

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Departamento de Economía, Administración y Mercadología

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

**PROGRAMA DE RECONOCIMIENTO DE LAS FUNCIONES SUSTANTIVAS DE
LAS EMPRESAS II**



ITESO

Universidad Jesuita
de Guadalajara

3D05 PAP ENTRENAMIENTO PROFESIONAL EN MERCADOTECNIA

Entrenamiento Profesional en Agencia Alquimia en Zapopan

Planeación, desarrollo y control de los contenidos para redes sociales de clientes de la Alquimia, cubriendo los objetivos de comunicación con su mercado meta.

PRESENTA:

Lic. en Publicidad y Comunicación Estratégica. Jhoselyn Aguilar Velarde

Profesor PAP:

Mtra. Martha del Carmen Alcaraz Cruz

Tlaquepaque, Jalisco, Diciembre de 2017.

ÍNDICE

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional.	2
Resumen	2
1. Introducción.	3
1.1. Objetivos	
1.2. Justificación	
1.3. Antecedentes	
1.4. Contexto	
1.5. Enunciado breve del contenido del reporte	
1.6. Identificación de involucrados	
a) Destinatario (empresa en donde se realiza el PAP)	
b) Contrapartes (personal involucrado en la empresa)	
b) Beneficiarios (cliente(s) o cuenta(s) de la agencia que se benefician con este proyecto de aplicación profesional)	
2. Desarrollo:	8
2.1. Sustento teórico y metodológico.	
2.2. Planeación y seguimiento del proyecto.	
3. Resultados del trabajo profesional.	14
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto.	19
5. Conclusiones.	21
6. Bibliografía.	22
7. Anexos (Bitácoras Semanales).	24

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

Los Proyectos de Aplicación Profesional son una modalidad educativa del ITESO en la que los estudiantes aplican sus saberes y competencias socio-profesionales a través del desarrollo de un proyecto en un escenario real para plantear soluciones o resolver problemas del entorno. Se orientan a formar para la vida, a los estudiantes, en el ejercicio de una profesión socialmente pertinente.

A través del PAP los alumnos acreditan el servicio social, y la opción terminal, en tanto sus actividades contribuyan de manera significativa al escenario en el que se desarrolla el proyecto, y sus aprendizajes, reflexiones y aportes sean documentados en un reporte como el presente.

Resumen

En este documento se encontrará la información, datos y experiencias adquiridas durante el Proyecto de Aplicación Profesional (PAP): Entrenamiento Profesional en Mercadotecnia.

En el cual, el alumno dará una introducción sobre el por qué, cómo se pretende abordar, la importancia del proyecto, los beneficios que se esperan, descripción de donde se realiza el proyecto y contexto (demográfico, económico, político, etc.) en el que se sitúa este proyecto.

Por la naturaleza y estructura de este proyecto, se verá como la información está planteada de manera diferente, así como también el desarrollo de dicho PAP. Su funcionamiento se basa de manera similar a las prácticas profesionales, las cuales tienen como objetivo preparar al alumno para la vida y campo laboral.

Además del desarrollo y conclusión del proyecto, en el cuál se verá cómo se llega a sus resultados y conclusión.

1. Introducción

1.1. Objetivos

1. Desarrollar y emplear los conocimientos adquiridos durante la carrera profesional.
2. Adquirir habilidades que sólo el campo laboral enseña.
3. Convivir en equipos laborales en un contexto real y actual.
4. Tener contacto con las necesidades del mercado actual.
5. Aporta de manera significativa a los proyectos en los que está participando
6. Da sugerencias a partir de los conocimientos adquiridos en su formación educativa-profesional.
7. Implementar los valores jesuitas y éticos que se han adquirido durante la educación profesional.

1.2. Justificación

A través de este proyecto en específico los alumnos de las carreras de Mercadotecnia y Publicidad serán capaces de situarse en un contacto real, con clientes reales y con necesidades actuales. Esto sirve, como el nombre del proyecto lo menciona “entrenamiento”. Es decir, que el alumno se capacite, que viva y entienda el ambiente en el que se desenvuelve una agencia hoy en día.

Repercute directamente en la experiencia, conocimiento y habilidades de los alumnos. Lo cual es de manera positiva y pensando que es lo que les espera al momento de concluir su carrera. Es una preparación previa con una estructura similar a las prácticas profesionales.

Es beneficioso tanto para la Universidad y los alumnos, como para las agencias. Por una parte, la Universidad entrega mejor preparados a sus alumnos al ámbito laboral y también está dando prueba de las capacidades con las que ya egresan de su institución. Los beneficios para los alumnos son como los que se mencionan con

anterioridad, pero también es importante recordar que se encuentran ante oportunidades que sólo estando en el medio se ofrecen, como puede ser un posible trabajo, contacto con clientes y personas que se encuentran en el ámbito.

Las agencias, que son las que permiten que este proyecto se desarrolle; uno de los principales beneficios para ellos es que son nuevos elementos que se integran a sus filas, que tienen una visión diferente, fresca y con muchas ideas que ofrecer.

Por último, con estos tres factores se intenta que el alumno ejerza los valores que promueve la universidad, haciendo un uso de las prácticas profesionales más justas, responsables socialmente y de valor ético para su entorno.

1.3 Antecedentes del proyecto

Alquimia es una agencia de comunicación y mercadotecnia, que nace en 1998 con el objetivo de cumplir las necesidades del mercado en esas áreas específicas.

En Alquimia se integra el talento de un equipo multidisciplinario con gran sensibilidad del entorno para buscar ideas, medios y tecnologías innovadoras, que permitan abordar la realidad desde una perspectiva única que ofrezca nuevas soluciones para un mundo en constante evolución.

Con el objetivo de convertirse en la extensión estratégica de cada proyecto. Integrando a los mejores especialistas en 16 áreas diferentes y construyendo soluciones completas, con mayor alcance y resultados contundentes.

Actualmente, se encuentra en el TOP 10 de agencias mexicanas.

1.4. Contexto

Actualmente la Agencia se encuentra en una situación de crecimiento y adquisición de nuevos clientes.

El proyecto en general se desarrolla en un contexto un poco contrastante, ya que en casi todos los rubros comerciales se encuentran en una crisis económica muy fuerte. Además de alzas en los precios del petróleo, el dólar y productos básicos. Lo que genera una situación de inconformidad, compra de productos de primera necesidad y puede ocasionar que recursos como la Publicidad y todo lo que la engloba, resulte atractivo para las empresas.

Así como la economía, existen diferentes factores que participan en el contexto actual de la agencia; que son las PYMES en México, la industria, empleo, ética y megatendencias del marketing.

Hoy en día, las pequeñas y medianas empresas (PYMES) se están volviendo los pilares financieros, tan solo 99% de los negocios que existen en nuestro país son PYMES.

Además, generan 80% de los empleos actuales, producen más del 36% del Producto interno Bruto (PIB). Cabe resaltar que 65% de las PYMES en México son de carácter familiar y son de suma importancia para la economía mexicana.

