

**IN58A – Gestión Comercial**  
**Plan de Marketing**  
**Trabajo semestral, Primavera 2010**

1. Objetivo.

El IN58A tiene como uno de sus objetivos proveer a los alumnos de una estructura en la cual organizar las variables de decisión del área comercial de una empresa. Esa estructura es el “Plan de Marketing”. El desarrollo de este Plan a lo largo del semestre permitirá a los alumnos ir aplicando los conceptos que se cubren en el curso e integrarlos entre sí. Se pretende enfatizar la necesidad de cuantificar y evaluar los beneficios y costos de las decisiones de marketing.

2. Metodología

Los alumnos, en grupos, escogerán una marca/producto de la lista adjunta (no se permite trabajar con otra marca, éstas fueron seleccionadas ya que son interesantes para los objetivos del curso). Los alumnos deberán recurrir a información primaria y también secundaria para realizar su trabajo. En lo posible, tomarán contacto con la empresa responsable de la marca o producto, sin embargo esto no es un requisito, ya que podrán basar su análisis en la información que exista en los medios de comunicación e internet. Lo importante es hacer un buen análisis durante el proyecto.

3. Etapas.

El Trabajo tiene tres etapas principales. El fin de cada una de ellas corresponde con una de las tres entregas que los grupos deberán realizar.

**Etapas 1:** Entender y describir el marco en el que está inmersa la empresa, marca y producto, explicando en particular los siguientes puntos: Descripción de la empresa/producto. Historia. Análisis de Entorno. Competencia. Tendencias del mercado en que está inserta la marca/producto. Misión de la empresa o Marca. Entrega: Miércoles 22 de Septiembre.

**Etapas 2:** STP: Definición del negocio. Segmentos. Mercado Objetivo. Posicionamiento. Plan de recolección de información primaria. Entrega: Miércoles 13 de Octubre.

**Etapas 3:** Descripción de las variables de Marketing usadas. Propositiones. Evaluación. Para esta etapa, los grupos elegirán un producto o línea particular dentro de la marca, si es el caso. Entrega: Miércoles 17 de Noviembre.

#### 4. Entrega.

En cada entrega, el grupo deberá presentar un informe en Word y realizar una presentación en Power Point. El grupo deberá presentar el miércoles de la entrega o el miércoles siguiente, dependiendo de la asignación hecha por la profesora auxiliar. Los dos documentos se deberán subir a la página del curso en U-cursos (sección TAREAS), el informe debe entregarse el día indicado en el punto 3., y la presentación el día que deban presentar, a más tardar a las 15:30 del día correspondiente.

#### 5. Inscripción de temas.

Al momento de registrarse un grupo, deberá indicar el nombre y número de los participantes, y el tema escogido. Cada grupo debe escoger un tema único. Los temas serán asignados al primer grupo que lo proponga en el foro de u cursos.

#### 6. Lista de Temas.

1. Mayonesa Hellman's
2. Flores
3. Preunic
4. iPhone 4g
5. LAN
6. Entel
7. Monticello
8. Jumbo
9. Cachantún Más
10. La Tercera
11. Escudo
12. Bilz y Pap
13. VTR
14. Ritz Carlton
15. Vichy
16. Clorinda
17. Toalla Nova
18. Ketchup Hellman's
19. Poet
20. Avena Quacker
21. Activia

#### 7. Evaluación

La Nota Final del proyecto se compondrá de 25% de la nota de cada una de las dos primeras etapas, y del 50% de la nota de la tercera. El informe Final debe ser autocontenido. La nota de cada etapa se compone en un 50% del informe que se corregirá y de un 50 % de la presentación. La presentación será hecha por sólo uno

de los alumnos del grupo, seleccionados al azar el día de la presentación. De no estar presente, se sorteará un segundo alumno, pero se sancionará la nota de la presentación en 2.0 puntos.