**HOJA DE TRABAJO**

**PLAN DE MARKETING**

|  |  |
| --- | --- |
| **OBJETIVO DE**  **APRENDIZAJE** | (Este módulo, en su diseño inicial, no está asociado a Objetivos de Aprendizaje de la Especialidad, sino a Genéricos. No obstante, para su desarrollo, puede asociarse a un Objetivo de la Especialidad como estrategia didáctica). |
| **APRENDIZAJE ESPERADO** | **1** Diseña y ejecuta un proyecto para concretar iniciativas de emprendimiento, identificando las acciones a realizar, el cronograma de su ejecución y los presupuestos, definiendo alternativas de financiamiento y evaluando y controlando su avance. |
| **CRITERIOS DE EVALUACIÓN** | **1.1** Recolecta, organiza y analiza información para identificar oportunidades de emprendimiento en su propia comunidad y región, considerando diferentes ámbitos de aplicación (deporte, tecnología, medioambiente y energía, entre otros)**.**  **1.3** Formula los objetivos para un plan de acción de una iniciativa de emprendimiento personal, productivo o social, considerando las condiciones del entorno y personales. |
| **OBJETIVOS DE APRENDIZAJE GENÉRICOS** | **A.** Comunicarse oralmente y por escrito con claridad, utilizando registros de habla y de escritura pertinentes a la situación laboral y a la relación con los interlocutores.  **B.** Leer y utilizar distintos tipos de textos relacionados con el trabajo, tales como especificaciones técnicas, normativas diversas, legislación laboral, así como noticias y artículos que enriquezcan su experiencia laboral.  **C.** Realizar las tareas de manera prolija, cumpliendo plazos establecidos y estándares de calidad, y buscando alternativas y soluciones cuando se presentan problemas pertinentes a las funciones desempeñadas.  **D.** Trabajar eficazmente en equipo, coordinando acciones con otros in situ o a distancia, solicitando y prestando cooperación para el buen cumplimiento de sus tareas habituales o emergentes.  **H.** Manejar tecnologías de la información y comunicación para obtener y procesar información pertinente al trabajo, así como para comunicar resultados, instrucciones e ideas.  **J.** Emprender iniciativas útiles en los lugares de trabajo y/o proyectos propios, aplicando principios básicos de gestión financiera y administración para generarles viabilidad. |

**ACTIVIDAD 1 FORMALIZANDO LA ESTRATEGIA 4P**

En esta actividad formalizaremos las 4P completando una tabla “cuadrante”. A continuación se describe cada una de ellas y algunas orientaciones para realizar la actividad.

**Producto:** es lo que están desarrollando. Debe ir descrito en el primer cuadrante de la tabla.

**Precio:** corresponde a cuánto pagará el consumidor por el producto. El precio de la aplicación no se paga todo en dinero físico. Por ejemplo, si la aplicación es gratuita pero hay muchos anuncios, esto puede resultar molesto para el usuario y es posible que no quiera usarla. De la misma forma, si la aplicación es gratuita pero algunas de las funciones requieren una compra en la aplicación (como por ejemplo pagar para desbloquear nuevos niveles en un juego), también podría impedir que algunas personas usen su aplicación. Aquí hay algunas preguntas para hacer a los posibles usuarios:

* ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por esta aplicación?
* ¿Le molestan los anuncios? ¿Pagaría más para que no tenga publicidad?
* ¿Prefieres que sea gratis, pero con anuncios?
* ¿Estarías dispuesto a pagar por compras dentro de la aplicación?

Considerando lo anterior, describan en el cuadrante “precio” la estrategia de precio seleccionada.

**Promoción:** son las formas en que se repartirá información a las personas para atraerlas a usar la aplicación. Puede ser a través de:

Pueden ser:

* Medios (radio, diario, tv, sitios web).
* Redes Sociales (Facebook, Instagram, TikTok).
* Boca a boca a través de personas, influencers o conocidos que les guste su solución y puedan difundirla.

Para pensar la estrategia de promoción de ustedes, deben revisar su público objetivo y verificar qué estrategia de promoción les sería más útil. Una vez hecho esto, describan esta estrategia en el cuadrante de promoción.

**Plaza:** es el lugar donde los usuarios pueden acceder a su solución. Deben identificar cómo los usuarios podrán acceder a usar su aplicación, por ejemplo, a través de un link, de descarga en una plataforma específica, de las store de smartphone u otras.

* Identifiquen la plaza de su solución y descríbanla en el cuadrante correspondiente.

**COMPLETE EL CUADRANTE**

|  |  |
| --- | --- |
| **PRODUCTO** | **PRECIO** |
| **PROMOCIÓN** | **PLAZA** |

**ACTIVIDAD 2 ESTABLECIENDO LOS OBJETIVOS DE MARKETING**

Antes de desarrollar las estrategias de marketing, es útil plantear objetivos medibles para orientar y luego verificar que la estrategia de marketing está funcionando. Algunos ejemplos:

**Algunos ejemplos:**

* Al menos 100 descargas de aplicaciones por mes.
* Al menos 10 me gusta por publicación social por mesa.
* Al menos 100 seguidores en cada cuenta de redes sociales.
* Una cantidad determinada de dinero en ventas por mes.

Trabajen en equipo para generar ideas sobre los objetivos que desean alcanzar. Para esto pueden realizar una lluvia de ideas y luego reducirlas a 2 o 3 objetivos en total. Deben asegurarse que sus objetivos sean realistas, de modo que puedan alcanzarlos efectivamente.

En la siguiente tabla, describan cada objetivo planteado.

|  |  |
| --- | --- |
| **OBJETIVO 1** |  |
| **OBJETIVO 2** |  |
| **OBJETIVO 3** |  |

**ACTIVIDAD 3 PLANIFICANDO LAS ACCIONES PARA LLEVAR A CABO LA ESTRATEGIA**

Las acciones y objetivos descritos anteriormente, implican realizar distintas actividades, como por ejemplo, generar una buena descripción del producto, crear una cuenta en una red social para el producto, crear un sitio informativo o un blog, hacer un post o concursos periódicos, entre otras.

Para esta actividad, **revisen los cuatro cuadrantes de su estrategia y elaboren una lista de tareas** a ser desarrolladas por el equipo. Incorpórenlas a **Trello** para planificar su realización.