

---

## Innovación y estrategia.

### Los desafíos y las problemáticas de los emprendedores.

#### Consigna

Los alumnos deberán elegir un producto que consideren innovador dentro del mercado nacional (Argentina), atendiendo a cuestiones de: satisfacción de necesidades y deseos del público objetivo, relevancia de la idea, puesta en marcha y desarrollo del emprendimiento convertido –según el criterio del equipo– en un negocio.

**Los alumnos deberán “reformular” el producto elegido y relacionarlo con un artículo.**

#### Desarrollo

En equipos de hasta 4 personas.

- Reseñar el producto (introducción).
- Detallar los componentes innovadores del producto en función de la necesidad que satisface a su público objetivo.
- Estudiar la situación de la empresa (FODA).
- Identificar los Niveles de Producto (Kotler).  
niveles 1 a 3
- Reformular el producto.  
nivel 4
- Relacionar el caso estudiado con el artículo “El arte de fallar” de Carlos Osorio.

#### Preguntas guía para poder relacionar con el artículo

- ¿El producto elegido fue pensado como un desafío o como una idea?
- ¿La innovación fue planificada?
- ¿Hicieron algo más que escuchar al cliente?
- ¿Saben si existieron prototipos del producto elegido para aprender de las fallas?

*Estas preguntas funcionan como una guía, los alumnos puede tenerlas o no en cuenta a la hora de relacionar su producto con el artículo.*

#### Objetivos

- Detectar productos innovadores en un mercado predeterminado para públicos objetivos (nichos).
- Detectar la generación de emprendimientos convertidos en negocios.
- Reformular productos.
- Reflexionar acerca del mundo actual y futuro de los negocios.

#### Evaluación

- COE (Comunicación Oral y Escrita).
- Elección de un producto innovador.
- Necesidad satisfecha.
- Determinación del P.O (público objetivo).
- Reformulación del producto.
- Relación del producto con un artículo.

Presentación al Foro en clase  
Técnica pitching

#### Cronograma

Se entrega a los alumnos por separado.

*Los trabajos se reciben dentro de los primeros 35 minutos de la clase, sin excepciones.*

#### Recursos

El arte de fallar, artículo entregado por el docente.

---

#### Notas al pie

/ La elección del producto es esencial para el desarrollo del TP. No lo elijan al azar.

/ Un producto elegido porque sí, sin atender a la necesidad que satisface ni en relación a un nicho; no es un producto bien elegido.



Alumnos

---

---

---

**Análisis, reformulación  
y relación con un artículo(70%)**

Elección del producto  
-innovación-

Determinación  
del mercado y público objetivo

Relación con MO y PO  
¿cómo se verifica?

Matriz FODA

Niveles de producto

**Reformulación del producto**

Relación con el artículo

**Presentación y contenido  
(30%)**

Respetar el formato solicitado,  
incluye todos los elementos

Expresa las ideas  
de manera adecuada

La redacción y la ortografía  
son correctas

Presentación oral

**Evaluación**

Observaciones

---

---

---

---

---

---

## Los servicios. Marketing y Sistema de Servicios.

Los alumnos deberán elegir un servicio que consideren innovador dentro del mercado nacional (Argentina), atendiendo a cuestiones de: satisfacción de necesidades y deseos del público objetivo, relevancia de la idea, puesta en marcha y desarrollo del emprendimiento convertido –según el criterio del equipo– en un negocio.

**Los alumnos deberán “reformular” el servicio elegido en base a los datos recolectados.**

### Desarrollo

En equipos de hasta 4 personas.

- Reseñar el servicio (introducción).
- Sintetizar el trabajo de campo (contestando el cuestionario).
- Reformular el servicio.
- Redactar una conclusión (relacionar el “trabajo de campo” con la posterior “reformulación” del servicio).

