


FACULTAD:	Tecnología Informática		
CARRERA:	Ingeniería en Sistemas de Información		
ALUMNO/A:			
SEDE:	Rosario	LOCALIZACIÓN:	
ASIGNATURA:	Planificación Estratégica		
CURSO:		TURNO:	
PROFESOR:	Gabriela Caliva		
<p>RESULTADO DE APRENDIZAJE:</p> <p>T1-09-39-7-1-2-RA1 [Identifica] + [ideas de negocio] + [desarrollar las etapas de la planificación estratégica] + [considerando los recursos disponibles y las variables del micro y macro ambiente]</p> <p>T1-09-39-13-2-3-RA4 [Vincula] + [actores del ecosistema emprendedor] + [establecer contactos efectivos para el desarrollo de ideas de negocio] + [considerando las oportunidades del mercado nacional e internacional]</p> <p>T1-09-39-13-1-2-RA3 [Evalúa] + [fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de las organizaciones] + [Identificar las variables controlables internas y las incontrolables del micro y macro-ambiente] + [considerando la vertiginosidad de los cambios en el mercado]</p>			

CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

Se considerarán:

- La fluidez del alumno en la resolución de consultas
- La eficacia en el logro de las consignas formuladas
- La posibilidad de los alumnos de relacionar conceptos teóricos

CONSIGNA

La presente entrega deberá abordar los ítems **1 al 7** de la Guía de Trabajo Práctico Individual. El trabajo deberá estar redactado en formato informe (Word o PDF) con títulos claros, lenguaje profesional y citas de fuentes utilizadas (si corresponde).

1. Introducción

Describa brevemente la evolución y características del mercado virtual vinculado al proyecto elegido. Incluya:

- Cambios en la gestión estratégica
- Rol de las TICs en el modelo de negocio

2. Tipos de negocio digital

Identifique el tipo de E-Business y/o E-Commerce en que se inscribe su proyecto. Diferencie si se trata de comercio directo o indirecto, justificando con ejemplos.

3. Idea de negocio o impacto social

Describa de forma clara:

- La **idea central** del proyecto
- Si resuelve una **necesidad, deseo o problema** (justificar)
- Mercado objetivo (territorio, nivel educativo, perfil socioeconómico, etc.)
- Segmento de consumidores, tipo de usuario, factores que influyen en su conducta

4. Misión, Visión y Cultura organizacional

- Misión: redactar según producto, mercado, segmento, territorio y competencias clave
- Visión: plantear un horizonte temporal y propósito a futuro

- Cultura organizacional: valores, estilo, tipo de liderazgo y entorno de trabajo deseado

5. Análisis de contexto

Describir:

- **Microambiente** (clientes, proveedores, competidores, canales, aliados)
- **Macroambiente**: realizar un análisis PESTEL considerando al menos 4 variables (económico, legal, tecnológico, social, ecológico)

6. Análisis sectorial (estructura de la industria)

Desarrollar:

- a) Situación del sector (nacional e internacional), tendencias, nivel de inversión, empresas líderes, marco legal
- b) Competidores directos, indirectos y potenciales
- c) Fortalezas y debilidades de competidores directos
- d) Conclusiones estratégicas del análisis sectorial

7. Análisis FODA

Elabore la matriz FODA con al menos:

- 3 Fortalezas
- 3 Debilidades
- 3 Oportunidades
- 3 Amenazas

Incluya justificaciones breves por cada ítem.

Recomendaciones

- Utilice los audiovisuales y materiales de clase para profundizar el análisis.
- Cite fuentes si utiliza datos del mercado o bibliografía.
- Puede incluir gráficos, esquemas, matrices o tablas si enriquecen el trabajo.