

Primer Examen Parcial

Consideraciones

Este examen parcial tiene como objetivo que el estudiante pueda dar cuenta de los conocimientos adquiridos en la primera parte de la cursada aplicados al análisis de una marca y producto reales.

Forma de trabajo:

- Grupal: Máximo de 2 alumnos integrantes del grupo, salvo autorización expresa del/ de la docente.
- Categoría para elegir marcas: Lo determina el/la docente.

Forma de evaluación:

Al momento de la evaluación se consideran los siguientes aspectos:

- Desarrollo de la consigna de forma completa.
- Análisis en base a los conceptos teóricos y el material bibliográfico trabajado en la asignatura.
- Prolijidad en la presentación.
- Claridad en la redacción y utilización del vocabulario de la disciplina.

Pautas de presentación:

Los alumnos deben entregar un único archivo PDF (no comprimido) que deberá incluir:

- **Carátula** con los siguientes datos:
 - Nombre de Carrera y de la materia:
 - Instancia de evaluación: "Primer examen parcial".
 - Docente: Nombre y APELLIDO (el apellido todo en mayúsculas).
 - Cuatrimestre - año de cursada. (Segundo cuatrimestre - 2025)
 - Datos de los integrantes:
 - APELLIDO, Nombres. (El apellido todo en mayúsculas).
- **Desarrollo.**
- **Anexos.**

La entrega del documento se realizará solamente a través del Aula virtual en el espacio destinado a tal fin.

Si el examen se desarrollara en equipo, podrán realizar una sola entrega por equipo, salvo indicación en contrario del/ de la docente.

Desarrollo:

Los alumnos deben armar un informe sobre una marca perteneciente al rubro indicado por el/la docente a cargo de la comisión, que detalle:

- **Introducción:** (breve) se presenta el rubro, la marca elegida (agregar logo de la marca, y sitio web si lo tiene) y motivo de la elección.
- **Historia de la organización:** representada en una línea de tiempo con los hitos más importantes.
- **Segmentación de mercados:** identificar los segmentos de mercado a los que apunta la marca (hasta dos). Elegir uno de ellos y desarrollar el Buyer Persona y el mapa de empatía.
- **Planificación estratégica:** presentar la visión, misión, y valores de la organización. Además de enunciar estos puntos, mencionar las fuentes de donde se obtuvo la información (sitio web, infografía en las oficinas de la marca, entrevista con gerentes o personal de contacto). Agregar capturas de pantalla o links a las grabaciones en el final del trabajo, en un apartado "anexo".
- **Marketing operativo:** análisis de las 4 P. Elegir **dos (2)** productos de la marca y hacer el análisis detallado de Producto – Precio – Promoción y Plaza.
- **Marketing Digital:** analizar los canales digitales de la marca. Tomar al menos 3 capturas de pantalla (Sitio web, email, redes sociales) y analizarlas según los criterios abordados en clase. Determinar si están haciendo marketing digital, o marketing tradicional en medios digitales.