*Los alumnos deberán obtener datos del servicio a través del “trabajo de campo” contestando el siguiente cuestionario:*

- ¿Qué experiencia se llevaron de la marca?
- ¿Se relaciona con su público objetivo? ¿Cómo?
- ¿Qué experiencia se llevaron del servicio?
- ¿Se relaciona con su público objetivo? ¿Cómo?
- ¿Cómo era el local? (describir, localizar, cuantificar; ambientación, tamaño, ubicación, limpieza)
- ¿Cuáles elementos del servicio pudieron identificar como visibles y cuáles como no visibles?
- ¿Esperaron mucho tiempo? (cuantificar la demanda)
- ¿Cómo era el nivel de participación del cliente? Graficar y justificar.
- ¿Cómo era el nivel de implicación del personal de contacto? Graficar y justificar.
- ¿Cuál componente del triángulo de marketing creen que está funcionando mejor y cuál creen que está funcionando peor? Fundamentar.

**En base a estas respuestas,**

los alumnos deberán mejorar el servicio y redactar una conclusión sobre la experiencia en relación a los servicios y el trabajo de campo.

*Incorporar material fotográfico como registro de la experiencia (obligatorio).*

### Objetivos

- Detectar servicios innovadores en un mercado predeterminado para públicos objetivos (nichos).
- Reformular servicios.
- Reflexionar acerca del mundo actual y futuro de los negocios.

### Evaluación

- COE (Comunicación Oral y Escrita).
- Elección de un servicio innovador.
- Necesidad satisfecha.
- Determinación del P.O (público objetivo).
- Recolección de datos a partir de una técnica.
- Reformulación de un servicio.
- Conclusión.

**Presentación al Foro en clase**  
**Técnica pitching**

### Cronograma

Se entrega a los alumnos por separado.

*Los trabajos se reciben dentro de los primeros 35 minutos de la clase, sin excepciones.*

---

### Notas al pie

/ La elección del servicio es esencial para el desarrollo del TP. No lo elijan al azar.

/ Disfruten del “trabajo de campo”, aprovechen la salida para divertirse y conocerse mejor.

# #2

Materia: Comercialización 2  
1º cuatrimestre 2020  
**Universidad de Palermo.** Paula Ripoll

Alumnos

<b>Análisis y reformulación (70%)</b>		<b>Presentación y contenido (30%)</b>	
Elección del servicio -innovación-	<input type="text"/>	Respeto el formato solicitado, incluye todos los elementos	<input type="text"/>
Determinación del público objetivo	<input type="text"/>	Expresa las ideas de manera adecuada	<input type="text"/>
Relación con el público objetivo ¿cómo se verifica?	<input type="text"/>	La redacción y la ortografía son correctas	<input type="text"/>
<b>Trabajo de campo</b>		<hr/>	
Análisis del entorno (physical)	<input type="text"/>	Presentación oral	<input type="text"/>
Elementos visibles/invisibles	<input type="text"/>		
Demanda (espera)	<input type="text"/>		
Participación del cliente	<input type="text"/>		
Personal de contacto	<input type="text"/>		
Triángulo de marketing	<input type="text"/>		
<b>Reformulación del servicio</b>	<input type="text"/>		
<b>Conclusión</b>	<input type="text"/>		
			<input type="text"/>

**Evaluación**

Observaciones

---

## Los negocios digitales.

### Nuevos modelos de negocio digitales para inspirarte e innovar.

#### Consigna

Los alumnos deberán elegir un modelo de negocio digital que considere innovador dentro del mercado nacional (Argentina), atendiendo a cuestiones de: satisfacción de necesidades y deseos del público objetivo, relevancia de la idea, puesta en marcha y desarrollo del emprendimiento seleccionado.

#### El equipo deberá “repensar” el negocio digital elegido.

Los alumnos también deberán reformular el ecosistema digital en función del nuevo negocio propuesto.