- Por zona del país, 48% de las PYMES se ubican en el norte, 42% en el centro y 10% en el sur. Los principales estados que concentran la mayoría de las PYMES son:
 1. Nuevo León: 20.1%
 2. Distrito Federal y Estado de México: 11%
 3. Jalisco: 3%

La industria del marketing se caracteriza por tomar en cuenta diversos elementos, tales como el comportamiento de las personas, nuevos lanzamientos, tendencias sociales, innovaciones y noticias.

La industria del marketing directo e interactivo en nuestro país cuenta con un valor de 28 mil 800 millones de pesos. En 2014 esta industria generó 1.73 millones de empleos en México.

La presencia cada vez mayor de las redes sociales en el marketing las convierte en tendencia. Es un fenómeno de la comunicación humana, que evoluciona constantemente, por lo que obliga a los usuarios a estar pendientes de todas las novedades, de saber adaptarse, de elegir las opciones que mejor se ajustan a su empresa, etc.

En cuanto a la ética en la publicidad y mercadotecnia, es frecuente que en lugares como lo es nuestro país, el gobierno prohíba algunos tipos de conductas que no son adecuados en el área de marketing, es poco frecuente que las legislaciones comerciales de los diferentes estados prohíban estas conductas inadecuadas pero nosotros como publicistas debemos hacer un buen comienzo ya que nosotros siempre seguiremos siendo grandes consumidores de marcas las cuales tal vez no tengan buena ética en su comunicación y publicidad.

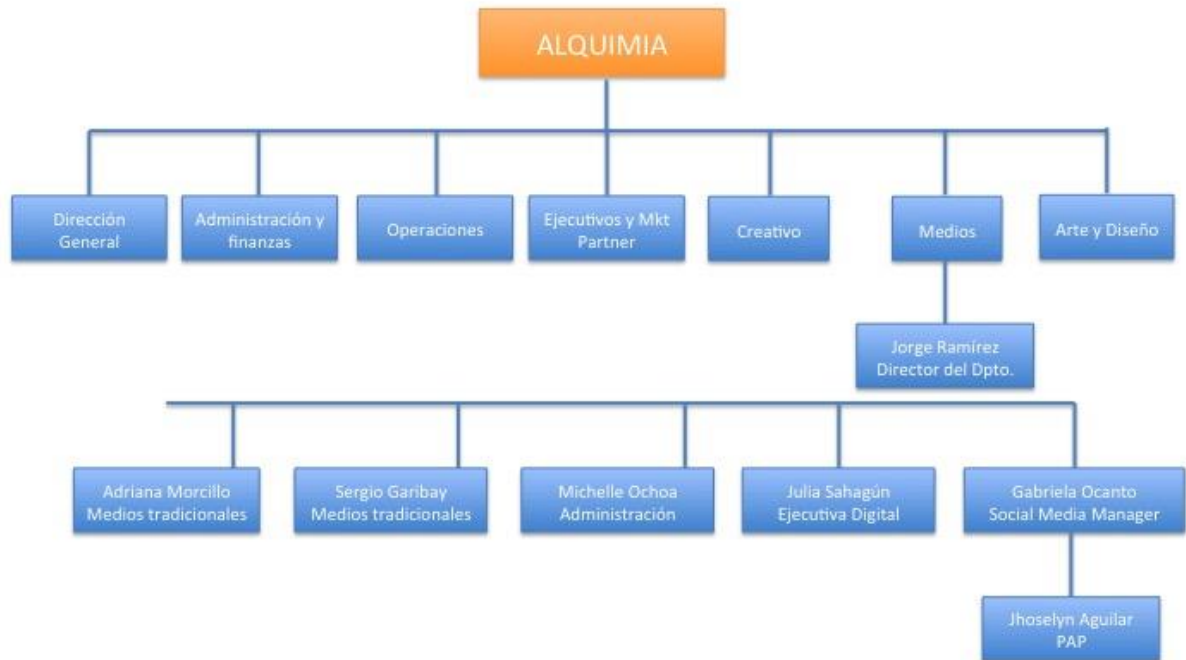
Por otro lado encontramos a la ética en el marketing en casos muy comunes como lo es la publicidad, en la que el objetivo de la regulación en materia de publicidad es proteger al consumidor que debe recibir una información veraz y a las empresas de determinadas conductas desleales de los competidores.

1.5. Identificación de involucrados

a) Destinatario

Agencia Alquimia::Transforma

b) Contrapartes



Dentro de la Agencia Alquimia, el lugar del PAP se sitúa dentro del área de Medios, lo cuál conlleva medios tradicionales y digitales. La interacción de ambas es muy importante, porque se complementan en las estrategias de comunicación para la mayoría de las campañas. Además se tiene relación con área de Arte y Diseño, y también con Ejecutivos y Marketing Partner.

c) Beneficiarios.

Debido a la estructura y forma de trabajo de este proyecto, los beneficiarios son la agencia y su vez sus clientes. La agencia es un medio y un fin para que este proyecto sea posible. También sus alianzas, con otras empresas para lograr el funcionamiento de Alquimia. Otro beneficiario indirecto sería el alumno mismo, por la naturaleza del PAP y la experiencia profesional que se adquiere.

Los beneficiarios directos son Dulces De La Rosa, Mazapán DLR, AquaMatic, Proma, Canoil, El Cielo Club de Golf, Gouffé Eventos y Ugga Concept Store.

2. Desarrollo

2.1. Sustento teórico y metodológico.

Actualmente, una campaña de publicidad está incompleta sin una buena estrategia de marketing digital. Importa porque los consumidores están irremediamente enganchados a las redes sociales, el e-commerce y las posibilidades de información que les otorga el internet y sus dispositivos móviles.

El marketing digital es “la promoción de productos o marcas mediante varias vías de medios electrónicos. Los medios que pueden ser usados como parte de una estrategia de marketing digital de un negocio puede incluir esfuerzos de promoción via internet, social media, teléfonos móviles, billboards electrónicos y también mediante la televisión y la radio”.

Se encarga, además, de estudiar y traducir la influencia que tienen las redes sociales en un producto: qué tanto comparten tu contenido, qué tanto te has vuelto viral, cuántos alcances tiene tu campaña.

Los compradores prestan cada vez más atención a su experiencia post-compra, y la consideran parte importante de la oferta de valor de un producto o servicio. La forma de contacto y el tono de la respuesta también son partes críticas de la experiencia del cliente. La voluntad de la marca de enfocarse en quejas y consultas post-venta influenciará la voluntad de recomendar o considerar una nueva compra. Con el objetivo de satisfacer y retener clientes, cada vez más productos y servicios incorporan algún tipo de asistencia post-venta.

Es aquí donde las redes sociales toman más valor, su utilidad va más allá del posicionamiento de marca, se respaldan en la interacción y engagement que se genera con el usuario, con el fin de obtener una experiencia de marca más memorable y con mejor aceptación.

BRAND- En su traducción al español, la palabra significa marca.

BENCHMARKING - Es una técnica o herramienta de gestión que consiste en tomar como referencia los mejores aspectos o prácticas de otras empresas, ya sean competidoras directas o pertenecientes a otro sector (y, en algunos casos, de otras áreas de la propia empresa), y adaptarlos a la propia empresa agregándoles mejoras.

