



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO.

DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO
ADMINISTRATIVA



Proyecto

LICENCIATURA:

Administración

MATERIA:

Administración Fiscal de las organizaciones

TEMA DEL PROYECTO:

Mejora tu marketing y no pierdas ventas

CATEDRÁTICO:

Jose Cesar Lopez del Castillo

ALUMNA:

Karina Lopez Jimenez

Patricia Valencia Hernandez

María Guadalupe Vazquez Lozada

Indice

Fase de preparación

Presentación

Objetivo

Tiempo de realización

Temas de aprendizaje

Lluvia de ideas

Planeación paso a paso

Asignación de tareas

Fundamentación de acciones que se realizarán en base a la información obtenida Recursos

Elaborar un plan de acción

Fase de desarrollo

Grafica de Gantt

Relación del AOP

Evidencias

Marco de referencia

Organización de la información y fuentes consultadas

Presentación del reporte en Word

Fase de comunicación

Power Point

Las evidencias

El costo

Fuentes de financiamiento

El impacto

La forma de evaluación

Rúbrica

Evaluación del plan de acción

Referencias y bibliográficas

Anexos

FORMATO PARA PRESENTAR LOS PROYECTOS POR EQUIPO			
1.- Equipo:	Equipo Vicalú		
2.- Nombre de los integrantes del equipo:	Karina Lopez Jimenez. Maria Guadalupe Vazquez Lozada. Patricia Valencia Hernandez.		
3.- Nombre de la asignatura:	Administración Fiscal de las organizaciones		
4.- Nombre del proyecto:	"Mejora tu marketing y no pierdas ventas"		
5.- Presentación:	Uno de los problemas que existe en la tienda de ropa "Vicalú" es el bajo volumen de ventas lo que genera la elevación de los costos financieros, pues la inversión se queda en almacén sin generar flujo de efectivo ni rendimientos de igual manera se Producen pérdidas por obsolescencia por el cambio de temporada lo que altera el nivel de servicio al cliente al ofrecer algo que no requiere de momento.		
6.- Objetivo:	Diseñar una propuesta de marketing mix de acuerdo a la necesidad de la empresa.		
7.- Tiempo de realización:	25 de marzo al 31 de mayo de 2019		
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 saben y los que no saben.	Alumno	Lo que sabe	Lo que no sabe
	Karina Lopez Jimenez.	Estructura del marketing mix	Las herramientas de la mezcla de mercadotecnia.
	Maria Guadalupe Vazquez Lozada.	La importancia del marketing mix	Identificar las variables de las 4 P's que se utilizan el mercadotecnia
	Patricia Valencia Hernandez.	La estructura de las variables de Marketing mix	Como ir organizando toda la información acorde a la estructura que requiere el marketing mix