#### Desarrollo

- En equipos de hasta 4 personas.
- Reseñar el negocio digital (introducción).
  - Detallar los componentes innovadores del negocio en función de la necesidad que satisface a su público objetivo.
  - Detallar el modelo de negocio
  - Detallar la obtención de ingresos.
  - Detallar el tipo de compañía.
  - Registrar acciones de SEO-SEM y CRM.
  - Graficar el ecosistema digital existente.

#### Además

- Repensar el negocio digital.
- Reformular el ecosistema digital.

*Incorporar imágenes capturadas de Internet para registrar el análisis del negocio (obligatorio).*

#### Objetivos

- Detectar modelos de negocios digitales innovadores en un mercado predeterminado para públicos objetivos (nichos).
- Detectar la generación de emprendimientos convertidos en negocios.
- Reformular negocios digitales.
- Reflexionar acerca del mundo actual y futuro de los negocios.

#### Evaluación

- COE (Comunicación Oral y Escrita).
- Elección de un negocio digital innovador.
- Necesidad satisfecha.
- Determinación del P.O (público objetivo).
- Recopilación de datos del modelo existente.
- Reformulación del negocio digital.
- Reformulación del ecosistema digital.

*Presentación al Foro en clase  
Técnica pitching*

#### Cronograma

Se entrega a los alumnos por separado.  
*Los trabajos se reciben dentro de los primeros 35 minutos de la clase, sin excepciones.*

---

#### Notas al pie

- / La elección del negocio digital es esencial para el desarrollo del TP. No lo elijan al azar.
- / El marketing digital es una herramienta indispensable a la hora de pensar negocios en la actualidad, pero también a la hora de repensar negocios existentes en relación a los nuevos modelos de comunicación con “audiencias”.

Alumnos

---

---

---

**Análisis y reformulación  
(70%)**

Elección del negocio -innovación-	<input type="text"/>
Determinación del P.O	<input type="text"/>
Relación con el P.O	<input type="text"/>

**Negocio digital**

Modelo de negocio -siglas-	<input type="text"/>
Obtención de ingresos	<input type="text"/>
Tipo de compañía	<input type="text"/>
SEO-SEM	<input type="text"/>
CRM	<input type="text"/>
Ecosistema digital	<input type="text"/>

**Reformulación del negocio**

**Reformulación del ecosistema digital**

**Presentación  
y contenido (30%)**

Respeto el formato solicitado, incluye todos los elementos	<input type="text"/>
Expresa las ideas de manera adecuada	<input type="text"/>
La redacción y la ortografía son correctas	<input type="text"/>

---

Presentación oral

**Evaluación**

Observaciones

---

---

---

---

---

## El Plan de Negocios y los grandes números. Factibilidades técnicas y económicas.

### Consigna

Los alumnos recibirán una simulación por parte del docente para su reformulación.

Los alumnos desarrollarán un nuevo "tipo de postre" pensado para satisfacer a un público mucho más específico (de nicho).

Los alumnos deberán ser capaces de mejorar, a partir de la revisión, el emprendimiento propuesto.

### Desarrollo

En equipos de hasta 4 personas.

- Reenfocar el producto helado a un público objetivo en base a una nueva necesidad
- Revisar las factibilidades técnicas (elaboración, maquinarias y herramientas)
- Revisar las factibilidades de recursos (materias primas y proveedores)
- Revisar las factibilidades de recursos (humanos, socios, empleados)
- Revisar la inversión inicial
- Revisar los costos fijos y variables
- Revisar el punto de equilibrio, el precio y la demanda

*Incorporar los datos numéricos a modo de tablas para mejorar su comprensión (obligatorio).*

*Incorporar fuentes para verificar los datos técnicos y económicos aportados (obligatorio).*

### Luego de las revisiones sugeridas, los alumnos desarrollarán un nuevo modelo que contemple:

- 1) Una reseña del nuevo producto.
- 2) Definición del M.O y P.O
- 3) ¿Es posible fabricarlo? ¿cómo? ¿con qué? ¿con quién?
- 4) ¿Qué se necesitará como inversión inicial?
- 5) ¿Cuáles son los costos para comercializar y fabricar el producto? Fijos y Variables
- 6) ¿A qué precio piensan venderlo? ¿Porqué?
- 7) ¿Cuántos postres necesitan fabricar y vender para llegar al punto de equilibrio (P.E)?
- 8) ¿Pueden pronosticar una demanda?

