

FORMATO GUÍA PARA PRESENTAR LOS PROYECTOS POR EQUIPO	
1.- Equipo:	N°7
2.- Nombre de los integrantes del equipo:	Garcia de la Cruz Ana Rosa (Líder) Falconi Pablo Karina (Investigadora) López Pérez Liz (Secretaria)
3.- Nombre de la asignatura:	Administración estratégica de la Mercadotecnia
4.- Nombre del proyecto:	“Organización y Dirección del Marketing”
5.- Presentación:	Problemática que plantea el proyecto En la actualidad, muchas empresas enfrentan la dificultad de atraer y fidelizar clientes debido a la falta de estrategias claras de marketing. Esta problemática provoca un bajo rendimiento, pérdida de oportunidades y desventaja frente a la competencia. A través de este proyecto, se busca orientar a las empresas sobre cómo organizar y dirigir sus acciones de marketing, ofreciendo consejos prácticos que les permitan alcanzar un mejor posicionamiento, diferenciarse de sus competidores y lograr mayor satisfacción en sus clientes.
6.- Objetivo:	Diseñar un proyecto estratégico de marketing que brinde a las empresas herramientas y consejos prácticos para atraer clientes, incrementar su rendimiento y fortalecer sus relaciones con el consumidor.
7.- Tiempo de realización:	25 de agosto al 28 de noviembre de 2025
La metodología seleccionada para trabajar el proyecto, se divide en tres fases:	(1) Preparación (2) Desarrollo y (3) Comunicación.
8.- Fase de Preparación	

8.1.-Identificar los temas de aprendizaje que se conocen y los que no se conocen.	➤ Lo que se sabe: • La importancia de analizar el entorno y la situación de la empresa. • Conceptos básicos de segmentación de mercado. • La relevancia de diferenciarse de la competencia. • La necesidad de un buen posicionamiento en la mente del cliente. ➤ Lo que no se sabe: • Cómo aplicar de manera práctica herramientas para medir la efectividad del marketing. • Estrategias avanzadas de segmentación. • Métodos de evaluación del posicionamiento en el mercado. • Herramientas digitales para medir la atracción y fidelización de clientes.
8.2.-Realizar una lluvia de ideas en la que se plantea la solución al problema.	• Crear videos informativos con consejos de marketing para empresas. • Utilizar ejemplos sencillos para explicar cómo atraer y fidelizar clientes. • Recomendar estrategias de diferenciación frente a la competencia. • Proponer el uso de encuestas o estudios de mercado para conocer al cliente. • Sugerir tácticas de posicionamiento digital y tradicional. • Compartir buenas prácticas de empresas exitosas.
8.3.-Hacer una planeación paso a paso y por escrito.	Primer parcial (25 de agosto al 18 de septiembre de 2025) • 25 de agosto: Revisión inicial del tema y análisis de la problemática que enfrentan las empresas al no aplicar estrategias claras de marketing. • 26 de agosto: Identificación de los temas que se conocen y los que no se conocen en relación con el análisis situacional, segmentación, diferenciación y posicionamiento.

- **28 de agosto:** Lluvia de ideas y recopilación de propuestas de consejos de marketing para atraer clientes y mejorar el rendimiento empresarial.
- **2 de septiembre:** Selección de los consejos más relevantes y elaboración de los primeros guiones para los videos.
- **4 de septiembre:** Distribución de tareas entre los integrantes del equipo para la investigación, redacción y apoyo en grabación.
- **6 de septiembre:** Publicación del primer y segundo video en YouTube.
- **9 de septiembre:** Revisión de resultados y preparación de material complementario.
- **10 de septiembre:** Publicación del tercer video.
- **11 de septiembre:** Revisión y preparación del cuarto video.
- **16 de septiembre:** Grabación y edición final del cuarto video.
- **17 de septiembre:** Publicación del cuarto video en YouTube.
- **18 de septiembre:** Cierre y evaluación de las actividades del primer parcial.

