



Cronograma del Seminario de Plan de Marketing: Lanzamiento de Productos

Semana	Día	Fecha	Contenido Programático	Evaluaciones del tema
1	Lunes	22-Sep	Unidad I: Lanzamiento del Producto	
2	Lunes	29-Sep	Unidad I: Lanzamiento del Producto	
3	Lunes	06-Oct	Unidad I: Lanzamiento del Producto	
4	Lunes	13-Oct	Unidad I: Lanzamiento del Producto	Análisis de Casos
5	Lunes	20-Oct	Unidad I: Lanzamiento del Producto	
6	Lunes	27-Oct	Unidad I: Lanzamiento del Producto	
7	Lunes	03-Nov	Unidad I: Lanzamiento del Producto	
8	Lunes	10-Nov	Unidad II: Objetivos y Estrategia - Segmentación y Posicionamiento	Examen
9	Lunes	17-Nov	Unidad II: Objetivos y Estrategia - Segmentación y Posicionamiento	
10	Lunes	24-Nov	Unidad II: Objetivos y Estrategia - Segmentación y Posicionamiento	
11	Lunes	01-Dic	Unidad III: Marketing Operativo o Marketing Mix.	Exposición
12	Lunes	08-Dic	Unidad III: Marketing Operativo o Marketing Mix.	
13	Lunes	12-Ene	Unidad III: Marketing Operativo o Marketing Mix.	
14	Lunes	19-Ene	Unidad III: Marketing Operativo o Marketing Mix.	
15	Lunes	26-Ene	Unidad III: Marketing Operativo o Marketing Mix.	
16	Lunes	02-Feb	Unidad IV: Fase Final del Plan de Marketing	Exposición
17	Lunes	09-Feb	Unidad IV: Fase Final del Plan de Marketing	
18	Lunes	16-Feb	Unidad IV: Fase Final del Plan de Marketing	Trabajo Grupal

Resumen de las Evaluaciones	
	Cantidad
Asistencia y Participación en clase	
Análisis de Casos	2
Examen	1
Trabajo Grupal	1
Exposición	2
Total Evaluaciones	6

La Evaluación Formativa se efectuará en las entregas parciales de los proyectos a ser desarrollados

La Evaluación Diagnóstica se efectuará al inicio de cada a clase a través de preguntas de indagación

%

20%

20%

10%

10%

30%

%
10%
20%
20%
30%
20%
100%