Tecnólogo en GESTIÓN DE MERCADOS

PROYECTO FORMATIVO

Implementación de modelos de comercialización de productos y/o servicios.

Fase: Planeación



ACTIVIDAD DE PROYECTO 2

Definir el proceso de investigación según la naturaleza del producto y/o servicio.



FORMATO PARA EL DESAROLLO DE EVIDENCIA



EVIDENCIA

Proyecto de Investigación de Mercados –Parte 2

Evidencia	Proyecto de Investigación de Mercados –Parte 2	
Tipo de Evidencia	**Descripción de la Evidencia**	**Producto Entregable:**
Evidencia de Producto	Elaboración de un documento donde realice la propuesta para el desarrollo de su proyecto formativo, aplicando cada uno de los pasos vistos en las fases del Modelo de investigación de mercados.	Documento Word o PDF: Titulado "Proyecto de Investigación de Mercados- Parte 2"

Evidencia

Proyecto de Investigación de Mercados- Parte 2

ORIENTACIÓN

De acuerdo a las indicaciones del instructor sobre el desarrollo de la Actividad d Proyecto 2 **"Definir el proceso de investigación según la naturaleza del producto y/o servicio"** y una vez revisados los temas de estudio propuesto para las actividades de aprendizaje "Formular el objeto de investigación de mercados que permita establecer las necesidades y problemas del entorno" y "Establecer el método de investigación de mercados en el ejercicio de su desempeño laboral y social, de acuerdo con la naturaleza del producto o servicio"; el aprendiz deberá elaborar un documento donde se aplique los pasos revisados en cada una de las fases del modelo de investigación de mercados: Fase I Proyecto de Investigación; Fase II: Recolección de la información; Fase III: Análisis de la Información.

Por lo anteriormente descrito el aprendiz elaborará un documento donde realice la propuesta para el desarrollo de su proyecto formativo, aplicando cada uno de los pasos vistos en las fases del Modelo de investigación, el documento debe contener lo siguiente:

1. Portada

2. Introducción

3. Diagnóstico sobre el problema objeto de estudio

4. Planteamiento del problema de estudio: El planteamiento del problema deberá estar desarrollado bajo la metodología de Árbol de Problemas.

5. Marco conceptual del estudio

6. Justificación del estudio o necesidades del proyecto a las que responde.

7. Objetivo general del estudio: éste deberá girar en torno a identificar o determinar la aceptación del producto o servicio por parte del mercado objetivo. Este objetivo es necesario para completar actividades futuras relacionadas con el pronóstico y el presupuesto de ventas, y la elaboración del plan de mercadeo.

8. Objetivos específicos del estudio: estos, deben contemplar aspectos tales como la intención de compra, la cantidad de compra, la frecuencia de compra y la posible aceptación del producto o servicio por parte del mercado objetivo. Estos objetivos son necesarios para completar actividades futuras relacionadas con el pronóstico y el presupuesto de ventas, y la elaboración del plan de mercadeo.

9. Hipótesis del estudio

10. Variables de la investigación

11. Cronograma del proyecto

12. Tipo de diseño de la investigación.

13. Fuentes de información.

14. Técnicas de recolección de información.

15. Instrumentos de recolección de información.

16. Población y definición de la muestra.

17. Recolección de datos.

18. Tabulación y análisis de datos, inferencias estadísticas e interpretación

19. Informe final.

Teniendo en cuenta la importancia que tiene el diagnóstico y planteamiento del problema de investigación, el instructor debe validar el punto 3 y 4 de manera secuencial, para ello el aprendiz enviará el desarrollo del punto 3 al instructor para su revisión y validación, una vez aprobado el Instructor enviará al aprendiz por medio del foro temático de dudas e inquietudes las observaciones y ajustes que fueren necesarios o la aprobación. Aprobado el punto 3 se procederá de la misma forma con el punto 4, para la fase II y III será aplica lo mismo en los puntos 12 y 13.

