

Trabajo de grado II

Economía, Administración & Contaduría | Mercadeo

Descripción del Curso

DESCRIPCIÓN

Este curso de Mercadeo ofrece una visión integral de la disciplina, combinando fundamentos teóricos con prácticas aplicadas para que los estudiantes puedan analizar, planificar y ejecutar estrategias de mercadeo en contextos reales. La estructura por unidades permite un desarrollo progresivo de competencias, desde el reconocimiento de problemas de mercado y la generación de soluciones, hasta la comunicación y defensa de hallazgos ante audiencias académicas. En particular, la Unidad 4, Comunicación y defensa de hallazgos ante audiencias académicas, se centra en comunicar de forma eficaz los hallazgos y defenderlos ante audiencias especializadas, mediante un informe escrito claro y una defensa oral convincente, manejando preguntas y utilizando técnicas de presentación. El curso enfatiza el pensamiento crítico, la investigación fundamentada, la capacidad de síntesis y la habilidad para comunicar resultados de manera persuasiva. Se dirige a estudiantes mayores de 17 años que buscan desarrollar habilidades para analizar, interpretar y presentar información de mercadeo de forma rigurosa y ética, en contextos académicos y profesionales.

Competencias

COMPETENCIAS

- Analizar críticamente situaciones de mercadeo y proponer soluciones fundamentadas en evidencia.
- Aplicar métodos de investigación de mercados para segmentación, posicionamiento y evaluación de resultados.
- Desarrollar y redactar informes escritos claros, estructurados y persuasivos que sintetizen hallazgos y recomendaciones.
- Planificar y ejecutar defensas orales estructuradas de hallazgos, con apoyo visual (diapositivas) y manejo de preguntas.
- Comunicar de forma eficaz ante audiencias académicas, adaptando el mensaje al contexto y al nivel de especialización.
- Trabajar en equipo, gestionar proyectos y cumplir con plazos establecidos.
- Aplicar pensamiento crítico y ética profesional en la interpretación y presentación de datos.

Requerimientos

REQUERIMIENTOS

- Conocimientos previos en fundamentos de mercadeo y estadística básica.

- Habilidades de lectura y escritura en español; capacidad para sintetizar información compleja.
- Acceso a internet y a una computadora con herramientas de procesamiento de texto y presentaciones (p. ej., Word/Docs y PowerPoint/Keynote).
- Disponibilidad de tiempo para lectura, investigación y desarrollo de informe escrito y defensa oral.
- Capacidad para trabajar en equipo y participar activamente en actividades prácticas y evaluaciones.
- Acceso y uso de la plataforma de aprendizaje institucional para entregas y retroalimentación.

Unidades del Curso

Unidad 1: Unidad 1: Técnicas de recopilación y análisis de datos para trabajo de grado II

Objetivos de Aprendizaje

- Identificar y justificar métodos adecuados de recopilación de datos para el tema de grado II.
- Diseñar y validar instrumentos de recolección (cuestionarios, guiones, fichas) y definir un plan de muestreo.
- Aplicar técnicas de análisis de datos cualitativos y cuantitativos para interpretar evidencia y extraer hallazgos.

Contenidos Temáticos

1. **Tema 1:** Descripción: Planificación de la recopilación de datos, consideraciones éticas y selección de métodos compatibles con el tema de investigación.
2. **Tema 2:** Descripción: Diseño y validación de instrumentos de recolección (cuestionarios, guiones, fichas), asegurando validez y confiabilidad.
3. **Tema 3:** Descripción: Técnicas de muestreo y determinación del tamaño de muestra acorde al marco y objetivo del estudio.
4. **Tema 4:** Descripción: Técnicas de análisis de datos (descriptivo, cualitativo, triangulación) para generar evidencia sólida.

Actividades

- **Taller: Diseño de un plan de recopilación** — En equipos, se define el marco, los tipos de datos, instrumentos y cronograma. Se discuten aspectos éticos y viabilidad. Aprendizajes clave: selección de métodos adecuados y cobertura de variables clave.
- **Laboratorio: Construcción y validación de instrumentos** — Se elaboran cuestionarios o guiones, se realiza prueba piloto y se evalúa confiabilidad. Aprendizajes clave: prueba de instrumentos y ajustes para mejorar fiabilidad.
- **Ejercicio: Muestreo y tamaño de muestra** — Cálculo de tamaño de muestra y selección de técnica de muestreo acorde al diseño. Aprendizajes clave: justificar la muestra y evitar sesgos.
- **Análisis de datos de ejemplo** — Se analizan datos simulados o reales para obtener evidencia y redactar un informe mínimo de hallazgos. Aprendizajes clave: interpretación inicial y síntesis de resultados.

Evaluación

- Rúbrica de plan de recopilación y justificativa metodológica (30%)
- Instrumentos de recolección diseñados y validados (30%)
- Informe de análisis de datos y presentación de evidencia (20%)
- Participación y desempeño en actividades de aprendizaje activo (20%)

Unidad 2: Unidad 2: Interpretación crítica de resultados y recomendaciones de mercadeo, con implicaciones teóricas y prácticas

Objetivos de Aprendizaje

- Analizar la coherencia entre resultados y objetivos de la investigación.
- Identificar limitaciones metodológicas y de contexto que afecten la validez de las conclusiones.
- Proponer recomendaciones de mercadeo basadas en evidencia y discutir sus implicaciones teóricas y prácticas.