Segundo parcial (19 de septiembre al 23 de octubre de 2025)

- **19 al 20 de septiembre:** Planeación de contenidos para el segundo parcial (guiones 5 al 7).
- **21 al 28 de septiembre:** Investigación y redacción de los nuevos guiones.
- **29 al 30 de septiembre:** Grabación del quinto video.
- **2 de octubre:** Publicación del quinto video.
- **5 al 6 de octubre:** Grabación del sexto video.
- **9 de octubre:** Publicación del sexto video.
- **12 al 13 de octubre:** Grabación del séptimo video.
- **16 de octubre:** Publicación del séptimo video en YouTube.
- **20 al 23 de octubre:** Revisión general y entrega del reporte parcial.

	Tercer parcial (24 de octubre al 27 de noviembre de 2025) • 24 al 25 de octubre: Planeación de los últimos contenidos (guiones 8 al 10). • 26 de octubre al 1 de noviembre: Investigación y redacción de guiones finales. • 2 al 4 de noviembre: Grabación del octavo video. • 6 de noviembre: Publicación del octavo video. • 8 al 10 de noviembre: Grabación del noveno video. • 13 de noviembre: Publicación del noveno video. • 15 al 17 de noviembre: Grabación del décimo video. • 20 de noviembre: Publicación del décimo video. • 24 al 27 de noviembre: Integración del proyecto final y entrega del documento completo.
8.4.-Asignar tareas a cada miembro del equipo para encontrar la solución al problema.	• Ana Rosa García de la Cruz (Líder): Coordinación general, guion y supervisión de los videos. • Karina Falconi Pablo (Investigadora): Búsqueda de información sobre segmentación, diferenciación y posicionamiento. • Liz López Pérez (secretaria): Organización del contenido, redacción del documento y apoyo en la grabación.
8.5.- Fundamentar las acciones que van a realizar en base a la información obtenida.	El marketing estratégico es fundamental para que las empresas puedan identificar a sus clientes potenciales y llegar a ellos de manera efectiva. Sin embargo, muchas organizaciones carecen de conocimientos prácticos sobre cómo implementar estrategias de atracción y fidelización. La elaboración de videos educativos en YouTube permite acercar a las empresas consejos

	claros, fáciles de aplicar y de bajo costo. Estas acciones se sustentan en la necesidad de orientar a los negocios a mejorar su organización y dirección del marketing, fortaleciendo así su competitividad y permanencia en el mercado.
8.6.-Recursos: Aquí se contemplan los libros, las revistas, las computadoras, las hojas, los bolígrafos, los espacios, las impresiones, las pastas, los consumibles, los materiales, las comidas, las bebidas, los transportes, las llamadas telefónicas, el uso del internet, el tiempo aire del celular, los costos de envío, las impresiones y lo que los equipos consideren pertinentes, de acuerdo a la naturaleza de su proyecto.	• Computadoras y conexión a internet. • Programas de edición de video. • Cámaras y teléfonos celulares. • Hojas, bolígrafos y libretas de trabajo. • Espacios de reunión para grabación. • Material de consulta digital (artículos, libros y páginas web). • Canales de difusión (YouTube, redes sociales).

8.7.- Elaborar un plan de acción.	Primer parcial (25 de agosto – 18 de septiembre de 2025)					
	Actividad	Fecha de inicio	Fecha de terminación	Responsables	Estatus	Observaciones
	Revisión del tema y análisis de la problemática	25/08/2025	25/08/2025	Equipo completo	Realizado	Reunión inicial
	Identificación de temas conocidos y desconocidos	26/08/2025	26/08/2025	Equipo completo	Realizado	-
	Lluvia de ideas y recopilación de propuestas	28/08/2025	28/08/2025	Equipo completo	Realizado	-
	Investigación para elaboración de guiones	02/09/2025	02/09/2025	Karina y Liz	Por realizar	-
	Distribución de tareas	04/09/2025	04/09/2025	Ana Rosa	Por Realizar	-
	Publicación del primer y segundo video	06/09/2025	06/09/2025	Todo el equipo	Por Realizar	- pendiente
	Revisión de resultados y preparación de material	09/09/2025	09/09/2025	Todo el equipo	Por Realizar	-
	Publicación del tercer video	10/09/2025	10/09/2025	Todo el equipo	Por Realizar	- pendiente
	Revisión y ajustes del cuarto video	11/09/2025	11/09/2025	Ana Rosa y Liz	Por Realizar	-
	Grabación y edición final del cuarto video	16/09/2025	16/09/2025	Todo el equipo	Por Realizar	-
	Publicación del cuarto video	17/09/2025	17/09/2025	Todo el equipo	Por Realizar	- pendiente
	Evaluación y cierre del primer parcial	18/09/2025	18/09/2025	Liz	Por Realizar	-

