

DIRECCIÓN DE EMPRESAS DE ENTRETENIMIENTO COORDINACIÓN

ÍNDICE PRACTICUM I, II, III

Introducción

1. Anteproyecto

1.1 Tema

1.2 Título

1.3 Planteamiento del Problema

1.4 Justificación

1.5 Objetivos de negocio

1.5.1 Objetivo general de negocio

1.5.2 Objetivos específicos de negocio

1.6 Marco Teórico

1.7 Marco Contextual

1.8 Marco Conceptual

1.9 Objetivos de la investigación

1.9.1 Objetivos de investigación

1.9.2 Objetivos específicos de investigación

1.9.3 Hipótesis

1.10 Metodología de la investigación

1.11 Delimitación del área de estudio

1.12 Variables: demográficas, geográficas y psicográficas

1.13 Preguntas de investigación

1.14 Acción estándar

1.15 Método de recolección de datos

1.16 Investigación cualitativa

1.17 Investigación cuantitativa



1.18 Universo

**Facultad
de Comunicación**

1.19 Muestra

1.20 Tabla de tiempos

2. Marco Conceptual y Teórico

3. Marco Contextual: análisis del entorno

PRACTICUM I

4. Marco Metodológico

4.1 Objetivos de investigación

4.1.1 Objetivo general de investigación

4.1.2 Objetivos específicos de investigación

4.2 Matriz de congruencia

4.3 Metodología de investigación

4.4 Diseño de investigación

4.5 Acción estándar

4.6 Resultados e interpretación

4.7 Conclusiones de la investigación

5. Análisis Matricial del negocio

6. Análisis situacional FODA

7. Recomendaciones para la acción

PRACTICUM II

8. Estrategia de mercadotecnia

8.1 Propuesta de negocio

8.1.1 Misión

8.1.2 Visión

8.1.3 Filosofía

8.1.4 Valores

8.2 Servicio

8.2.1 Características del servicio

8.2.2 Posicionamiento del servicio

8.3 Precio

8.3.1 Estrategia de precio

8.3.2 Precio del servicio

8.4 Plaza

8.4.1 Tipo de distribución

8.5 Promoción

8.5.1 Objetivo general de la estrategia de promoción

8.5.2 Objetivo específico de la estrategia de promoción

8.5.3 Descripción detallada de la estrategia y justificación de medios

9. Recursos Humanos

9.1 Organigrama real

9.1.1 Descripción de funciones y puestos

10. Presupuesto

10.1 Inversiones

10.2 Ingresos brutos con proyección por la totalidad del proyecto

10.3 Punto de equilibrio para la totalidad del proyecto

10.4 Estado de resultados por proyecto

10.5 Gráfica de porcentaje de gastos por actividad

Conclusiones

Resumen Ejecutivo

Referencias