<p>8.2.-Realizar una lluvia de ideas en la que se plantea la solución al problema.</p>	<p>Alumno</p>	
	<p>Karina Lopez Jimenez.</p>	<p>Diseñar un propuesta de marketing mix la cual podamos crear estrategias y transformarlas en programas para que la tienda pueda potencializar sus ventas.</p>
	<p>Maria Guadalupe Vazquez Lozada.</p>	<p>Investigar las variables controlables para que la empresa pueda alcanzar el nivel deseado de ventas, es decir, el precio, plaza, promocion y producto.</p>
<p>Patricia Valencia Hernandez.</p>	<p>Analizar el porque han bajado las ventas en estos últimos meses. Esto lo podemos hacer mediante una entrevista al dueño de la tienda para saber específicamente que genera el problema.</p>	<p>8.3.-Hacer una planeación paso a paso y por escrito.</p>
<p>Detallaremos cada una de las actividades que se realizaran para el desarrollo de las actividades. En este proyecto nos propusimos llevar acabo la siguiente planeación en los siguientes tiempos que hemos determinado para la realización de nuestro proyecto.</p> <p>25 de Marzo de 2019 / 26 de marzo de 2019. Identificaremos los temas en los que tenemos mayor conocimiento como la estructura, la importancia y las variables del marketing mix, de igual manera reconoceremos los temas en los cuales tengamos poco conocimiento; y así poder documentarnos para reforzar nuestras ideas para el desarrollo del proyecto.</p> <p>27 de Marzo de 2019 Generaremos una lluvia de ideas para plantear posibles soluciones al problema como el diseñar una propuesta de marketing mix que servirá para poder potencializar las ventas.</p> <p>28 de Marzo de 2019 / 29 de marzo de 2019. Se le asignara a cada integrante tareas y actividades, donde de manera individual se aportará informacion para el diseño y desarrollo del proyecto. Así mismo se buscará toda la información posible en las fuentes pertinentes que nos ayuden en la comprensión del problema para darle una solución.</p> <p>01 de abril de 2019 / 02 de abril de 2019. Fundamentaremos en equipo las acciones que realizaremos durante el proyecto en base a los resultados de la informacion que obtendremos mediante los recursos que utilizaremos para llevar a cabo el proyecto. De igual forma elaboraremos un plan de acción.</p> <p>03 de abril de 2019 / 05 de abril de 2019 Iniciaremos la fase 2 desarrollando la grafica de gantt la cual especificara las actividades que realizaremos durante el proyecto. Tambien organizaremos la informacion y las fuentes consultadas que obtendremos en la investigación y por ultimo haremos un reporte en word.</p> <p>08 de abril de 2019 / 31 de mayo de 2019 Finalizaremos con la fase 3, en la cual desarrollaremos la presentación en power point del proyecto mostrando asi el resultado que obtendremos del proyecto.</p>		

<p>8.4.-Asignar tareas a cada miembro del equipo para encontrar la solución al problema.</p>	<p>Maria Guadalupe Vazquez Lozada:realizara la entrevista al dueño de la tienda para identificar con profundidad la problemática.</p> <p>Karina Lopez Jimenez:contemplara los costos y los recursos para la realización del proyecto.</p> <p>Patricia Valencia Hernandez:Organizara la información de manera clara para presentar el proyecto mediante diapositivas en la plataforma de power point.</p>
<p>8.5.- Fundamentar las acciones que van a realizar en base a la información obtenida.</p>	<p>Hoy en día la situación económica en el país ha generado que el comercio decaiga en cuanto a ventas generando una pérdida en las utilidades llevando a muchas empresas a la quiebra.</p> <p>Es por ello que muchas empresas han optado por mejorar su estrategia de marketing para generar utilidades. Esto mediante el Marketing Mix debido a que dicha herramienta forma parte de un nivel táctico de la mercadotecnia, en el cual, las estrategias se transforman en programas concretos para que una empresa pueda llegar al mercado, con un mensaje apropiado y un sistema de distribución que coloque el producto en el lugar correcto y en el momento más oportuno.</p> <p>Kotler y Armstrong, definen la mezcla de mercadotecnia como "el conjunto de herramientas tácticas controlables de mercadotecnia que la empresa combina para producir una respuesta deseada en el mercado meta. La mezcla de mercadotecnia incluye todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto"</p> <p>Por ello es indispensable que las empresas conozcan qué es la mezcla de mercadotecnia y cuáles son las herramientas o variables (más conocidas como las 4 P's) que la conforman e implementar esta herramienta para incrementar sus ventas.</p>
<p>8.6.- Recursos:</p>	<p>Utilizaremos libros, la computadora, hojas, lapiceros, impresiones, comidas, bebidas, transporte, llamadas telefónicas, el uso del internet, el tiempo libre del celular Cámara fotográfica, Cámara de video, Escritorios, Sillas, Memorias USB...ETC</p>