No se podrá continuar con los demás pasos hasta no tener aprobado los puntos 3 y 4, 12 y 13. De igual forma el instructor realizará seguimiento al desarrollo de las demás pasos que conforman la Fase I, II y III, mediante encuentros sincrónicos.

SUSTENTACIÓN Y SEGUIMIENTO

El instructor citará a videoconferencia mediante sesión Blackboard Collaborate con el fin de evaluar las evidencias enviadas, cada aprendiz realizará la sustentación del proyecto de investigación de mercados. Los encuentros sincrónicos en que debe participar el aprendiz y sobre los cuales el instructor convocará deben estar organizados de la siguiente forma:

1. Encuentro sincrónico – para dar a conocer cómo se abordará la elaboración de la evidencia en general

2. Encuentro sincrónico- para evaluar y dar seguimiento al punto 3 y 4

3. Encuentro sincrónico- para evaluar dar seguimiento al puntos 12 y 13

4. Encuentro sincrónico – sustentación proyecto de investigación

ENTREGABLES

El aprendiz elaborará un solo documento que contenga la información del proyecto de investigación, acorde con los puntos 1 al 19 citados anteriormente.

FORMA DE ENTREGA

Debe enviar el archivo a través de la plataforma virtual en el área correspondiente indicada por el instructor encargado. Al momento de realizar la entrega tenga en cuenta lo siguiente:

Pasos para enviar evidencia:

- Clic en el título de la evidencia.
- Clic en Examinar mi equipo y buscar el archivo previamente guardado.
- Dejar un comentario al instructor (opcional).
- Clic en Enviar.

RUBRICA PARA SUSTENTACIÓN DE ACTIVIDADES (EVIDENCIAS)

Programa de formación	**TECNÓLOGO EN GESTIÓN DE MERCADOS**
Nombre de proyecto	IMPLEMENTACIÓN DE MODELOS DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

RUBRICA PARA SUSTENTACIÓN DE ACTIVIDADES (EVIDENCIAS)			
Parámetro	**Excelente**	**Bueno**	**Regular**
ACCESO Y USO DE INFORMACIÓN	• Argumenta con seguridad sus actividades y evidencias. • En sus evidencias excede las expectativas de lo solicitado. • Relaciona la temática con la actividad turística en su región. • Formula preguntas que invitan a la reflexión. • Evidencia la lectura e investigación en otras fuentes de información.	• Sus intervenciones son intermitentes. • Sustenta sus actividades sin mayor profundización. • Formula preguntas de baja complejidad.	• Su sustentación no refleja el trabajo desarrollado. • En sus evidencias no se visualiza aplicabilidad del tema estudiado. • No formula preguntas.
AUTONOMÍA Y RESPONSABILIDAD	• Responde en el tiempo estipulado las preguntas formuladas por el instructor y compañeros. • Respeta y valora las opiniones de los demás. • Manifiesta un trato amable y cordial en sus intervenciones	• Responde oportunamente en la sustentación. • Sus aportes se relacionan medianamente con la actividad turística de su región.	• Responde en forma extemporánea e incompleta. • Omite presentarse e identificarse en sus intervenciones. • El trato para con sus compañeros podría ser más cordial.
ANÁLISIS DE CONTEXTO	• Comparte información adicional y de interés, genera discusión orientada hacia la reflexión, el análisis, la crítica y la controversia. • Sus aportes son el resultado del análisis, la reflexión y la crítica frente a la temática tratada. • Demuestra uso correcto de herramientas informáticas para la comunicación On line.	• Responde a preguntas del de instructor y compañeros con claridad, valora la opinión de sus compañeros y hace réplica a sus aportes. • Genera conclusiones.	• Omite responder consultas de sus compañeros, el trato hacia los demás frío y seco. • Su interacción con sus compañeros y tutor es nula.

Tecnólogo en GESTIÓN DE MERCADOS

PROYECTO FORMATIVO

Implementación de modelos de comercialización de productos y/o servicios.

Fase: Ejecución



ACTIVIDAD DE PROYECTO 13

Implementar el plan de distribución y venta del producto y/o servicio.