BRANDING- Es el valor que adquiere una marca hacia sus clientes potenciales. También se puede definir como el proceso que se encarga de crear un conjunto de ventajas o atributos que distinguen a una marca para posicionar a una marca.

COPY- Es el conjunto de textos que componen una pieza creativa.

DIFERENCIACIÓN DE MARCA - Atributos globales de la marca que la hacen posicionarse entre su target, puede ser la calidad de sus productos, imagen que se tenga de la marca, entrenamiento de personal, etc.

ESTRATEGIA - Plan que especifica una serie de pasos o de conceptos nucleares que tienen como fin la consecución de un determinado objetivo.

DINÁMICA - Actividades que se desarrollan en el seno de un conjunto de individuos con el claro objetivo de entretener o de inculcar valores, entre otros factores.

ENGAGEMENT- Es el grado en el que un consumidor interactúa con tu marca. El compromiso entre la marca y los usuarios. Esto se basa en crear cierta fidelidad y motivación para que nuestros usuarios defiendan y se sientan parte de la marca, y de esta manera nos refieran nuevos usuarios.

ESLOGAN - El eslogan es una frase de preferencia corta que sirve para fijar, ampliar o resumir un mensaje y que sirve para transmitir emociones o cualidades de una persona, marca producto o servicio.

ESTRUCTURA DEL MERCADO - Recibe el nombre de estructuras de mercado, el conjunto de características que determinan el comportamiento de las empresas en un mercado: número de empresas, colusión, diferenciación y barreras a la entrada. De acuerdo a la cantidad de competidores existentes en un mercado y el grado de diferenciación de los productos o servicios ofrecidos se distinguen cinco tipos de mercados o situaciones competitivas:

- a. Monopolio
- b. Oligopolio
- c. Oligopolio diferenciado
- d. Competencia perfecta
- e. Competencia monopolística

EXPERIENCIA DE MARCA - Identificación de los momentos de vínculo emocional entre las personas y las marcas, y los recuerdos que producen estos momentos. En

el cliente, todos estos momentos se combinan para formar las percepciones, motivar el compromiso con la marca e influenciar la posibilidad de recompra en el futuro.

HÁBITO DE COMPRA - Comportamiento del comprador con respecto a los lugares de compra, desplazamientos, tipos de lugares visitados, con una frecuencia de compra, momento de la compra y clases de productos adquiridos, así como los razones de elección que son utiliza y las actitudes y opiniones que suele tener sobre los establecimientos comerciales.

IDENTIDAD DE MARCA - El conjunto de rasgos que identifican y diferencian a una marca.

ISOLOGOTIPO:

La representación visual de la marca unifica tanto imagen como tipografía en un mismo elemento.

MARCA - Es el nombre que identifica y representa a una compañía, a menudo las marcas representan algo y da un valor añadido a la misma.

MARKETING - Es un proceso mediante el cual las compañías crean valor para sus clientes y establecen relaciones sólidas con ellos para obtener a cambio valor de éstos. Es una actividad fundamental en las empresas. Su estudio se centra en el intercambio, por lo que su área de interés engloba el análisis de las relaciones de una empresa con los diferentes agentes del entorno que interactúan con ella. Especial atención merece el mercado, constituido por los consumidores, los intermediarios y los competidores.

MERCADO - Un mercado está formado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a participar en un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo.

PERSONALIDAD DE MARCA - Es la mezcla específica de rasgos humanos que se podrían atribuir a una marca en particular. Existen cinco rasgos de personalidad de marca:

1. Sinceridad (realista, honesto, saludable, y alegre)
2. Entusiasmo (audaz, lleno de vida, imaginativo, y actualizado)
3. Competencia (confiable, inteligente, y exitoso)
4. Sofisticación (de clase alta y encantador)
5. Aspereza (aficionado a las actividades al aire libre y fuerte)

PLAN DE MEDIOS - Es una estrategia que busca encontrar el mejor lugar y ó plataforma para ofertar y promocionar una marca de acuerdo a su target.

PLAZA O COLOCACIÓN - Comprende las diferentes actividades que la empresa emprende para que el producto sea accesible y esté a disposición de los consumidores meta. La distribución como herramienta del marketing recoge la función que relaciona la producción con el consumo. Es decir, poner el producto a disposición del consumidor final o del comprador industrial en la cantidad demandada, en el momento en el que lo necesite y en el lugar donde desea adquirirlo.

POSICIONAMIENTO - Es la imagen que desea alcanzar una institución entre las personas o instituciones que constituyen su mercado meta: usuarios, trabajadores, proveedores, etc. La institución puede posicionarse en función de uno o varios factores que la diferencian de otras instituciones.

PRECIO - Es el valor que se le asigna a un producto, bien o servicio. Se asigna en relación a su costo de producción y dependiendo de un análisis de lo que los clientes están en condiciones y dispuestos a pagar por los beneficios y las necesidades que estos pueden llegar a cubrir. La fijación de un precio es sumamente importante para la toma de decisión de compra de los clientes potenciales.

PRODUCTO - Todo aquello susceptible de ser ofrecido para satisfacer una necesidad o deseo. Es cualquier bien material que posea valor para el consumidor, o una herramienta que resuelva alguno de los problemas de éste. La gente demanda productos cuyos beneficios le producen la mayor satisfacción.

PROMOCIÓN - Son diferentes actividades que la empresa realiza para comunicar las excelencias de sus productos y persuadir a los clientes objetivos para su adquisición.

PROMOCIÓN DE VENTAS - Se trata de un conjunto variado de instrumentos para el incentivo, sobre todo a corto plazo, diseñado para estimular una compra más rápida y/o mayor de productos/servicios particulares por parte de los consumidores o el comercio.

PROPUESTA DE VALOR - El valor es la estimación que hace el consumidor de la capacidad total del producto para satisfacer sus necesidades. Una compañía debe decidir cómo servirá a sus consumidores meta, esto es, cómo se *distinguirá* y

colocará en el mercado. La *propuesta de valor* de una empresa es el conjunto de beneficios o valores que promete entregar a los clientes para satisfacer sus necesidades. Tales propuestas de valor distinguen a una marca de otra. Son la respuesta a la pregunta del consumidor:

PUNTO DE VENTA - Los puntos de venta son espacios físicos donde se automatiza el proceso de salida y cobro de la mercancía de una organización.

POST - Término inglés que puede traducirse como mensaje o anotación. En el ámbito de Internet, post se utiliza como sinónimo de artículo o nota en las publicaciones digitales como los blogs o los foros online.

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO - Una empresa en lugar de competir en cualquier parte, necesita identificar los segmentos de mercado más atractivos a los cuales está en posibilidad de servir con eficacia. Los compradores difieren en sus deseos, poder de compra, ubicaciones geográficas, actitudes y prácticas de compra. El vendedor identifica los tipos de compradores que difieren más en sus requerimientos de producto, en sus respuestas de mercadotecnia o en ambos.

2.2. Planeación y seguimiento del proyecto.

- Enunciado del proyecto

La aplicación de este PAP tiene como objetivo fundamental que se desarrollen las habilidades profesionales del alumno. Además, de llevar a la práctica la visión y valores jesuitas de la universidad. Que aprenda la situación actual del campo laboral, los desafíos éticos a los que se enfrenta y las soluciones que aporta.