8.7.- Elaborar un plan de acción.		Actividad	Fecha de inicio	Fecha de terminación	Duración	Responsables y observaciones	estatus
	1	Tema de aprendizaje (que sabe y que no sabe)	25 de marzo	26 de marzo	2 días	Equipo completo (trabajaron de manera efectiva)	Terminado
	2	Lluvia de ideas	27 de marzo	27 de marzo	1 día	Equipo completo (todos aportaron ideas)	Terminado
	3	Tareas asignadas	28 de marzo	29 de marzo	2 días	Equipo completo (se asignó actividades a cada integrante)	Terminado
	4	Fundamentación de las acciones a realizar	01 de abril	02 de abril	2 días	Equipo completo (El equipo colaboro para realizar esta actividad)	Terminado
	5	Fase 2: Desarrollo	03 de abril	05 de abril	3 días	Equipo completo (Se elaboró una gráfica de Gantt, recopiló evidencias y organizó la información)	Terminado
	6	Fase 3: Comunicación	08 de abril	31 de mayo	30 días	Equipo completo	Proceso

9.- Fase de Desarrollo

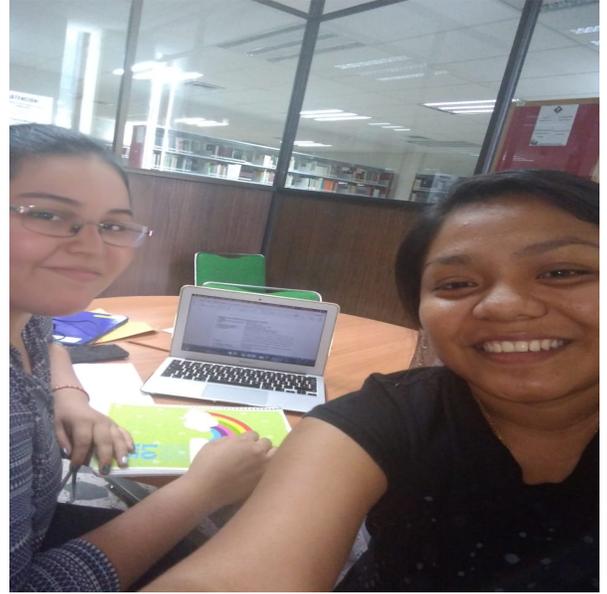
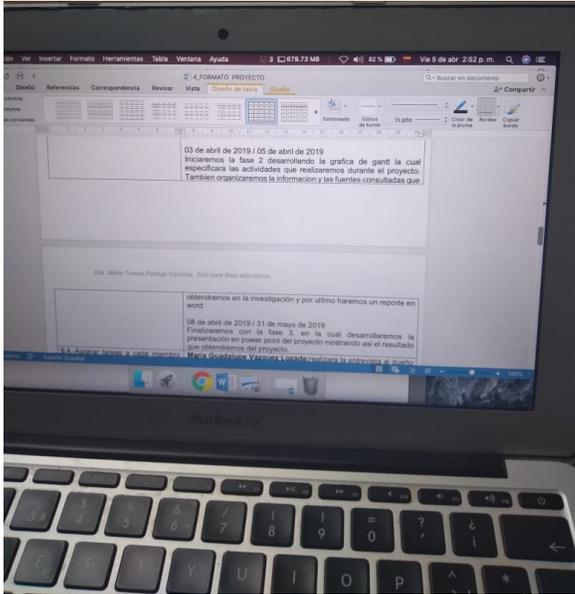
9.1.-Gráfica de Gantt.

Actividad	Marzo							Abril																																	
	días	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
Tema de aprendizaje																																									
Lluvia de ideas																																									
Tareas asignadas																																									
Fundamentación de las acciones a realizar								DESCANSO																																	
Fase 2: Desarrollo																																									
Fase 3: Comunicación																																									

9.2.- Programas, asignaturas, objetivos y temas.