### Objetivos

- Detectar posibles fallas a partir de un modelo básico entregado por el docente.
- Reconocer factibilidades.
- Reformular costos, calcular y fijar precios.
- Determinar puntos de equilibrio.
- Proyectar financieramente un emprendimiento aún en tiempos de crisis inflacionarias.

### Evaluación

- CE (Comunicación Escrita)
- Alternativas al producto propuesto.
- Detección de fallas.
- Propuesta de soluciones / mejoras
- Evaluación de factibilidades.

### Cronograma

Se entrega a los alumnos por separado.

*Los trabajos se reciben dentro de los primeros 35 minutos de la clase, sin excepciones.*

---

### Notas al pie

/ No dejen de lado una parte fundamental para el éxito de un emprendimiento: el dominio de los fundamentos contables y financieros. Sin embargo al llegar a los números también nos enfrentamos con las factibilidades no solo económicas, sino técnicas, productivas y de recursos; tanto de materia prima como de mano de obra.

# #4

Materia: Comercialización 2  
1º cuatrimestre 2020  
**Universidad de Palermo.** Paula Ripoll

Alumnos \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## Análisis y reformulación (70%)

Reformulación del producto  
(atiende a una necesidad de nicho)

Determinación  
de M.O y P.O

### Factibilidades

Factibilidades técnicas

Factibilidades de recursos  
(materias primas)

Factibilidades de recursos  
(humanos)

### Tablas

Inversion inicial

Costos Fijos

Costos Variables

P.E (Punto de quilibrio)

Fijación de Precio

Estimación de la demanda

## Presentación y contenido (30%)

Respeto el formato solicitado,  
incluye todos los elementos

Expresa las ideas  
de manera adecuada

La redacción y la ortografía  
son correctas

Presentación oral

**Evaluación**

Observaciones \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



---

## **Incubación/Validación de una Idea Emprendedora –producto + servicio–** *Micro-emprendimiento (escala reducida/escalable)*

### **Consigna**

Incubar y validar una **idea emprendedora** creativa para crear un emprendimiento que comercialice **un producto** que se relacione con al menos con **un servicio**.

**El producto** y el servicio deberán satisfacer necesidades relevadas y corroboradas dentro de esta misma sede y facultad (Mario Bravo 2050).

Deberá ser útil para alguno de los integrantes de la misma sean éstos alumnos, docentes, directivos, y/o administrativos.

Asimismo y pensando en la escalabilidad futura del proyecto el alumno deberá corroborar que la necesidad exista por fuera del contexto primario y referir a fuentes de documentación que avalen datos estadísticos o tendencias en relación al producto y su nicho.

**El proyecto deberá integrar y articular todos los aspectos involucrados en los contenidos básicos de la asignatura.**

### **Desarrollo**

El trabajo se realizará de forma individual.

### **Objetivos**

- Detectar oportunidades de negocio en un contexto asignado y validarlas.
- A partir la necesidad relevada, desarrollar un producto innovador para un mercado y un público objetivo a partir de ventajas diferenciales sobre posibles productos ya existentes
- Estudiar factibilidades estratégicas.
- Analizar mercados emergentes.
- Relacionar productos con servicios añadidos.
- Reflexionar acerca del mundo actual y futuro de los negocios.

