CRONOGRAMA OBJETIVO 1			MESES											
			SEMANAS											
OBJETIVO	**ESTRATEGIA**	**ACTIVIDADES**	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
1. Desarrollar estrategias de mercadeo que desde las variables de producto, distribución, promoción y comunicación, permitan hacer posible la comercialización y divulgación del trabajo de Legatto Vocal y sus productos.	1. Generar convenios con empresas en Colombia, que permitan que Legatto vocal pueda desarrollar una labor de responsabilidad social empresarial.	1.1. Definición de objetivos												
		1.2. Estructuración de la propuesta												
		1.3. Construcción de base de datos												
		1.4. Elección y envío de propuesta.												
		1.5. Seguimiento de la propuesta.												
		1.6. Estudio y firma de convenio												
		1.7. Realización de conciertos												
		1.8. Eval. del nivel de satisfacción												
	2. Desarrollar una nueva línea de productos y servicios: Productos creativos y publicitarios	2.1. Definición de objetivos												
		2.2. Creación de productos musicales												
		2.3. Construcción de base de datos												
		2.4. Análisis de costos, y precios												
		2.5. Fijación de precios.												
		2.6. Diseño de la propuesta comercial												
		2.7. Adap. y envío de la propuesta												
		2.8. Seguimiento de la propuesta.												
		2.9. Realización de la venta.												
		2.10. Impacto en la estrategia												
	3. Comercialización de conciertos. Estrategia de estacionalidad y eventos corporativos. Ferias, eventos culturales.	3.1. Definición de objetivos												
		3.2. Construcción de base de datos												
		3.3. Adap. y envío de de la propuesta.												
		3.4. Seguimiento de la propuesta												
		3.5. Realización de la venta												
		3.6. Impacto del concierto												
	4. Buscar a través de la red instituciones que posibiliten la circulación y la divulgación de agrupaciones vocales a capella.	4.1. Buscar en la red, festivales												
		4.2. Construir una base de datos												
		4.3. Elaborar una propuesta												
		4.4. Hacer un seguimiento.												
		4.5. Realización de conciertos												
	5. Finalización de la producción del segundo álbum y uso estratégico de este para comercializar a Legatto Vocal como empresa cultural.	5.1. Mezclar y masterizar el disco.												
		5.2. Realizar el prensaje del disco												
		5.3.Def necesidades de distribución												
		5.4. Estudiar tendencias del negocio												
		5.5. Construir una base de datos												
		5.6. Elección y segmentación												
		5.7. Conocer los tipos de contratos												
		5.8. Realizar la propuesta												
		5.9. Seguimiento a las propuestas.												
		5.10. Lanzamiento segundo álbum												

CRONOGRAMA OBJETIVOS 2 Y 3			MESES											
			SEMANAS											
OBJETIVO	**ESTRATEGIA**	**ACTIVIDADES**	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
2. Evaluar las necesidades desde el punto de vista de la comunicación y publicidad de la banda vocal, de tal forma que permita divulgar adecuadamente el	1. Construcción y definición del concepto de la banda y piezas publicitarias.	1.1.Contratación de ag. publicitaria												
		1-2. Definición del concepto												
		1.3. Definición de logosímbolo												
		1.4. Diseño de carátula del disco												
		1.5. Definicón de vestuario												
		1.6. Trabajo fotográfico												
		1.7. Elección de piezas publicitarias												
	2. Lanzamiento de la página web y plan de comercialización por internet.	2.1. Reuniones con el publicista												
		2.2. Compra del dominio												
		2.3. Pagar el hosting												
		2.4. Diseño de web												
		2.5. Reunión lanzamiento del álbum												
		2.6. Lanzamiento de la web												
		2.6. Administración de la página.												
		2.7. Venta de pdtos de merchandising												
3. Usar e identificar las redes del nivel nacional e internacional, que existen para apoyar la labor de mercadeo desde la investigación, la divulgación y la circulación	1. Búsqueda y contratación de los servicios de un Manager.	1.1. Listado de management												
		1.2. Diseñar carta												
		1.3. Entregar las propuestas												
		1.4. Revisar respuesta												
		1.5. Elección por consenso												
	2. La investigación de mercados como caracterización del público	2.1. Búsq. de documentos												
		2.2. Definir población objetivo												
		2.3. Sel. marco muestral.												
		2.4. Definir los objetivos												
		2.5. Método de medición.												
		2.6. Aplicación prueba piloto												
		2.7. Apl. de instrumento.												
		2.8. Rec. y análisis de datos.												
		2.9. Desarrollo de estrategia												

CRONOGRAMA OBJETIVOS 4 Y 5			MESES											
			SEMANAS											
OBJETIVO	**ESTRATEGIA**	**ACTIVIDADES**	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Generar herramientas audiovisuales y tecnológicas Internet para promocionar, gestionar y comercializar una agrupación musical como Legatto Vocal.	1. Visibilizar a Legatto a través del desarrollo de materia audiovisual.	1.1. Contratar un director												
		1.2. Analizar videos												
		1.3. Diseño de la historia												
		1.4. Definición de locaciones												
		1.5. Definición Vestuario												
		1.6. Búsqueda de actores												
		1.7. Convocatoria de personas												
		1.8. Realización de las tomas												
		1.9. Edición material audiovisual												
		1.10. Emisión del video clip												
5. Evaluar finalizando el 2009, el proceso de implementación de las herramientas de gestión y mercadeo para la sostenibilidad del proyecto “Legatto Vocal” banda vocal a capella en Colombia durante 2009.	1. Tomar los productos resultantes de las estrategias implementadas en los objetivos 1,2, 3, y 4; para conocer el impacto en consumidores potenciales, reales y	1.1. Definir la población objetivo												
		1.2. Selección del marco muestral.												
		1.3. Evaluar estrategia de R.S.E.												
		1.4. Eval. de venta pdtos sonido ccial												
		1.5. Ev. de la venta de conciertos.												
		1.6. Ev. vinculacióna a redes												
		1.7. Ev. gestiones distribución Legatto												
		1.8. Ev. percepción concepto publicitar												
		1.9. Ev. resultados de la página web.												
		1.10. Ev. la contratación de manager												
		1.11. Ev. la divulgación del video clip.												