- Metodología

Investigación	Creativo	Diseño	Revisión	Gestión
-Análisis de la comunidad -Impacto del contenido -Información relevante para el usuario	-Creación de copy's -Idea o acercamiento gráfico -Se desarrolla el texto de las imágenes	-Diseño lleva a cabo los gráficos y elementos visuales para el desarrollo de la marca en Social Media -Se desarrolla el guión visualmente	-Última revisión de contenidos, textos, redacción, gráficos y elementos visuales.	-Programación de contenido visual -Interacción con usuarios y comunidad

Revisión de reportes
Análisis de información
Análisis de métricas

Excel y Word
Illustrator y Photoshop.

Elementos gráficos
Revisión de diseño

Bussines Facebook
Tweetdeck
Instagram
Manejar la comunidad

001 – Metodología aplicada en Alquimia

- Cronograma o plan de trabajo (Gráfica de Gantt)

Actividades	Tiempo de duración															
	Agosto			Septiembre				Octubre				Noviembre				
	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16
Reconocimiento de las áreas de trabajo y las actividades propias del PAP	■	■														
Aprender el proceso de creación de contenido para redes sociales	■	■														
Creación de guiones																
Creación de Calendarios 2do. Semestre		■	■													
Revisión de calendarios	■			■				■					■			
Programación de contenidos	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

002 – Cronograma de trabajo

- Desarrollo de propuesta de mejora

-Reconocimiento de las áreas de trabajo, actividades propias del PAP y compañeros de equipo en Alquimia. Esta actividad era como una introducción a la estructura y dinámica de trabajo que se lleva a cabo en la agencia.

-Aprender el proceso de creación de contenido para redes sociales, es una de las partes fundamentales para involucrarme en el ambiente de trabajo; ya que en esta actividad se involucra el área de diseño para la creación de los elementos visuales y gráficos. Es un proceso que se sigue para crear el contenido que se publica en redes.

-Realizar guiones para redes sociales. Estos guiones sirven para organizar los contenidos y temas que se estarán publicando en las redes sociales de cada marca. Tengo a mi cargo 4 cuentas, que son para quienes realizo dichos guiones semanalmente.

-Creación de calendarios del segundo semestre del año, en esta actividad es realizar como tal un calendario por marca, en el cual se señalan por mes los días relevantes para la marca. Esta actividad se realiza para todas las cuentas.

-Revisión de calendarios, es muy importante realizarlo porque gran parte de los guiones que se realizan se basan en eso. Para hacer publicaciones especiales o hacer alguna campaña, según la relevancia del día o evento que sucederá.

-Programación de contenidos, esta labor se realiza todas las semanas debido a que según salen los contenidos se van programando en Facebook y Twitter para que no se retrase o se tenga algún percance. Respecto a Instagram, se publica al momento sin importar que sea fin de semana, ya que esta red social no cuenta con alguna plataforma para programar contenido.

3. Resultados del trabajo profesional

- Productos obtenidos.

Calendarios

CANOIL

Mayo
2017

Junio

05: Día Mundial del Medio Ambiente.
10: Día del Padre.

Dinámica:

-Semana temática por el Día Mundial del Medio Ambiente.
-Post especial por el Día del Padre.

Julio

13: Día de las Papas Fritas.
30: Día Internacional de la Amistad.

Dinámica:

-Post especial por el Día de las Papas Fritas.
-Concurso por el Día de la Amistad: pedir a los usuarios que nos envíen una foto comiendo o cocinando con sus amigos. Los primeros 10

Dinámica:

-Semana temática por vuelta a clase: videos (5) con recetas sencillas y saludables para la merienda de los niños, contando las calorías y los beneficios nutricionales. Buscar posibles **influenciadoras**.

Septiembre

14: Día mundial de la alimentación
16: Día de la Independencia.

Dinámica:

-Post especial por el Día de la Independencia.

-Recetarios de comidas mexicanas fácil de preparar ¡Saca el mexicano que llevas dentro!

Octubre

29: Cambio de horario de invierno
31: Halloween

Dinámica:

-Post de **canoil** disfrazado de personajes épicos del cine

Noviembre

2: Día de muertos
20: Conmemoración de la Revolución mexicana

003- Calendario de actividades y temporalidades Canoil

Guiones

Semana 11 [14 febrero - 22 marzo]	Publicación 1(texto post)	Tipo de publicación	Imagen / Link	Texto en imagen	Medidas (píxeles)
LUN 11:00 am F T I (32)			Tipo diccionario.	Forecaddie: Persona designada por el Comité de Competición que está en determinadas zonas del campo, donde existe riesgo especial de perderse bolas.	
MAR 15:00 pm F T	¿Quién más así? Green Fee desde \$650			Los lunes no necesito café... Necesito jugar golf	
MIE 11:00 am F T	No dejes pasar la oportunidad de los convenios corporativos.		Frase	"Para conocer el verdadero carácter de un hombre, juega golf con él" - P.G. Wodehouse	
JUE 13:00 pm F T	Se auténtico y disfruta del golf a tu manera		Persona en campo de golf con muchas pelotas regadas en el campo	Regla esencial del golf: No copies el swing de alguien más, encuentra el tuyo. Está en algún lugar de ti.	
VIE 11:00 am F T I (17) L	Un poco de humor a tu día ;)			-¿Cuál es el tipo de música favorito de un golfista? -Swing	
SAB 11:00 am F I	Pregunta por nuestras membresías y disfruta de estas oportunidades que te brinda el golf		Infografía	Razones para jugar golf: Contacto con la naturaleza - Aumenta la concentración - Fomenta la amistad	
DOM 15:00 pm			Fondo de palos de golf como esta imagen: https://www.pinterest.com.mx/pin/8303580543328453/	May the couse be with you	
			Imagen de buffet	El cielo es un delicioso buffet dominical	
			Tipo diccionario	Fairway: Área de hoyo, entre el tee de salida y el green.	
			Frase	"Es curioso. Entre más practico, más suertudo soy" - Arnold Palmer	

004 – Guión base para publicaciones en Facebook

Publicaciones Facebook



Gouffé

30 de octubre a las 11:00 · 🌐

Tips imprescindibles para organizar la fiesta infantil de tu pequeño
¡Tenemos excelentes paquetes para hacer de su día algo muy especial!



12 reproducciones

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir



005 – Publicación de Facebook Gouffé

Publicaciones Twitter

 **Dulces de la Rosa** @DelaRosaDLR · 26 sept. ▼
#ElSignificadoDeSerMexicano que no importa cuantas veces nos caigamos, siempre podremos levantarnos 🇲🇪

🗨️ ↻ 4 ❤️ 14 ✉️

 **Mazapán de la Rosa** @Mazapan_DLR · 25 sept. ▼
Siempre hay un mazapán, para un corazón roto ❤️



🗨️ ↻ 2 ❤️ 8 ✉️

006 – Publicación de Twitter Mazapán DLR

Publicaciones instagram



Enviar mensaje

Messenger >



Le gusta a **ana_lambarri, loren_yc** y **1,923** personas más

uaaconceptstore The one and only

007 – Publicación de Instagram UGGA

- Resultados alcanzados.

