

— **Pensamos** —
en su *futuro*



¡Bienvenido!

www.fitec.edu.co



EXPERIENCIAS SIGNIFICATIVAS 2020-1



Identificación

PLANEACIÓN COMERCIAL - TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE MERCADOS - NIVEL V - FITEC-L26

Simulador Marketing Mix: Práctica Marketing 4 P's
(producto, precio, plaza, promoción) estrategias de
Marketing.

Motivaciones

En la Unidad de Aplicación 3 los estudiantes al consultar los recursos (Estrategias de Marketing Tradicional y Digital) expresaron realizar las actividades, pero desconocer al momento de la toma de decisiones, los posibles éxitos, fracasos e inconvenientes en la implementación de estrategias de producto, precio, plaza (distribución) y promoción, en el segmento de mercado y los resultados de ventas y rentabilidad al momento de tomar una decisión de Marketing.

Objetivos

Objetivo General

Desarrollar la simulación de una práctica de Marketing, permitiendo al estudiante lanzar con éxito un nuevo producto al mercado, implementando las estrategias de marketing: producto, precio, plaza (distribución) y promoción, aprendidas en clase.



Página Web Tecnología en Gestión de Mercados

BIENVENIDO, GERENTE DE MARKETING!

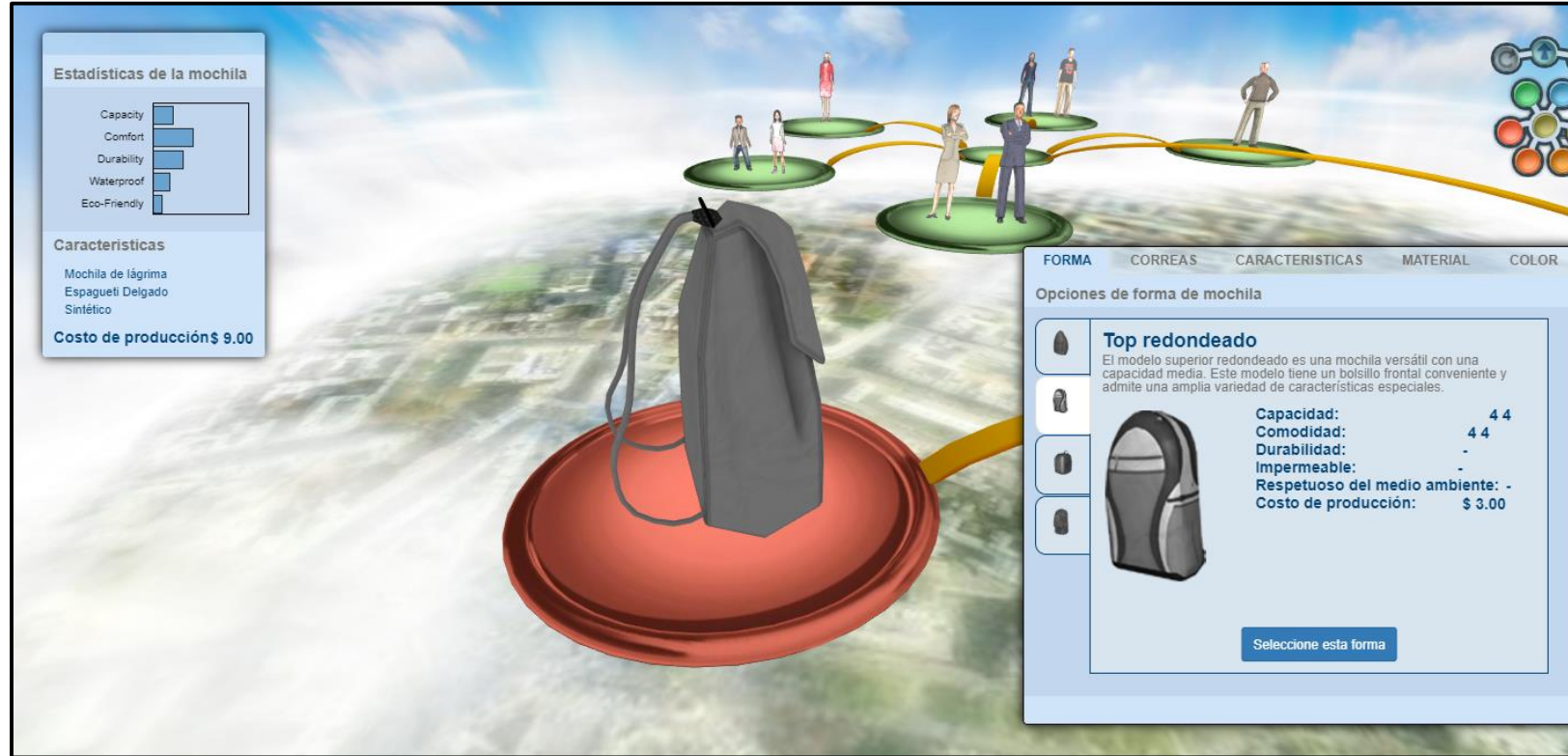
En su rol de gerente de marketing, usted es responsable de lanzar una nueva línea de mochilas en un mercado competitivo.
¿Estás preparado para el reto?