Programa	Asignaturas	Objetivo
Licenciatura en Administración	Factor humano 1 y 2	Realizar las distintas temáticas vinculadas con la gestión de Factor Humano al interior de una organización.
	Administración de Costos y presupuestos	Comprender la contabilidad administrativa, la utilidad en la toma de decisiones para evaluar costos y presupuestos financieros
	Administración financiera	Capta los recursos necesarios para que la empresa opere en forma eficiente y así asignar recursos de acuerdo con los planes y necesidades de la empresa.
	Administración de pequeñas y medianas empresas	Planear, crear, organizar y dirigir aplicando procesos administrativos de gestión que fomenten la eficiencia y la calidad, considerando la dimensión económica, social, cultural y legal de su entorno.
	Investigación de mercados	Ayudar al desarrollo de la empresa o negocio mediante una correcta planeación, organización y control del recurso tanto material como humano, para así poder cubrir las necesidades específicas dentro del mercado en el tiempo exacto.

9.3.-Elaborar las evidencias.



9.4.-
 Construcción de un marco de referencia en base a la información encontrada.

La **venta** es la acción y efecto de vender (traspasar la propiedad de algo a otra persona tras el pago de un precio convenido) El término se usa tanto para nombrar a la operación en sí misma como a la cantidad de cosas que se venden. Para que exista una excelente rotación de inventarios se debe llevar a cabo una estrategia de venta que permita el flujo eficiente de las mercancías, evitando así un estancamiento de **inventario** el cual es la relación ordenada de bienes de una organización o persona, en la que además de los stocks, se incluyen también otra clase de bienes.

Hoy en día uno de los problemas más comunes que presentan las empresas es el estancamiento de inventarios, las razones pueden variar pero frecuentemente se debe a la ausencia del **marketing** ya que este es un conjunto de técnicas y estudios que tienen como objeto mejorar la comercialización de un producto dentro de las organizaciones.

El autor Idalberto Chiavenato menciona que la **administración** es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr los objetivos organizacionales. Tomando como base esta definición podríamos decir que para que exista un buen manejo de los inventarios debemos llevar un control adecuado de las mercancías, organizandolas de acuerdo a su demanda, así mismo es de vital importancia planear una estrategia de marketing que nos permita promover y dar a conocer la variedad de productos, de esta manera podremos dirigir nuestra empresa hacia el éxito generando así las utilidades esperadas.

9.5.-
 Organización de la información y las fuentes consultadas.

El formato se esta rellenando con respecto al orden que establecimos desde en nuestro cronograma, utilizando la información más importante que se encontró a la hora de la investigación que realizamos a la tienda "Vicalú" la cual nos brindo una mejor visión para poder encontrar la solución de la problemática de nuestro proyecto.

9.6.-
 Presentación del reporte en Word




UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO.

DIVISION ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVA

Proyecto

LICENCIATURA:
Administración

MATERIA:
Administración Fiscal de las organizaciones

TEMA DEL PROYECTO:
Mejora tu marketing y no pierdas ventas

CATEDRÁTICO:
Jose Cesar Lopez del Castillo

ALUMNA:
Karina Lopez Jimenez
Patricia Valencia Hernandez
María Guadalupe Vazquez Lozada

Indice

Fase de preparación
Presentación
Objetivo
Tiempo de realización
Temas de aprendizaje
Lluvia de ideas
Planeación paso a paso
Asignación de tareas
Fundamentación de acciones que se realizarán en base a la información obtenida Recursos
Elaborar un plan de acción

Fase de desarrollo
Gráfica de Gantt
Relación del AOP
Evidencias
Marco de referencia
Organización de la información y fuentes consultadas
Presentación del reporte en Word

Fase de comunicación
Power Point
Las evidencias
El costo
Fuentes de financiamiento
El impacto
La forma de evaluación
Rúbrica
Evaluación del plan de acción
Referencias y bibliográficas
Anexos

Bibliografía:

P.J.H, Baily, Administración de compras y abastecimientos, México DF, editorial Continental S.A, 1982

Molina Aznar , Organización de almacenes y control de inventarios México, editorial ECASA.

Chiavenato Idalberto Introducción a la teoría general de la Administración 7º edición México Ed Mc Graw Hill 2007