-Estar a cargo de 4 cuentas de clientes reales y tener la libertad de proponer su contenido.

-Incremento de seguidores en las redes sociales de las cuentas que estaban a mi cargo, de manera notable y reconocida.

-Mejorar mi redacción y aterrizar mejor las ideas para los contenidos.

- Impacto(s) generado(s).

-Profesionalismo y ética puesta a práctica

-Ayudar a través de las cuentas a los damnificados de los sismos en México

4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto.

- Aprendizajes profesionales

Durante este proyecto, las habilidades profesionales se pudieron explorar, pulir y emplearlas de una manera muy basta y satisfactoria. Desde el generar contenidos, guiones, calendarios, copy's, ideas para generar los contenidos gráficos, así como también, trabajar con diferentes áreas y tener disposición para trabajar en equipo.

Aprendí mucho sobre organización y responsabilidad, ya que son pilares básicos para desarrollar y llevar a cabo de la manera correcta a las marcas en las redes sociales.

Una de las partes que más valoro haber aprendido es la resolución de conflictos y como lidiar con ellos. Esta es una de las situaciones recurrentes en las redes sociales, ya que es muy común que un usuario tenga una queja o comentario negativo, es ahí donde me ayudaron a como contestar, investigar sobre lo sucedido y cuál es la respuesta más adecuada. Me siento más preparada y segura sobre las decisiones que se deben tomar.

A partir de estas experiencias, la visión del campo profesional es diferente a antes de la participación en el proyecto. Cambio para bien, para saber que tan necesario

es el trabajo de un publicista y los retos actuales de la parte económica y sociocultural. Fue muy grato el desarrollar habilidades y conocimientos en un contexto real, pero más el aprender cosas que sólo el estar en una agencia te brinda.

- **Aprendizajes sociales**

El ámbito social es uno de los que recibe mayor impacto en la manera en que sigue el camino profesional. Creo que la publicidad y la forma en que se hace la comunicación en la agencia, particularmente en Alquimia, que la realidad se transforma hablando de manera ética, orientado al beneficio social y en busca de mejorar los hábitos de consumo. Con lo cual se respalda una preparación suficiente para desarrollar y llevar a cabo un proyecto que no sólo beneficie a una marca, sino también a su mercado y a la sociedad.

Su interés por el beneficio social es muy importante para la agencia, tanto que cuando sucedió lo de los sismos en México, impulsaron a sus cuentas a que propusieran puntos y centros de acopio, los motivaron a que donaran y que formarían parte de la cadena de ayuda de mexicanos para mexicanos. También lo hicieron dentro de la agencia, recolectaron víveres y efectivo, fue muy interesante como lo hicieron con el dinero; ya que la agencia propuso duplicar la cantidad recaudada por empleados.

- **Aprendizajes éticos**

Las decisiones que se toman en publicidad pueden afectar al consumidor, a la marca o ambos, pero siempre está el camino de ver lo más adecuado o correcto para ambos. Las decisiones propias siempre iban más enfocadas a la comunicación y marketing digital, realizar los contenidos de copy para redes sociales, crear comunidad y hablar en nombre de una marca. Esta tarea puede ser complicada desde muchas perspectivas porque debes de conocer los valores de la marca, sobre que está permitido hablar o no, que opiniones dar y que es lo que “yo” como marca

estoy aprobando (estereotipos, ideologías, valores, etc). Entonces es tener a conciencia la marca e impacto social, además del camino de la agencia y educación que ITESO imparte; lo cual en su momento fue la guía para crear los contenidos y tratar de no cometer errores para ninguna de las dos partes, teniendo la ética y valores personales como guía para crear esos contenidos. Siendo lo que brinda la tranquilidad de hacer las cosas de la manera más correcta y adecuada, por lo que las consecuencias hasta el momento no han sido negativas.

- Aprendizajes en lo personal

Este PAP en particular abre las puertas para que cada alumno pueda aprender hasta donde es capaz de llegar, cuales son sus verdaderas metas, anhelos y satisfacciones que una profesión te puede dar. En mi caso personal esto ha sido el llegar a convertir una idea a un producto comunicativo, ver que esta plasmado en una tarjeta, un anuncio, un vídeo o un nombre de marca, es el logro y satisfacción de hacer bien tu trabajo y que a alguien más le gusta.

Además, por el funcionamiento de este proyecto el trabajar en equipo y relacionarse con otras áreas es esencial para cumplir los objetivos deseados, por eso se valora mucho el haber desarrollado la capacidad y habilidades necesarias con los clientes, compañeros de trabajo, jefes y demás personas del contexto.

De los principales aprendizajes es que el trabajar en equipo, en la mayoría de las veces, es mejor que una solo.

5. Conclusiones

Este proyecto fue un logro profesional y personal desde mi perspectiva. Desde el inicio sabía que sería un reto, por estar colaborando en una de las agencias de publicidad y comunicación más reconocidas en Guadalajara y también a nivel nacional. Ya que debía aprender a desarrollar habilidades que sólo el contexto

actual te ofrece, implementar mis conocimientos, participar trabajando en equipo con otras personas y colaborar para cuentas reconocidas e importantes.

Fue muy satisfactorio el poder proponer y que mis ideas se tomaran en cuenta, además de verlas plasmadas en las cuentas con las que trabajé. También que mi actitud y habilidades fueran reconocidas por el equipo de trabajo, ya que es una motivación para seguir trabajando mejor.

Además, poder ayudar y proponer en otras áreas afines. Esto fue principalmente en área de redes sociales, en la cuál apoyé con la realización de calendarios y guiones, dónde se propusieron contenidos, temas, dinámicas y algunas ideas visuales para su proyección en Facebook, Instagram y algunos blogs.

Este es un ejemplo de las tareas que se realizaron y los objetivos que se lograron. En conclusión este PAP me ofreció la oportunidad de conocerme más a mí, el alcance de lo que mi profesión puede lograr y el impacto positivo que se puede obtener en la sociedad a través de la publicidad y comunicación estratégica. Me quedo muy satisfecha por la participación de este PAP y de la agencia Alquimia. Además, que es una labor muy interesante y enriquecedora por la función que desarrollan, forjar a estudiantes competitivos y socialmente responsables.

Bibliografía:

Mayo De Juan Vigaray y Abenzar Nuria. (s/f). Introducción al Marketing. España, Creative Commons.

Monferrer Tirado, Diego (2013). Fundamentos de marketing. España, Universitat Jaume.

Kotler, P. (2001) Dirección de mercadotecnia. 8ª. Ed. Lima, Perú: Pearson Educación.

Kotler, P. & Armstrong, G. (2008). Fundamentos de Marketing. 8ª Ed. México: Pearson Educación.

