presentada.

Aplicación de Herramientas específicas de la asignatura dadas durante el año.

Pauta sugerida para el trabajo

1. Descripción del producto / servicio

¿Qué soluciona / hace mejor que los existentes?, ¿Dónde radica la innovación?

2. Detección y prueba de necesidades

Se sugiere mostrar datos del proceso de detección de necesidades realizado: investigación, entrevistas, encuestas, focus group, videos de interacción, etc.

3. Público objetivo y segmentación

Describe para qué público está dirigido el producto. Hábitos de consumo, actitudes, expectativas, valores culturales, tendencias y valores sociales.

4. Entorno competitivo

Definir el entorno competitivo en el cuál se va a desarrollar el proyecto. Competidores o sustitutos. Personas u organismos interesados en fomentar / frenar el proyecto.

Interacción con otros productos / proyectos que son complementarios o importantes para su correcto desarrollo y viabilidad.

5. Oportunidad / contexto

Que indicadores se dan en el contexto que son propicios para desarrollar el proyecto en este momento. Escenarios de la demanda.

6. Propuesta de valor

¿Qué valor estamos entregando a los clientes?

Beneficios funcionales, económicos o afectivos.

Novedad, Desempeño, Personalización, "Ayuda a hacer el trabajo", Marca/Status, Precio, Reducción de Costos, Reducción de Riesgos, Accesibilidad, Conveniencia / Usabilidad

7. Sistema de comercialización

Desarrollar y definir cómo va a llegar el producto al consumidor. Participantes del canal y sus aportes / costos.

8. Viabilidad económica

Análisis de la viabilidad económica del proyecto incluyendo aspectos como: inversión necesaria para realizar el proyecto, tiempos, Beneficio esperado, rentabilidad, etc.

Especificar claramente cuánto dinero se necesita para iniciar el emprendimiento y cuál es el retorno (económico o social) esperado.

Hacer una proyección de ventas para lograr el punto de equilibrio del proyecto.

9. Acciones promocionales

Que acciones promocionales llevará adelante para que el proyecto llegue a ser desarrollado. Por qué considera que son las adecuadas.

10. Prueba de prototipo

Encuestas, focus group, videos de interacción, entrevistas a público calificado, etc.

11. Business Model Canvas (opcional)

Business Model Canvas De Alexander Osterwalder

Características de los entregables

Presentación Oral

Se realiza en conjunto con diseño.

Presentación impresa + cd (específica para marketing)

Desarrollar una presentación de calidad gráfica y comunicacional que permita mostrar el potencial socio económico del proyecto a posibles interesados o referentes. 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.

En caso de considerarlo necesario se puede incluir un anexo con información complementaria.

Se debe entregar la misma información impresa y en CD. (Se sugiere que el CD contenga además del material de marketing solicitado, el material visual de apoyo utilizado en la presentación oral, así como el material presentado al resto de las asignaturas).

La no presentación de alguno de ellos en tiempo y forma, implica un Cero.

Cronograma

27/11/14 premisa para ambos turnos

Jueves 4/12 y 11/12 clase de consulta AM de 8 a 9.30

Lunes 8/12 y 15/12 clase de consulta PM de 20 a 21.30

Entrega y presentación conjunto con Diseño