

MARKETING INDUSTRIAL / EUCD – 2014

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 3 (actualizado octubre 2014)

El entregable 3 debe compendiar todo el trabajo realizado hasta la fecha, es decir que no sea necesario tener que referirse a las entregas anteriores para tener una visión completa del proyecto.

Los equipos serán los mismos que designe diseño.

Las consultas se realizan solamente en las clases asignadas, No se reciben consultas por mail u otros medios.

Dado que hay situaciones diversas en los equipos se ha decidido readecuar la premisa con las siguientes pautas.

- Resumen del emprendimiento / emprendedor
- Necesidad o problema detectado

Caso 1 productos

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

- Descripción del producto focalizado en sus beneficios (NO características)
- Análisis de la competencia focalizando su análisis de acuerdo al producto final
- Prueba de prototipo (encuestas, entrevista en profundidad, focus, videos, etc.)
- Propuesta de valor
- Diferenciación e innovación
- Comercialización (logística, canales, puntos de venta...)
- Viabilidad económica (Inversión, ventas estimadas, costos, utilidades...)
- Comunicación del proyecto (Publicidad, promoción, ventas personales, redes, etc.)
- Matriz de Osterwalder.

Caso 2 herramientas o equipamiento

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

- Descripción del producto focalizado en sus beneficios (NO características)
- Análisis de la competencia focalizando su análisis de acuerdo al producto final
- Prueba de prototipo (encuestas, entrevista en profundidad, focus, videos, etc.)
- Propuesta de valor

- Diferenciación e innovación
- Análisis y justificación de la inversión vs mejoras obtenidas
- Evaluación cuantitativa de las mejoras
- Matriz de Osterwalder (en la medida que sea posible)

Características de los entregables

1. Presentación digital e impresa

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.

No es necesario entregar informe, pero quienes lo vean necesario lo pueden hacer.

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

2. Presentación oral

La presentación oral se realizará en conjunto con diseño por lo que queda a criterio del alumno integrar los conceptos que entienda necesario a la misma.

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 promedio del primer semestre.