Segundo parcial (19 de septiembre – 23 de octubre de 2025)					
Actividad	Fecha de inicio	Fecha de terminación	Responsables	Estatus	Observaciones
Planeación de contenidos para el segundo parcial (guiones 5 al 7)	19/09/2025	20/09/2025	Equipo completo	Pendiente	Reunión de planeación
Investigación y redacción de los nuevos guiones	21/09/2025	28/09/2025	Karina y Liz	Pendiente	Análisis de fuentes e información
Grabación del quinto video	29/09/2025	30/09/2025	Todo el equipo	Pendiente	Grabación y edición inicial
Publicación del quinto video	02/10/2025	02/10/2025	Todo el equipo	Pendiente	Por realizar
Grabación del sexto video	05/10/2025	06/10/2025	Todo el equipo	Pendiente	Grabación y edición
Publicación del sexto video	09/10/2025	09/10/2025	Todo el equipo	Pendiente	Por publicar
Grabación del séptimo video	12/10/2025	13/10/2025	Todo el equipo	Pendiente	Grabación y edición
Publicación del séptimo video	16/10/2025	16/10/2025	Todo el equipo	Pendiente	Por publicar
Revisión general y entrega del reporte parcial	20/10/2025	23/10/2025	Ana Rosa y Liz	Pendiente	Revisión y entrega en Word

	Tercer parcial (24 de octubre – 27 de noviembre de 2025)					
	Actividad	Fecha de inicio	Fecha de terminación	Responsables	Estatus	Observaciones
	Planeación de los últimos contenidos (guiones 8 al 10)	24/10/2025	25/10/2025	Equipo completo	Pendiente	Reunión de planeación final
	Investigación y redacción de guiones finales	26/10/2025	01/11/2025	Karina y Liz	Pendiente	Preparación de material final
	Grabación del octavo video	02/11/2025	04/11/2025	Todo el equipo	Pendiente	Grabación y edición
	Publicación del octavo video	06/11/2025	06/11/2025	Todo el equipo	Pendiente	Por publicar
	Grabación del noveno video	08/11/2025	10/11/2025	Todo el equipo	Pendiente	Grabación y edición
	Publicación del noveno video	13/11/2025	13/11/2025	Todo el equipo	Pendiente	Por publicar
	Grabación del décimo video	15/11/2025	17/11/2025	Todo el equipo	Pendiente	Grabación y edición
	Publicación del décimo video	20/11/2025	20/11/2025	Todo el equipo	Pendiente	Por publicar
9.- Fase de Desarrollo						
9.1.-Gráfica de Gantt.						
9.2.-Elaborar las evidencias.						

9.3.-Construcción de un marco de referencia en base a la información encontrada.	
9.4.-Organización de la información y las fuentes consultadas.	
9.5.-Presentación del reporte en Word	Portada: nombre del proyecto, nombre de la institución, nombres de los integrantes del equipo y nombre(s) del o de los maestro(s). Índice del proyecto en donde se presenten las tres fases del proyecto: fase de preparación, fase de desarrollo y fase de comunicación.
10.- Fase de Comunicación	
10.1.-Power Point	
10.2.-Las evidencias	
10.3.-El costo	
10.4.-Fuentes de financiamiento	
10.5.-El impacto	
10.6.-La forma de evaluación (lista de cotejo)	
10.7.-Rúbrica para evaluar proyecto	
10.8.-Evaluación del plan de acción	
10.9.-La bibliografía consultada	
10.10.-Anexos	