### **Evaluación – Indicadores de calidad**

#### Presentación Proyecto (100%)

- Originalidad, creatividad e innovación.
- Idea y planteo conceptual.
- Escala, desarrollo y profundidad.
- Calidad técnica y presentación formal.
- Producción colaborativa interdisciplinaria.

#### Examen Final Regular (100% Plus)

- Calidad y claridad de la presentación.
- Empleo de recursos complementarios.
- Terminología profesional y discurso disciplinar.
- Integración de conocimientos.
- Expresión y actitud.
- Autonomía y Estilo.
- Aporte profesional y académico.

---

### **Notas al pie**

/ El Trabajo Práctico Final – Proyecto Integrador se desarrolla y presenta de forma individual.

/ Es hora de que brilles por tu cuenta, ¡esmerate!

---

## **Incubación/Validación de una Idea Emprendedora –producto + servicio–** *Micro-emprendimiento (escala reducida/escalable)*

### **Primera Parte (25%)**

**El alumno deberá presentar la idea y comenzar a validarla.**

1) Encontrar una necesidad en el contexto pre-determinado y validarla  
¿Existe por fuera del contexto?  
Revisar estadísticas, tendencias y oportunidades  
*Incorporar fuentes documentales*

2) Determinar quién tiene esa necesidad  
Segmentación (M.O–P.O)

3) Generar un producto que la satisfaga  
Detallar cómo lo hará.  
Corroborar que el producto NO exista  
y si existe dotarlo de una gran ventaja diferencial.

4) Analizar detalladamente a los competidores  
–siempre existe competencia–  
Cuidado con las factibilidades  
¿Estás seguro que el producto se puede fabricar?  
¿Sabés cómo?  
¿Qué maquinarias y/o herramientas necesitás?  
¿Están disponibles las materias primas y los recursos humanos, ahora, en este mercado?

*Asegurate que puedas cuantificar el costo tanto de las máquinas que necesites como de las materias primas. También tenés que estar seguro de poder cuantificar los sueldos del personal.*

### **Segunda Parte (50%)**

**El alumno deberá desarrollar la idea, seguir validándola y adicionarle un servicio directamente relacionado al producto.**

Para el desarrollo del producto:

- 1) Misión, visión, valores.
- 2) Análisis FODA.
- 3) Niveles de producto (1/2/3 – 4)
- 4) 4P/4C
- 5) Posicionamiento

Para incorporar el servicio:

- siempre para el mismo mercado y público objetivo–
- 6) ¿Qué necesidad resuelve nuestro servicio?
  - 7) ¿De qué se trata? (breve reseña)

---

### **Notas al pie**

/ ¿Qué es el Ciclo de Asignatura en Diseño y Comunicación? si todavía tenés dudas revisá este link  
[https://www.palermo.edu/dyc/ciclo\\_asignatura/index.html](https://www.palermo.edu/dyc/ciclo_asignatura/index.html)

---

## **Incubación/Validación de una Idea Emprendedora –producto + servicio–** *Micro-emprendimiento (escala reducida/escalable)*

### **Tercera Parte (75%)**

**El alumno deberá terminar de validar la idea con la factibilidad técnica y la factibilidad económica del producto.**

#### Factibilidad Técnica

1) ¿Cómo fabrico el producto?

*Detallar el proceso de la fabricación*

– Factibilidades técnicas

*Detallar máquinas y herramientas*

– Factibilidades técnicas recursos

*Detallar materias primas*

– Factibilidades técnicas recursos

*Detallar recursos humanos*

2) ¿Cómo distribuyo el producto y dónde lo comercializo?

#### Los números detrás del mercado.

3) Inversión inicial sugerida

4) Costos Fijos y Costos Variables

5) Punto de equilibrio

6) Fijación de precio

7) Estimación de la demanda

*Incorpor los datos numéricos a modo de tablas para mejorar su comprensión (obligatorio).*

*Incorporar fuentes para verificar los datos técnicos y económicos aportados (obligatorio).*

### **Cuarta Parte (100%)**

**El alumno deberá comunicar la existencia del producto en su mercado y a su público con:**

1) Una propuesta de “naming”.

