

SIMULACRO DE LANZAMIENTO DE PRODUCTO

OBJETIVO:

Los estudiantes desarrollarán un plan de estudio de mercado para un producto o servicio tecnológico, analizando el entorno, identificando oportunidades de mercado, y formulando estrategias de entrada.

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD:

- 1. Escoger un producto o servicio tecnológico ficticio o real que aún no está en el mercado, o uno ya existente que necesite mejoras significativas.**
- 2. Investigación de Mercado: Cada grupo realiza una investigación de mercado enfocada en el producto o servicio escogido.**

Deben utilizar herramientas como análisis PESTEL, análisis de la competencia, y segmentación de mercado, entre otras.

Estas proveen datos sobre tendencias de mercado, comportamientos del consumidor, y demandas tecnológicas.

3. Análisis de Datos y Estrategias de Entrada (50 minutos):

Los grupos deben analizar los datos obtenidos y formular estrategias de entrada al mercado.

Consideran aspectos como la propuesta de valor, el precio, la distribución, y las campañas de marketing.

4. Presentación de Resultados:

Cada grupo presenta su estudio de mercado y su estrategia de entrada al mercado frente a la clase.

Las presentaciones deben incluir gráficos, análisis, y una justificación clara de las decisiones tomadas.

5. Retroalimentación y Discusión

Tras cada presentación, abre un espacio para preguntas y retroalimentación.

Fomenta una discusión sobre las diferentes estrategias propuestas, destacando fortalezas y áreas de mejora.