

## IV Prueba de grado. Análisis y Planeamiento Estratégico del Mercado

### Descripción:

Se solicita la realización de un estudio de mercado sobre un tema específico relacionado con el Mercadeo y la Publicidad. El postulante deberá establecer un diagnóstico de la situación o problema a investigar que le permita generar un planteamiento de solución a la problemática presentada.

Una vez realizada la investigación, el postulante deberá efectuar el planteamiento estratégico requerido para dar respuesta a la problemática identificada o viabilidad al proyecto asignado (**propuesta**).

Esta prueba de grado no representa la aplicación de lo aprendido en un curso del plan de estudios en particular, sino más bien la puesta en práctica de los conocimientos adquiridos en los diferentes cursos que contempla la carrera. Es decir, el o la postulante se convierte en un(a) asesor(a) para el cumplimiento de lo establecido desde la perspectiva académica y empresarial. Si bien es cierto la prueba conlleva una mayor parte académica no se debe dejar de lado la expectativa que se genera con la investigación que se plantea para el proyecto en particular.

Siendo así, el postulante debe cumplir con la aplicación de instrumentos de recolección de datos, la redacción de un documento que presente una investigación formal y la presentación para la defensa oral del proyecto.

### Del tiempo:

La asignación del tema será el día asignado según el calendario de la convocatoria, vía correo electrónico a su cuenta institucional. En ese momento se le entregará un documento con la asignación del tema, descripción de la prueba y la tabla de evaluación de esta, así como la hora para su entrega digital (Moodle) y la hora o cita para su defensa en el lugar asignado (sede y aulas).

El proyecto tendrá dos fechas de entrega. Una para la entrega digital y la otra para la defensa. Debe ser puntual.

Una vez se le asigna el tema, el o la estudiante tiene tiempo para preparar el proyecto hasta el segundo jueves para hacer la entrega digital y hasta el viernes siguiente para su defensa.

### De la entrega digital:

La entrega digital se hará a través de Moodle el segundo jueves después de haberse asignado el tema. La hora límite será a las 9pm, sin embargo, la carpeta de entrega estará habilitada desde el día de la asignación. Debe entregar un único PDF con el documento completo según la guía entregada al momento de la asignación.

La falta de entrega digital de la Prueba, en la plataforma designada, la dará automáticamente por perdida.

### **De la defensa:**

El trabajo se defenderá ante un tribunal el segundo viernes después de la fecha establecida para la entrega de los temas (un día después de la entrega digital). La hora y lugar de la defensa vendrán estipulados en la misma asignación del tema para su prueba de grado, vía correo electrónico a su cuenta institucional UH. Ese mismo día se hará la exposición, presentación y defensa pública de la propuesta.

Se reservarán dos aulas aledañas para la realización de las pruebas. Los y las postulantes deben estar preparados cuando se presente el tribunal en la hora asignada para el inicio de las pruebas. Para esto, deberán presentarse al menos 20 minutos antes de su hora asignada para preparar el espacio y esperar al jurado calificador según el orden de convocatoria, de forma que mientras uno (a) expone el o la otra (o) se esté preparando en el aula contigua.

El tiempo de preparación previo incluye, probar la presentación o material de apoyo. Debe considerar la defensa del proyecto completo ante el tribunal como si lo hiciera ante el cliente final y tomar todas las consideraciones que considere pertinentes.

Es indispensable entregar el documento digital completo el día previo, según las indicaciones dadas en la asignación, de no ser así se dará por perdida la prueba automáticamente, aunque el postulante se presente para su defensa. Este documento es necesario para que el jurado evalúe la Prueba.

Si el o la postulante no se ha presentado luego de 20min de la cita asignada, se tomará como ausencia y no se recibirá su prueba, sin excepción. La ausencia del postulante en la entrega de la Prueba la dará automáticamente por perdida.

Para su defensa debe presentarse con traje formal ejecutivo, de acuerdo con la seriedad del evento. La defensa del proyecto ante el tribunal examinador e invitados tiene una duración máxima de 45 minutos, que incluyen la presentación de su propuesta y las preguntas del jurado. Deberá traer una presentación digital con la información básica para la defensa. El equipo digital se encontrará en el aula asignada, si requiere de equipo especial adicional deberá proporcionarlo o solicitarlo con antelación (al menos una semana antes).

El tribunal calificador estará compuesto por la o el Director de la Carrera de Publicidad y uno o dos profesores(as) de la carrera.

### **Elementos por evaluar:**

- Coherencia entre las etapas propias de la investigación
- Dominio del formato de citación según APA 7ª edición
- Óptima claridad en la redacción
- Dominio ortográfico y gramatical
- Calidad en la formulación del problema de investigación
- Coherencia de los objetivos propuestos
- Alta calidad en el marco teórico desarrollado

- Efectivo desarrollo de la metodología
- Coherencia entre objetivos, instrumentos y análisis de datos
- Relevancia de las conclusiones ante el problema propuesto
- Coherencia entre las conclusiones y las recomendaciones propuestas
- Relevancia de aportes de la investigación para toma de decisiones
- Efectividad de la propuesta
- Coherencia en el planteamiento estratégico
- Asertiva distribución del presupuesto
- Habilidades expositivas para la defensa del proyecto
- Material de apoyo para la exposición del proyecto
- Capacidad para responder profesional y técnicamente al jurado
- Presentación personal adecuada a la ocasión

### **Bibliografía**

Por tratarse de conocimientos y destrezas de aplicación general durante la carrera, no se recomienda bibliografía específica, no obstante, en la biblioteca de la universidad encontrará suficiente material de referencia teórica y práctica, que abarcan temas como: Investigación de Mercados, Mercadotecnia, Planeamiento Estratégico, Promoción y Publicidad, entre otros.