Revisar “el nombre” en relación a la teoría y los autores estudiados en clase.

2) Un breve plan de comunicación on-line y off line.

3) El plan de comunicación on-line debe contemplar el diagrama de un ecosistema digital de complejidad media.

#### **Es muy importante**

– Proponer estrategias posibles para cada uno de los planes en función de los objetivos comunicacionales y los canales de comunicación elegidos.

– Estimar alcances y costos.

---

#### **Notas al pie**

/ Se autónomo y responsable en la creación, desarrollo, presentación y proyección del Proyecto Integrador.

/ El Proyecto Integrador finaliza en la cursada, los estudiantes **no intervienen** en el Proyecto entre la aprobación de la cursada y el examen final.

Alumno \_\_\_\_\_

### Parte 1

Determinación de la necesidad	<input type="text"/>
Tendencias / Oportunidades	<input type="text"/>
Mercado y Público Objetivo	<input type="text"/>
Formulación del producto	<input type="text"/>
Competencia	<input type="text"/>
Ventaja Diferencial –innovación–	<input type="text"/>
Revisión con productos existentes Pre validación de factibilidades	<input type="text"/>

### Parte 2

Misión, visión, valores	<input type="text"/>
Análisis FODA	<input type="text"/>
Niveles de producto 4P/4C	<input type="text"/>
Posicionamiento	<input type="text"/>
<b>Incorporación del servicio</b>	
Determinación de la necesidad	<input type="text"/>
Tendencias / Oportunidades	<input type="text"/>
Formulación del servicio	<input type="text"/>

**Calificación**

### Parte 3

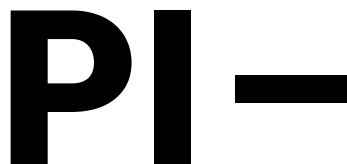
Factibilidad Técnica –fabricación–	<input type="text"/>
Factibilidad recursos –materia prima–	<input type="text"/>
Factibilidad recursos –humanos–	<input type="text"/>
Inversion inicial	<input type="text"/>
Costos Fijos y Variables	<input type="text"/>
Punto de equilibrio	<input type="text"/>
Fijación de precio / Estimación demanda	<input type="text"/>
Distribución / Comercialización	<input type="text"/>

### Parte 4

Naming	<input type="text"/>
Plan de comunicación off–line	<input type="text"/>
Plan de comunicación on–line	<input type="text"/>
Ecosistema Digital	<input type="text"/>

**Calificación**

**Plus para el Examen Final  
Momento 4**



---

Alumno \_\_\_\_\_

Parte \_\_\_\_\_

### **Feedback – Retroalimentación después de la evaluación**

**Tus fortalezas**

---

---

---

**Tus debilidades**

---

---

---

**Me preocupa**

---

---

---

**Sugerencias de mejora**

---

---

---

---

---

---

---

---

El alumno debe volver obligatoriamente a presentar su producción mejorada

SI	NO
----	----

# Evaluación de Medio Término (50%)

## Ciclo de Asignatura (Momento 2)

Estudiante:

Asignatura:

Carrera:

Título del Proyecto:

Criterios de evaluación	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
<b>Alcance del Proyecto Integrador</b> (Escala, calidad y profundidad)				
<b>Creatividad e innovación</b> (Imaginación, experimentación y estilo)				
<b>Presentación y comunicación</b> (Formalidad e interacción de lenguajes)				
<b>Dominio conceptual</b> (Teorías y conceptos)				
<b>Terminología disciplinar</b> (Vocabulario específico)				
<b>Compromiso y dedicación</b> (Interés, esfuerzo y focalización)				
<b>Actitud ante las sugerencias</b> (Escucha, reflexión y autoevaluación)				
<b>Presentismo y puntualidad</b> (Respeto, responsabilidad y formalidad)				