(2017, 01). Dirección de mercadotecnia. Jojooa tecnología y marketing. Obtenido 01, 2017, de <https://sites.google.com/site/jojooa/marketing---definicion/definicion-de-bien-bienes-que-es-un-bien>

Liderazgo y mercadeo (2006). Glosario. Consultado en http://www.liderazgoymercadeo.com/glos_detalle.asp?id_termino=183&letra=H&offset=0

Alcaide, Juan Carlos. (2012) *“Marketing Industrial” cap.1 Introducción: El marketing Industrial, ¿es necesario?*

NUEVOS ENFOQUES DEL MARKETING Y LA CREACIÓN DE VALOR Ignacio Cruz Roche <https://docs.google.com/document/d/1TJawdivPWBUW3mZKaWeysug-G8nZAFBxsnDvEJU6-3k/edit?ts=59ba9123>

(Euromonitor, 2017)

ANEXOS

Bitácora de Actividades Semanal (14-08-2017 a 18-08-2017)

EMPRESA: Alquimia

Nombre del Proyecto(s): Entrenamiento Profesional en Mercadotecnia

Alumno Responsable del Proyecto (PAP): Jhoselyn Aguilar Velarde

Día	Actividad	Entregables	Observaciones/ Riesgos / Atrasos/
Lunes	<p>Revisión de cuentas activas de community manager.</p> <p>Delegación de cuentas con las que se estará trabajando y las especificaciones de cada una. Para Facebook, Instagram y Twitter.</p> <p>Descripción de las actividades que se estarán realizando dentro de la agencia.</p>		<p>Se delegaron las cuentas con las que estaré trabajando, los servicios que se le dan a cada cliente y el tipo de comunicación que se emplea.</p> <p>Estuvo muy interesante la dinámica de trabajo que se planteó y la confianza para proponer y realizar el contenido que proponga.</p> <p>Las actividades consisten en la creación de contenido, atención al cliente, programación de contenido y dar seguimiento diario a las cuentas para ver el número de seguidores, likes, impacto y si todo está en orden.</p>
Martes	<p>Búsqueda de información relevante para diversas cuentas de Twitter.</p> <p>Programación de contenido para Twitter para 3 cuentas.</p>	<p>Guiones de programación de cada cuenta.</p> <p>Reporte de información para publicarse en redes sociales.</p>	<p>Cuando se realiza la programación en Twitter, el riesgo que existe es ver si realmente se cargo el contenido, porque sino el día que se publicará</p>

			no aparece bien la imagen, el link, etc. Por lo que se debe verificar esos aspectos y sobre todo la ortografía.
Miércoles	<p>Guion de Facebook e Instagram para 3 cuentas.</p> <p>Seguimiento de cuentas diario</p>	3 Guiones	<p>Los guiones son la base para la creación de contenido, saber cuando se publicará, cuál es el texto que lo acompaña, el mensaje y la idea del gráfico. El seguimiento que se le da es que se apruebe por la Social Media Manager que es Gaby, mi jefa directa. Después se pasa como orden de trabajo al diseñador, para que el cliente vea la propuesta gráfica y cuando se acepte se pueda programar en redes.</p>
Jueves	<p>Programación de contenido en Facebook e Instagram para 2 cuentas.</p> <p>Seguimiento de cuentas diario</p>	Programación de contenido realizado	<p>La programación de contenido en Facebook es un poco más larga, porque se utilizan GIFs y eso hace que se cargue más lento, pero también se sigue un calendario de publicación.</p> <p>En cuanto a Instagram es un poco más difícil porque se tiene que publicar al instante, porque no existe una opción de programación como las otras cuentas. Así que hay días</p>
Viernes	Programación de contenido en Facebook e Instagram para una cuenta.	Programación de contenido realizado	Se sigue el mismo formato para

	Seguimiento diario		programar en Facebook e Instagram. Tuve un percance en una de las cuentas de Instagram, ya que al momento de etiquetar a un usuario, me equivoqué de nombre, lo cuál tuvo solución y no pasó a mayores.
--	--------------------	--	--

Bitácora de Actividades Semanal (21-08-2017 a 25-08-2017)

EMPRESA: Alquimia

Nombre del Proyecto(s): Entrenamiento Profesional en Mercadotecnia

Alumno Responsable del Proyecto (PAP): Jhoselyn Aguilar Velarde

Día	Actividad	Entregables	Observaciones/ Riesgos / Atrasos/
Lunes	Búsqueda de información relevante para diversas cuentas de Twitter. Programación de contenido para Twitter de las cuentas que me hago cargo. Seguimiento diario de cuentas	Programación de contenido realizado. Reporte con información para Twitter	En el seguimiento diario de las cuentas es cuando también reportó alguna queja de algún usuario, anomalía o dudas. Esta parte es en la que estoy aprendiendo más, porque tengo que conocer más a la cuenta y el trato con los usuarios. La búsqueda de información para Twitter es muy selectiva, porque el tipo de contenido que se publica varia un poco de las otras redes sociales, ya que a la personalidad de la marca cambia, es más informativa, actual, corta y estar en tendencia con los temas que son trending topic.
Martes	Programación de contenido para Facebook e Instagram Guión para Facebook e Instagram Seguimiento diario de cuentas	Programación de contenido realizado. Guión	Los guiones de Facebook e Instagram utilizan el mismo gráfico pero el caption es lo que cambia.
Miércoles	Programación de contenido para Facebook e Instagram	Programación de contenido realizado.	Se sigue la misma dinámica con la

	<p>Guiónes para Facebook e Instagram</p> <p>Seguimiento diario de cuentas</p>	3 guiones	<p>programación y creación de guiones.</p>
Jueves	<p>Visita a backstage de pasarela de cliente para tomar fotos y vídeos para redes sociales</p>	Fotos y vídeos	<p>Esta visita estuvo muy interesante, porque estuvimos en el backstage del desfile de moda, conviviendo con los diseñadores y modelos. Con el fin de recaudar contenido para las redes sociales. Estuvimos tomando fotos y vídeos; subiéndolo como previos a las redes sociales.</p>
Viernes	<p>Capacitación de Google AdWords</p> <p>Seguimiento diario de cuentas</p>		<p>Estuvimos en una capacitación para actualizarnos en Google AdWords. La cuál estuvo muy acertada, porque la mayoría de equipo necesitabamos ponernos al tanto y como es que la agencia hace uso de esta herramienta.</p>

Bitácora de Actividades Semanal (28-08-2017 a 01-09-2017)

EMPRESA: Alquimia

Nombre del Proyecto(s): Entrenamiento Profesional en Mercadotecnia

Alumno Responsable del Proyecto (PAP): Jhoselyn Aguilar Velarde

Día	Actividad	Entregables	Observaciones/ Riesgos / Atrasos/
Lunes	<p>Guiones de post especiales de Día de la Independencia</p> <p>Seguimiento diario de cuentas</p> <p>Programación de Instagram</p>	Guiones	Estos post se hacen previos al Día de la Independencia, para tener tiempo de revisiones y cambios con los clientes. Además de adaptar esta fecha especial en el país a cada cuenta y tomar como referencia el giro empresarial que manejan.
Martes	<p>Búsqueda de información relevante para diversas cuentas de Twitter.</p> <p>Programación de contenido para Twitter.</p> <p>Seguimiento diario de cuentas</p> <p>Programación de Instagram</p>	<p>Reporte con información relevante para Twitter</p> <p>Programación de contenido realizada</p>	Se sigue el mismo esquema que se ha establecido. Además, el día que se publica se trata de adecuar alguno de los trending topics a la marca que se esta programando.
Miércoles	<p>Programación de contenido para Twitter, Facebook e Instagram.</p> <p>Seguimiento diario de cuentas</p>	Programación de contenido realizada en redes sociales.	<p>Últimamente he tenido más programaciones en Instagram, debido a que ya tengo acceso desde mi celular y depende al cliente se hacen publicaciones casi diarias.</p> <p>Las otras redes sociales siguen la misma dinámica de trabajo.</p>
Jueves	Guiones para cuentas que manejo	Guiones	En el seguimiento de las cuentas, a veces me