Antes de finalizar tu primer turno, asegúrate de ...

- Seleccione su **segmento de mercado objetivo**
- Diseña tu **mochila**
- Establecer un **precio**
- Elige tus opciones de **distribución**
- Seleccione sus mensajes de beneficios de **posicionamiento**
- Compra de medios **publicitarios**

Empezar

Simulador Práctica Marketing (4P's)



Simulador Práctica Marketing (diseño del maletín)

Metodología

Método Descriptivo

Metodología aplicada en la experiencia significativa que se utiliza para recoger, organizar, resumir, presentar y analizar los resultados de las observaciones. Este método implica la recopilación y presentación sistemática de datos para dar una idea clara de una determinada situación.

En el estudio descriptivo el propósito es describir situaciones y eventos de las experiencias en las Videoclases.

Impacto

Logros Propuestos

- Analizar los segmentos de mercado.
- Seleccionar el segmento de mercado idóneo para el producto (maletín).
- Diseño del producto con base en las necesidades del segmento de mercado.
- Establecer el precio de venta del producto de acuerdo al precio promedio de compra del segmento de mercado y precio de venta de los canales de distribución.
- Elegir los canales de distribución óptimos para el alcance del segmento de mercado.
- Analizar e interpretar los resultados financieros.

Logros Obtenidos

- Analizar los segmentos de mercado.
- Seleccionar el segmento de mercado idóneo para el producto (maletín).
- Diseño del producto con base en las necesidades del segmento de mercado.
- Establecer el precio de venta del producto de acuerdo al precio promedio de compra del segmento de mercado y precio de venta de los canales de distribución.
- Elegir los canales de distribución óptimos para el alcance del segmento de mercado.

Resultados obtenidos

El simulador práctica Marketing permitió comprender los conceptos y la toma de decisiones en situaciones reales, la utilización de nuevas tecnologías en el mejoramiento del aprendizaje y competencias en los estudiantes, en pro del fortalecimiento institucional.

Dificultades

Se presentaron dificultades de conexión en las Videoclases.

No alcanzar los logros propuestos en el total de estudiantes matriculados en el módulo, por razones laborales y ausentismo en la participación de actividades del módulo.

Recomendaciones y conclusiones

Conclusiones

El simulador traslada al estudiante al mundo real a desempeñar el papel de Gerente de Marketing, le permite observar, experimentar, analizar y tomar decisiones con base en sus habilidades de marketing en un entorno competitivo.

Recomendaciones

Fomentar el acompañamiento de simuladores, trabajos de campo y experiencias reales que faciliten el proceso del conocimiento, aprendizaje e innovación que aporta a nuestro proceso de construcción y desarrollo de nuevas estrategias de afianzamiento y autoconocimiento de los estudiantes.