Proyecto individual

Proyecto grupal

Calificación final de 1 a 10

Comentarios / sugerencias para el avance del Proyecto Integrador:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

# Presentación Proyecto Integrador (100%)

Cierre de cursada / Ciclo de Asignatura (Momento 3)

Estudiante:

Asignatura:

Carrera:

Título del Proyecto:

Criterios de evaluación	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
Originalidad, creatividad e innovación				
Idea y planteo conceptual				
Escala, desarrollo y profundidad				
Calidad técnica y presentación formal				
Producción colaborativa interdisciplinaria				

Proyecto individual

Proyecto grupal

Calificación final de 1 a 10

# Examen Final Regular (100% Plus)

Ciclo de Asignatura (Momento 4)

Estudiante:

Asignatura:

Carrera:

Título del Proyecto:

Criterios de evaluación	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
Calidad y claridad de la presentación				
Empleo de recursos complementarios				
Terminología profesional y discurso disciplinar				
Integración de conocimientos				
Expresión y actitud				
Autonomía y Estilo				
Aporte profesional y académico de la presentación respecto al Proyecto aprobado en la cursada				

Proyecto individual

Proyecto grupal

Calificación final de 1 a 10



# Examen Final Previo

## Proyecto Integrador + 100% Plus

Estudiante:

Asignatura:

Carrera:

Título del Proyecto:

Criterios de evaluación	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
Originalidad, creatividad e innovación				
Idea y planteo conceptual				
Escala, desarrollo y profundidad				
Calidad técnica y presentación formal				
Producción colaborativa interdisciplinaria				
Calidad y claridad de la presentación				
Empleo de recursos complementarios				
Terminología profesional y discurso disciplinar				
Integración de conocimientos				
Expresión y actitud				
Autonomía y Estilo				
Aporte profesional y académico de la presentación respecto al Proyecto aprobado en la cursada				

Proyecto individual

Proyecto grupal

Calificación final de 1 a 10

# GUÍA DE AUTOEVALUACIÓN PARA LA PRESENTACIÓN DEL 100% DE MI PROYECTO INTEGRADOR

(Momento 3 del Ciclo de Asignatura)