	<p>Seguimiento diario de cuentas</p> <p>Programación de contenido en Instagram</p>	<p>Programación de contenido realizada.</p>	<p>Lleva más tiempo porque es necesario adquirir más seguidores, contestar dudas o hablar con el cliente(cuenta) por si se necesita alguna respuesta más precisa por parte de ellos, como alguna cotización o interés para que participen en proyectos.</p>
Viernes	<p>Programación de contenido en Facebook</p> <p>Guiones</p> <p>Seguimiento diario de cuentas</p>	<p>Programación de contenido realizada.</p> <p>Guiones</p>	<p>En este caso como son aproximadamente 5 cuentas las que manejo, si me lleva por lo menos 2 días sacar sus guiones, ya que se componen por al menos 15 publicaciones cada uno.</p> <p>A veces, Gaby me señala algún cambio o sugerencia ; y de cierta manera es cambiar el guion y volver a revisarlo.</p>

Bitácora de Actividades Semanal (4-09-2017 a 08-09-2017)

EMPRESA: Alquimia

Nombre del Proyecto(s): Entrenamiento Profesional en Mercadotecnia

Alumno Responsable del Proyecto (PAP): Jhoselyn Aguilar Velarde

Día	Actividad	Entregables	Observaciones/ Riesgos / Atrasos/
Lunes	Búsqueda de información relevante para diversas cuentas de Twitter. Programación de contenido en Instagram Guion Seguimiento diario de cuentas	Reporte con información relevante para Twitter Programación de contenido realizada. Guion	En todos los entregables se sigue la misma dinámica de trabajo.
Martes	Revisión de guiones para post del día de la independencia Programación de contenido para Instagram y Twitter. Seguimiento diario de cuentas	Programación de contenido realizada	Los gráficos de los post de independencia es lo que revisamos para ver como quedaron y mandarlos a revisión con el cliente.
Miércoles	Guion Programación de contenido de Instagram Seguimiento diario de cuentas	Guion Programación de contenido realizada	Se sigue el replicando el mismo esquema de trabajo con las entregas realizadas.
Jueves	Seguimiento diario de cuentas Investigación de microinfluencers Investigación de plan de crisis en redes sociales	Reporte de investigación de microinfluencers Reporte de plan de crisis en redes sociales	Esta actividad fue especial por unas situaciones de las cuentas, que es como propuesta para ellos. Los microinfluencers es para activaciones en redes sociales y que se han relevantes en la ZMG. Y el plan de crisis es para dar ese servicio a las cuentas y tratar con más cuidado las

			situaciones de riesgo en las redes sociales.
Viernes	<p>Programación de contenido de la Independencia</p> <p>Programación de instagram</p> <p>Seguimiento diario de cuentas</p>	Programación de contenido realizada.	Todas las cuentas ya tienen su contenido especializado para el día de la Independencia.

Bitácora de Actividades Semanal (11-08-2017 a 15-08-2017)

EMPRESA: Alquimia

Nombre del Proyecto(s): Entrenamiento Profesional en Mercadotecnia

Alumno Responsable del Proyecto (PAP): Jhoselyn Aguilar Velarde

Día	Actividad	Entregables	Observaciones/ Riesgos / Atrasos/
Lunes	<p>Programación de contenido para cuenta institucional de la agencia en Facebook</p> <p>Programación de contenido en Facebook para 2 cuentas</p> <p>Programación de contenido para cuenta en Instagram</p> <p>Guión para facebook</p> <p>Seguimiento de cuentas diario</p>	<p>Programación de contenido realizado.</p> <p>Guión de Facebook</p>	<p>El contenido que se programa en Instagram es más corto y rápido, ya que la programación es de 1 a 1, porque no se puede programar con tiempo de anticipación tiene que ser al momento. Lo que también requiere más cuidado porque así lo vea el usuario y no habrá mucho margen para revisión.</p> <p>En cuanto al guión, ya tengo más la idea de lo que se busca generar con cada guión. El perfil de la cuenta está más definido y es mas fácil realizar el guión.</p>
Martes	<p>Programación de contenido para Facebook</p> <p>Guión para Facebook</p> <p>Seguimiento de cuentas diario</p>	<p>Programación realizada</p> <p>Guión de Facebook</p>	<p>La programación muchas veces se está modificando, dependiendo si se van agregar publicaciones no previstas y a su vez seguir el calendario de días que se debe de publicar.</p>
Miércoles	<p>Programación de contenido de una cuenta para Instagram</p>	<p>Programación realizada</p>	<p>Además de hacer la programación del contenido, después se</p>

	<p>Programación de contenido para cuenta de Facebook</p> <p>Seguimiento de cuentas diario</p>		<p>debe de dar el seguimiento al contenido para ver que se esté publicando correctamente y no haya ningún percance.</p>
Jueves	<p>Programación de contenido en Instagram para una cuenta</p> <p>Investigar contactos para alianza con apps de comida</p> <p>Alineación de contenidos para nuevas cuentas</p> <p>Seguimiento de cuentas diario</p>	<p>Programación de contenido realizado</p> <p>Reporte de investigación</p> <p>Reporte y organización para cuentas</p>	<p>El reporte de alianzas con apps de comida, es para ofrecer los servicios a las distintas cuentas.</p> <p>Nuevas cuentas están en puerta y es hacer ajustes para la organización adecuada del contenido, programación y diseño.</p>
Viernes	<p>Programación de contenido en Facebook e Instagram para una cuenta.</p> <p>Programación de contenido para Twitter de una cuenta</p> <p>Propuesta de contenido interactivo</p> <p>Seguimiento diario</p>	<p>Programación de contenido realizado</p> <p>Propuestas de contenido para redes sociales</p>	<p>La propuesta que se realizó fue de mi parte, porque algunos contenidos me parecían interesantes para las cuentas con las que se trabajar y que podrían funcionar. Les gustaron mis ideas y me pidieron incluirlas en los próximos guiones.</p>

Bitácora de Actividades Semanal (18-08-2017 a 22-08-2017)

