

1. Introducción (Trabajo Practicum I corregido de acuerdo a los criterios anexos)

2. FUNDAMENTACIÓN

2.1. Marco teórico	Deberás entregar este apartado con todos los puntos que señalaste en la introducción sobre los conceptos, historia y teorías que soportan tu tema de investigación. Nota: NO OLVIDES debes citar cada párrafo de acuerdo al formato APA. Extensión: 10 a 15 cuartillas.
2.1.1.	
2.1.2.	

3. MARCO DE CONTEXTO: ANÁLISIS DEL ENTORNO

3.1. Contexto nacional e internacional	Deberás entregar este apartado con la investigación sobre el contexto nacional e internacional respecto de tu proyecto, es decir, el estado en que se encuentra la industria del entretenimiento y el segmento específico dentro del que se inserta tu idea de negocio. Debes apoyarte de datos estadísticos como los de la Encuesta de hábitos y consumo cultural de CONACULTA. Nota: NO OLVIDES citar cada párrafo de acuerdo al formato APA. Extensión: 10 a 15 cuartillas.
3.1.1.	
3.1.2.	
3.1.3.	
3.1.4.	

3.2. Análisis de servicio/persona	Deberás describir detalladamente en qué consiste el servicio que brindarás a tus clientes. Nota: Recuerda que el producto o servicio va a ser el vehículo para vender a los clientes. Por tanto es importante estudiar con detalle sus características pero sin olvidar del objetivo perseguido, que es satisfacer una necesidad del mercado. Como no tenemos, en principio, control sobre las necesidades del mercado solo nos queda diseñar o adaptar el producto de la mejor manera posible (Chauvin, 2007). Extensión: 1 o 2 cuartillas.
--	--

3.3. Competencia directa o indirecta	Realiza una investigación a profundidad de todos los competidores que tienes en el mercado. Incluye dos tablas, la de competencia directa e indirecta explícalas y resalta lo relevante para tu investigación. Nota: Competencia directa. Son todos aquellos negocios que venden un producto igual o casi igual al nuestro y que lo venden en el mismo mercado en el que estamos nosotros, es decir, buscan a nuestros mismos clientes para venderles prácticamente lo mismo. Competencia indirecta. La forman todos los negocios que intervienen de forma lateral en nuestro mercado y clientes, que buscan satisfacer las mismas necesidades de forma diferente y con productos sustitutos. (Espinosa, 2010). Extensión: 2 o 3 cuartillas.
---	--

3.4. Perfil del cliente	Descripción de las características de los consumidores de un producto o usuarios de un servicio determinado. Éste perfil se obtiene tras realizar un estudio minucioso de los consumidores o usuarios, y es una variable muy importante para la definición de cualquier estrategia de marketing. Nota: Para realizar este punto es necesario realizar un estudio detallado de mercado. Extensión: 1 cuartilla.
--------------------------------	--

3.5. Marco legal y ético de servidor	Desglosa los aspectos legales y éticos que debes cumplir para la realización de tu idea de negocio, anexando, las leyes, códigos, reglamentos, permisos, impuestos, tramites y formatos administrativos necesarios para tu negocio. Extensión: 3 a 5 cuartillas.
---	---

3.6. Riesgos éticos	Identifica que situaciones de riesgo existen en las que pudieras actuar de manera poco ética durante la implementación de tu idea de negocio. Extensión aproximada 1 a 2 cuartillas.
----------------------------	---

3.7. Incorporación de aspectos de responsabilidad social	Plantea que acciones tomarás dentro de tu proyecto para mejorar y no afectar el entorno en que vivimos. Extensión aproximada 1 a 2 cuartillas.
---	---

4. INTELIGENCIA DE MERCADO

4.1. Matriz de congruencia	Incluye la tabla de matriz de congruencia (Tema, objetivo general, objetivos específicos y conceptos). Extensión: 1 cuartilla.
-----------------------------------	---

4.2. Metodología de investigación	Menciona el tipo de metodología que utilizaste finalmente (cuantitativa, cualitativa o mixta) Extensión: 1 o 2 párrafos.
--	---