	<b>CRITERIOS</b>	<b>REGULAR</b> (No alcanza)	<b>BUENO</b> (Cumple)	<b>MUY BUENO</b> (Propone)	<b>DESTACADO</b> (Supera)
<b>PROYECTO INTEGRADOR</b>	<b>Alcance de mi Proyecto Integrador</b> (Escala, calidad y profundidad)	Mi Proyecto no alcanza el nivel ni la profundidad que corresponde a la asignatura y al avance de mi carrera.	Mi Proyecto cumple con los contenidos y saberes de la asignatura y con los estándares requeridos	Mi Proyecto propone una mirada nueva en algún aspecto. Enriquece las consignas de la cátedra.	Mi Proyecto es superador en escala, calidad y profundidad. Integra conocimientos de otras asignaturas.
	<b>Creatividad e innovación</b> (Imaginación, experimentación y estilo)	Mi Proyecto es una reproducción de otros proyectos. No se evidencian aportes creativos o personales.	Mi Proyecto cumple con las propuestas estéticas y de contenido de la cátedra.	Mi Proyecto plantea nuevas miradas y propone algunos aspectos experimentales.	Los aspectos creativos y/o innovadores que apliqué en mi Proyecto superan el marco de la asignatura. Evidencian un estilo propio.
	<b>Presentación y comunicación</b> (Formalidad e interacción de lenguajes)	Mi Proyecto no respeta los estándares de presentación. Empobrece su comunicación.	Mi Proyecto cumple correctamente con las formalidades técnicas y discursivas requeridas.	Mi Proyecto evidencia un muy buen manejo de los lenguajes y de los recursos con claridad conceptual.	Mi Proyecto comunica de manera profesional. Evidencia un excelente manejo técnico-discursivo.
<b>FUNDAMENTACIÓN</b>	<b>Dominio conceptual</b> (Teorías y conceptos)	Fundamento de forma confusa, ambigua y contradictoria. No establezco relación entre mi Proyecto y los contenidos de la asignatura	Construyo una relación adecuada, lógica y coherente entre los conceptos disciplinares y mi Proyecto.	Fundamento amplia y reflexivamente. Desarrollo mi Proyecto basado en un sólido marco conceptual.	Domino el marco teórico desde una perspectiva personal que aplico en mi Proyecto. Indago más allá de la bibliografía propuesta.
	<b>Terminología disciplinar</b> (Vocabulario específico)	No domino el vocabulario específico de la asignatura.	Uso una terminología disciplinar adecuada.	Uso un vocabulario disciplinar amplio que me permite fundamentar mi Proyecto.	Empleo un vocabulario disciplinar que integra los aportes de otras disciplinas que enriquece mi Proyecto.
<b>COMPROMISO CON EL APRENDIZAJE</b>	<b>Compromiso y dedicación</b> (Interés, esfuerzo y focalización)	El escaso desarrollo de mi producción evidencia que mi compromiso y dedicación fueron insuficientes.	Cumplo adecuadamente con lo requerido por la cátedra.	Valoro los contenidos de la asignatura en mi proyección profesional y le dedico tiempo y esfuerzo.	Lidero y me apropio de mi Proyecto porque considero que es muy significativo para mi formación.
	<b>Actitud ante las sugerencias</b> (Escucha, reflexión y autoevaluación)	Me cuesta aceptar las sugerencias del profesor y de mis compañeros. No las considero para mejorar mi Proyecto.	Aplico en mi Proyecto algunas correcciones y propuestas.	Mi Proyecto se enriquece significativamente con el aporte del profesor y de los compañeros de la cátedra.	Las sugerencias y propuestas me llevan a reflexionar, más allá del Proyecto, sobre mi proyección profesional.
	<b>Presentismo y puntualidad</b> (Respeto, responsabilidad y formalidad)	Mi cursada fue inconstante por mis ausentismos y llegadas tarde.	Cumplo con los requerimientos formales de asistencia establecidos por la Facultad.	No me pierdo ninguna clase. Valoro el desarrollo y los aportes de todos los momentos de la cátedra.	Aprovecho los tiempos de cursada, las posibilidades y las actividades de los entornos de aprendizaje de la Facultad.

# comer/2

1° cuatrimestre 2020, UP  
Paula Ripoll

Alumno \_\_\_\_\_ Equipo # \_\_\_\_\_

	Fecha de entrega	Entregado	Evaluación	Reentrega	Calificación	Observaciones
Actividad 1 - Producto	20/03					
Actividad 2 - Servicio	17/04					
Actividad 3 - Negocio Digital	22/05					
Actividad 4 - Costos	29/05					
PI parte 1 (25%)	27/03					
<b>PI parte 2 (50%)</b>	15/05					
PI parte 3 (75%)	05/06					
<b>PI parte 4 (100%)</b>	26/06					

**15/05**  
**Evaluación Medio Término**

**26/06**  
**Evaluación Ciclo de Cursada**

Aprueba

Recurso

-- /07  
**Examen Final Regular**

## 1er cuatrimestre 2020

1. Es obligatorio entregar las actividades y las entregas parciales del Proyecto Integrador (PI) y que éstos hayan sido corregidos y aprobados.
2. Las fechas originales de entrega están incluidas en este mismo documento y en el cronograma.
3. Sólo existe una instancia de recuperatorio para el Proyecto Integrador, el día 22/05.
4. El Proyecto Integrador - se aprueba 100% durante la cursada.
5. El Proyecto Integrador - concluye con una presentación -100% Plus - el día del examen final.