Segmento de Mercado



Producto

Estadísticas de la mochila

Capacity	██████████
Comfort	██████████
Durability	██████████
Waterproof	██████████
Eco-Friendly	██████████

Características

- Rounded Top
- Wide Padded
- Synthetic

Costo de producción
\$12.00

FORMA CORREAS CARACTERÍSTICAS MATERIAL COLOR

Opciones de color de la mochila

- Black
- Blue
- Green
- Red
- Tan

Precio



Precios

Establecer precio unitario

Precio unitario:

Costos y márgenes

Costo de producción por unidad: \$ 12.00

Margen por unidad: \$ 18.00

Márgenes de beneficio del distribuidor

Directo: \$ 18.00

Precio

- Precio de Venta del Producto
- Utilidad del Producto 40%
- Precio Venta = $\frac{\text{Costo del producto}}{(1-\%Utilidad)} = \frac{\$35.000}{1-0,40}$
- Precio de Venta = $\frac{\$35.000}{0,60} = \58.333 pesos



Plaza Distribución



Promoción

Mensaje de Posicionamiento para el segmento del mercado.

Posicionamiento

Seleccionar mensaje (s) de beneficio

Divertido	Lujoso	Alta calidad
Gran valor	Difícil	Máximo rendimiento
Inteligente	Seguro	Profesional
Clásico	Miedoso	Ligero
Respetuoso del medio ambiente	Innovador	De moda

Características del mensaje

Competitiveness	Luxury
Consistency	Outdoor
Clarity	Commuters
	University
	Children

ML Backpacks - 1st Quarter, 2020 (Turn 1 of 100) Fin del turno

Medios publicitarios correctos para la campaña publicitaria.

Promoción

The screenshot displays a media buying interface with the following components:

- Media Campaign Summary:**
 - Total Campaign Cost: \$0.00
 - % of Bank Balance: 0.00%
 - % of Q1 Revenue: 0.00%
 - Total Reach: 0
- Demographic Reach Table:**

Demographic	Reach
Male 18-24	0
Female 18-24	0
Male 25-34	0
Female 25-34	0
Male 35-44	0
Female 35-44	0
Male 45-54	0
Female 45-54	0
- Vehicle Selection:** IMPRESIÓN, INTERNET, TELEVISIÓN, RADIO, PÓSTER
- Selected Vehicle: Impresión**
 - Vehículos de medios impresos**
 - Imprimir: Diario financiero**
 - Misión editorial:** An international daily business paper focusing on financial news and economic issues.
 - Demographic Reach:**
 - Luxury: 0
 - Outdoor: 0
 - Commuters: 0
 - University: 0
 - Children: 0
 - Circulation:** 13,485
 - Rate:** 650.00
 - Quarterly Cost:** \$0.00
 - Campaign Cost:** \$0.00
- Establecer frecuencia:** Anuncios de página completa. Options: 0x, 1x, 2x, 4x, 8x.

- Footer:** ML Backpacks - 2nd Quarter, 2020 (Turn 2 of 100) | Info | Tabla de clasificación | Fin del turno

Proyecto Emprendimiento BomBom Tortas con el amor de casa

Instagram

Buscar

Iniciar sesión Registrarte

bombom.col Seguir

30 publicaciones 549 seguidores 1,000 seguidos

BomBom.col
Bienvenidos a BomBom
Hecho en casa, con amor
Bucaramanga Tienda virtual
Whatsapp 3046292016
LINK DIRECTO WHATSAPP
wa.me/573046292016?text=%C2%A1Hola%21+Me+interesa+uno+de+tus+produc...

Cientes Bo... Tortas Bandejas Caja dulcer... Concursos... Toppings Proximame...

Estudiante. Karol Nicole Páez Bonilla

Proyecto Emprendimiento BomBom Tortas con el amor de casa



Referencias bibliográficas

<https://forjandocaminos8.wixsite.com/marketing>

<https://www.youtube.com/watch?v=0cWpf-Nri4w>

<https://www.youtube.com/watch?v=oOdgEqOOzd8>

<https://www.instagram.com/bombom.col/?hl=es-la>

GRACIAS

Calle 58 # 32-16
Bucaramanga / Santander

Tel: (7) 6431301

www.fitec.edu.co