4.3. Diseño de investigación	Menciona y justifica el diseño y alcance que finalmente utilizaste en tu investigación (diseño experimental: pre, cuasi o experimental puro; diseño no experimental: transversal, longitudinal o ex post facto; alcance: exploratorio, descriptivo, correlacional o explicativo). Extensión: 1 o 2 párrafos.
-------------------------------------	---

4.4. Investigación cualitativa	Describe en qué consistió la investigación cualitativa que realizaste. Extensión: 1 o 2 párrafos.
---------------------------------------	--

4.4.1. Población y muestra	Menciona la técnica de muestreo (Probabilístico: simple, estratificado o por racimos; No probabilístico: sujetos tipo, voluntarios, expertos o por cuotas) y el tamaño de la muestra que utilizaste finalmente. Nota: en el caso de entrevistas deberás contar con al menos 6 entrevistados en general y mínimo 2 por unidad de análisis. Extensión: 1 o 2 párrafos.
-----------------------------------	--

4.4.2. Técnica de recolección de datos	Elabora y describe los instrumentos según la técnica o técnicas que seleccionaste (entrevista, grupo focal, estudio etnográfico, análisis del discurso). Nota: en anexo deberás colocar el formato final del instrumento. Extensión: 2 a 4 cuartillas.
---	--

4.4.3. Análisis de resultados cualitativos	Elabora y reporta el análisis respectivo a la técnica o técnicas que elegiste. Ejemplo: en el caso de las entrevistas deberás elaborar un análisis de contraste, entre los diferentes actores del medio en el que se desarrolla tu proyecto. Extensión: 2 a 4 cuartillas.
---	---

4.5. Investigación cuantitativa	Describe en qué consistió la investigación cuantitativa que realizaste. Extensión: 1 o 2 párrafos.
--	---

4.5.1. Población y muestra	Menciona la técnica de muestreo (Probabilístico: simple, estratificado o por racimos; No probabilístico: sujetos tipo, voluntarios, expertos o por cuotas) y el tamaño de la muestra que utilizaste finalmente. Nota: <u>toma en cuenta que para poblaciones superiores a los 10000 individuos la muestra mínima representativa es de 350 personas.</u> Extensión: 1 o 2 párrafos.
4.5.2. Técnica de recolección de datos	Elabora y describe los instrumentos según la técnica o técnicas que seleccionaste (encuesta, experimento, simulación) y elabora el instrumento. Nota: <u>en anexo deberás colocar el formato final del instrumento.</u> Extensión: 2 a 4 cuartillas.
4.5.3. Análisis de resultados cuantitativos	Elabora y reporta el análisis respectivo a la técnica o técnicas que elegiste. Nota: <u>la base de datos deberás colocarla en los anexos. Por otra parte, las gráficas y tablas que consideres relevantes, deberás colocarlas en este apartado de acuerdo con el formato APA.</u> Extensión: 4 a 8 cuartillas.
5. ANÁLISIS MATRICIAL	Elabora una tabla de contingencia colocando en las columnas los objetivos de investigación y en los renglones los objetivos de negocio. Deberás mencionar como cada objetivo de investigación aporta algo para resolver cada objetivo de negocio. Extensión: 2 a 4 cuartillas.
6. ANÁLISIS FODA	Basado en la investigación documental y de campo elabora el diagnóstico situacional FODA. Éste es una herramienta que posibilita conocer y evaluar las condiciones de operación reales de una organización, a partir del análisis de esas cuatro variables principales (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), con el fin de proponer acciones y estrategias para su beneficio. Extensión: 1 cuartilla.
7. RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES.	Plantea cuáles fueron las conclusiones relevantes de tu investigación, así como las recomendaciones para tu negocio que se derivan de la misma. Extensión: 1 o 2 cuartillas.
REFERENCIAS	Por lo menos 60 referencias tendrás que haber consultado y citado en tu investigación en formato APA.
PRESENTACIÓN	Presentación del proyecto en máximo 15 minutos ante el comité de Practicum.