Contenidos Temáticos

1. **Tema 1:** Descripción: Interpretación de resultados y determinación de relaciones entre variables.
2. **Tema 2:** Descripción: Identificación de limitaciones y sesgos, y su impacto en la generalización.
3. **Tema 3:** Descripción: Desarrollo de recomendaciones de mercadeo alineadas con hallazgos y necesidades del mercado.
4. **Tema 4:** Descripción: Implicaciones teóricas y prácticas de los resultados para la disciplina y la práctica profesional.

Actividades

- **Análisis crítico de resultados:** Sesión en la que se examinan resultados simulados o reales, se discuten interpretaciones y se identifican limitaciones y sesgos. Aprendizajes clave: pensamiento crítico y argumentación basada en evidencia.
- **Mapa de recomendaciones de mercadeo:** Elaboración de un conjunto de recomendaciones de mercadeo derivadas de los hallazgos, con justificación teórica y práctica. Aprendizajes clave: traducción de evidencia en acciones de mercadeo.
- **Discusión de implicaciones teóricas y prácticas:** Debate estructurado sobre cómo los hallazgos enriquecen la teoría y qué impactos prácticos tiene para el sector. Aprendizajes clave: comunicación de alcance teórico y aplicabilidad.

Evaluación

- Rúbrica de interpretación y discusión de resultados (40%)
- Calidad de las recomendaciones de mercadeo y su justificación (30%)
- Identificación de limitaciones y su impacto (20%)

- Participación en debates y aportes críticos (10%)

Unidad 3: Unidad 3: Redacción del informe final de grado II y normas de citación institucional

Objetivos de Aprendizaje

- Diseñar la estructura del informe final y desarrollar cada sección con claridad y cohesión.
- Aplicar normas de citación y referencias de acuerdo con la guía institucional (estilo preferido).
- Realizar revisiones de estilo, gramática y formato para asegurar una presentación profesional.

Contenidos Temáticos

1. **Tema 1:** Descripción: Estructura del informe final: portada, resumen, introducción, metodología, resultados, discusión, conclusiones y referencias.
2. **Tema 2:** Descripción: Normas de citación y manejo de referencias (paráfrasis, citas textuales, gestión de bibliografía).
3. **Tema 3:** Descripción: Estilo institucional y pautas de presentación (formato, tablas, figuras, índices).
4. **Tema 4:** Descripción: Revisión, edición y control de calidad del borrador final.

Actividades

- **Elaboración del borrador de secciones clave:** Redacción de introducción, metodología y resultados con revisión por pares. Aprendizajes clave: claridad, cohesión y coherencia argumental.
- **Aplicación de normas de citación:** Ejercicios de citación y referencias; verificación de formato y consistency. Aprendizajes clave: integridad académica y precisión.
- **Revisión de estilo y formato:** Edición de estilo, corrección de estilo institucional y presentación final de tablas y figuras. Aprendizajes clave: presentación profesional.

Evaluación

- Calidad y cohesión del informe final (40%)
- Acervo de referencias y precisión de citación (30%)
- Conformidad con normas de estilo institucional (20%)
- Revisión y edición del borrador (10%)

Unidad 4: Unidad 4: Comunicación y defensa de hallazgos ante audiencias académicas

Objetivos de Aprendizaje

- Desarrollar habilidades de comunicación escrita para presentar resultados de forma clara y persuasiva.

- Diseñar y presentar una defensa oral estructurada, con apoyo en diapositivas y manejo de preguntas.
- Gestionar la interacción con la audiencia y responder con rigor a las intervenciones.

Contenidos Temáticos

1. **Tema 1:** Descripción: Preparación de un informe escrito claro y persuasivo para audiencias académicas.
2. **Tema 2:** Descripción: Diseño de la defensa oral: estructura, ritmo, lenguaje y apoyo visual.
3. **Tema 3:** Descripción: Técnicas de manejo de preguntas y respuestas, y manejo de posibles objeciones.
4. **Tema 4:** Descripción: Presentación ante audiencias y prácticas de desempeño en escenario simulado.

Actividades

- **Redacción de secciones finales y resumen ejecutivo:** Elaboración de un informe escrito claro y conciso, con foco en hallazgos y recomendaciones. Aprendizajes clave: claridad, precisión y coherencia.
- **Simulación de defensa oral:** Presentación ante un panel simulado, con diapositivas, manejo del tiempo y respuestas a preguntas. Aprendizajes clave: comunicación oral persuasiva y control escénico.
- **Sesión de preguntas y respuestas:** Entrenamiento en respuesta a preguntas difíciles y manejo de retroalimentación. Aprendizajes clave: capacidad de razonamiento bajo presión y defensa de conclusiones.

Evaluación

- Calidad del informe escrito y claridad de la defensa (45%)
- Habilidad de presentar y defender ante el panel (35%)
- Capacidad de manejo de preguntas y respuestas (15%)
- Participación en simulaciones y mejoras (5%)