FORMATO PARA EL DESAROLLO DE EVIDENCIA



EVIDENCIA

"Informe del plan de marketing"

Evidencia	"Informe del plan de marketing"	
Tipo de Evidencia	**Descripción de la Evidencia**	**Producto Entregable:**
De Producto	El aprendiz realizará un documento donde plasme lo siguiente: Informe del plan de marketing con todas sus etapas.	Documento Word o PDF: Titulado "Informe del plan de marketing"

Evidencia

"Informe del plan de marketing"

Orientación

De acuerdo a las indicaciones del instructor y una vez revisado el material de estudio para la Actividad de Proyecto 13. **"Implementar el plan de distribución y venta del producto y/o servicio."**, y los temas de estudio propuestos para las Actividades de Aprendizaje AA23.Formular plan de distribución y venta del producto o servicio, teniendo en cuenta la estructuración y tamaño del mercado y las metas de ventas de la empresa y AA24.Ejecutar procedimientos de negociación y venta, de acuerdo con la política estratégica establecida y el plan de mejoramiento acordado, el aprendiz deberá elaborar un documento que contenga el Informe del plan de marketing con todas sus etapas.

Desarrollo de la Actividad:

El aprendiz elaborara un documento donde realice Informe del plan de marketing con todas sus etapas, aplicando cada uno de los pasos vistos.

El documento debe contener lo siguiente:

1. Portada

2. Introducción

3. Objetivo general del estudio: éste deberá girar en torno a identificar o determinar la aceptación de la propuesta del Informe del plan de marketing. Este objetivo es necesario para completar actividades futuras relacionadas con el lanzamiento o posicionamiento del producto dentro de la organización

de eventos comerciales y por ende del plan de marketing.

4. Objetivos específicos del estudio: estos, deben contemplar aspectos tales como ejecución del plan de ventas, seguimiento de las ventas, estrategias de distribución, e-commerce y red geográfica. Estos objetivos son necesarios para completar actividades futuras.

5. Plan de ventas para producto o servicio

6. Plan de seguimiento a las ventas

7. Estrategias de distribución

8. Aspectos de e-comerce y red geográfica

9. Informe final.

Teniendo en cuenta la importancia que tiene el diagnóstico y planteamiento del problema de investigación, el instructor debe validar el punto 3 y 4 de manera secuencial, para ello el aprendiz enviara el desarrollo del punto 3 al instructor para su revisión y validación, una vez aprobado el Instructor enviara al aprendiz por medio del foro temático dudas e inquietudes las observaciones y ajustes si fueren necesarios o la aprobación.

Teniendo en cuenta los elementos que definen el plan de marketing con todas sus etapas, se hace necesaria la revisión secuencial para definir la aplicación del plan de acción de mercadeo, una vez aprobado el Instructor enviara al aprendiz por medio del foro temático correspondiente las observaciones y ajustes si fueren necesarios o la aprobación.

SUSTENTACIÓN Y SEGUIMIENTO

El instructor citará a videoconferencia mediante sesión Blackboard Collaborate con el fin de evaluar las evidencias enviadas, cada aprendiz realizará la sustentación del proyecto de investigación de mercados. Los encuentros sincrónicos en que debe participar el aprendiz y sobre los cuales el instructor convocará deben estar organizados de la siguiente forma:

1. Encuentro sincrónico – para dar a conocer cómo se abordará la elaboración de la evidencia en general

2. Encuentro sincrónico- para evaluar y dar seguimiento a la elaboración de evidencias

ENTREGABLES

El aprendiz elaborará un solo documento el contenido de la evidencia solicitada.

FORMA DE ENTREGA

Debe enviar el archivo a través de la plataforma virtual en el área correspondiente indicada por el instructor encargado. Al momento de realizar la entrega tenga en cuenta lo siguiente:

Pasos para enviar evidencia:

- Clic en el título de la evidencia.
- Clic en Examinar mi equipo y buscar el archivo previamente guardado.
- Dejar un comentario al instructor (opcional).
- Clic en Enviar.