EMPRESA: Alquimia

Nombre del Proyecto(s): Entrenamiento Profesional en Mercadotecnia

Alumno Responsable del Proyecto (PAP): Jhoselyn Aguilar Velarde

Día	Actividad	Entregables	Observaciones/ Riesgos / Atrasos/
Lunes	<p>Programación de contenido para cuenta institucional de la agencia.</p> <p>Programar contenido de Facebook para dos cuentas.</p> <p>Guion de facebook</p> <p>Seguimiento diario de cuentas</p>	<p>Programación de contenido realizado.</p> <p>Guion de facebook</p>	<p>En cuanto a contenido la cuenta institucional es la que está mas abandonada, por cuestión de tiempo. Por eso, en la nueva programación ya se le puso más tiempo y dedicación, porque es la cara de la agencia.</p>
Martes	<p>Programación de contenido para Facebook e Instagram</p> <p>Guión para Facebook e Instagram</p> <p>Seguimiento diario de cuentas</p>	<p>Programación de contenido realizado.</p> <p>Guión</p>	<p>Estás actividades se realizaron con la misma dinámica ya establecida.</p>
Miércoles	<p>Programación de contenido para una cuenta en Twitter</p> <p>Programación de Instagram</p> <p>Guión para Facebook</p> <p>Seguimiento diario de cuentas</p>	<p>Programación de contenido realizado.</p> <p>Guion de Facebook</p>	<p>Al igual que el resto del contenido programado, se hizo en tiempo y forma.</p> <p>El guión sigue la misma dinámica, sólo tomando en cuenta las actividades propuestas al cliente para el siguiente mes.</p>
Jueves	<p>Programación de contenido para cuenta en Twitter</p> <p>Seguimiento diario de cuentas</p>	<p>Programación de contenido realizado.</p>	<p>Se siguió la misma estructura de trabajo.</p> <p>Agregando algún # que fuera trending topic.</p>
Viernes	<p>Programación de contenido para cuenta en Facebook.</p> <p>Seguimiento diario de cuentas</p>	<p>Programación de contenido realizado.</p>	<p>La revisión posterior del contenido publicado, es muy importante para saber si esta en orden.</p>

Bitácora de Actividades Semanal (25-08-2017 a 29-09-2017)

EMPRESA: Alquimia

Nombre del Proyecto(s): Entrenamiento Profesional en Mercadotecnia

Alumno Responsable del Proyecto (PAP): Jhoselyn Aguilar Velarde

Día	Actividad	Entregables	Observaciones/ Riesgos / Atrasos/
Lunes	Programación de contenido para Twitter, Instagram y Facebook Guion para Facebook Seguimiento diario de cuentas	Guion de Facebook Programación realizada	En el seguimiento de las cuentas es muy importante notificar cuando hay alguna queja o sugerencia por parte de los usuarios. Si lo puedo manejar yo, lo hago, pero si se necesita información más precisa es cuando Gaby me ayuda.
Martes	Programación de contenido para Instagram y Facebook Seguimiento diario de cuentas Guion para Facebook	Programación de contenido realizada Guion	La forma de trabajo sigue la misma dinámica ya establecida. Ya tengo como más conocimiento y seguridad en las cuentas.
Miércoles	Programación de contenido para Facebook e Instagram. Seguimiento diario de cuentas	Programación de contenido realizada en redes sociales.	Estoy muy entusiasmada porque mis ideas se ven plasmadas en los contenidos que programo.
Jueves	Seguimiento diario de cuentas Programación de contenido en Instagram	Guiones Programación de contenido realizada.	Algunas observaciones y tips que Gaby me ha dado para contestar y hablar con los usuarios.
Viernes	Programación de contenido en Instagram y Twitter Seguimiento diario de cuentas	Programación de contenido realizada.	Es muy importante en Twitter estar actualizado, por lo que siempre estoy conectada.

Bitácora de Actividades Semanal (02-10-2017 a 06-10-2017)

EMPRESA: Alquimia

Nombre del Proyecto(s): Entrenamiento Profesional en Mercadotecnia

Alumno Responsable del Proyecto (PAP): Jhoselyn Aguilar Velarde

Día	Actividad	Entregables	Observaciones/ Riesgos / Atrasos/
Lunes	Guion para Facebook Seguimiento diario de cuentas	Guion	Este día no pude acudir a la agencia, hice home office. Tuve un accidente y me dieron permiso de estar en mi casa y recuperarme.
Martes	Guion para Facebook Programación de contenido para Instagram, Twitter y Facebook Seguimiento diario de cuentas	Programación de contenido realizada Guion	Normalmente los inicios de semana son los días más pesados porque juntamos todo lo de fin de semana, por eso son los días más caragados de actividades.
Miércoles	Programación de contenido de Instagram y Twitter Seguimiento diario de cuentas	Programación de contenido realizada	Se sigue la misma dinámica de trabajo.
Jueves	Programación de contenido Facebook Seguimiento diario de cuentas	Reporte de investigación de microinfluencers Reporte de plan de crisis en redes sociales	Son varias cuentas las que se programaron, ya que es un proceso que pasa por diseño y llega al cliente para ser autorizado. Cuando está listo se programa, sólo que a veces coincide que son muchos guiones que programar juntos.
Viernes	Programación de contenido Facebook Guion Seguimiento diario de cuentas	Programación de contenido realizada.	Esté guion que realicé fue en apoyo a Gaby, ya que por los tiempos libres que tenía yo me lo asignó para ayudarla con su carga de trabajo.

Bitácora de Actividades Semanal (09-10-2017 a 13-10-2017)

EMPRESA: Alquimia

Nombre del Proyecto(s): Entrenamiento Profesional en Mercadotecnia

Alumno Responsable del Proyecto (PAP): Jhoselyn Aguilar Velarde

Día	Actividad	Entregables	Observaciones/ Riesgos / Atrasos/
Lunes	Seguimiento diario de cuentas Programación de cuentas para Facebook Creación de Guión para Facebook	Programación finalizada de 3 cuentas Guión de Facebook	Se sigue la misma dinámica de trabajo para la creación de guión y programación de cuenta.
Martes	Programación de cuenta de Twitter Guión de Facebook Cita con cliente Seguimiento diario de cuentas	Programación finalizada Guión de Facebook	La cita con el cliente fue para la presentación de resultados y renovación de concepto para línea gráfica de contenido digital. Me gustó mucho la experiencia.
Miércoles	Programación de Instagram Programación de Facebook Seguimiento diario de cuentas	Programación de Instagram Programación de Facebook	La manera de trabajo es muy similar. El contenido que se comparte en Instagram si cambia un poco, en cuanto adaptarse al formato y el vocabulario para la comunicación.
Jueves	Brunch de diseñador	Imágenes, vídeos, entrevista y boomerangs.	Este día fui a la presentación de la nueva colección de una diseñadora mexicana, la cual pertenece a una de las cuentas que manejamos en la agencia.
Viernes	Seguimiento diario de cuentas Guiones para Facebook	2 guiones de Facebook	La entrega de estos guiones se realizó en tiempo y forma.

Bitácora de Actividades Semanal (16-10-2017 a 20-10-2017)

EMPRESA: Alquimia

Nombre del Proyecto(s): Entrenamiento Profesional en Mercadotecnia

Alumno Responsable del Proyecto (PAP): Jhoselyn Aguilar Velarde

Día	Actividad	Entregables	Observaciones/ Riesgos / Atrasos/
Lunes	Seguimiento diario de cuentas Reunión para alineación de cuentas para Navidad y Posadas. Guión de Facebook	Reporte con ideas y propuestas Guion de Facebook	En las fechas especiales, como Navidad se toman en cuenta aspectos como portadas, fotos de perfil y contenido en general que se estará publicando.
Martes	Seguimiento diario de cuentas Guión de posadas para Facebook Programación de Facebook e Instagram	Guión de Facebook Programación finalizada de Facebook e Instagram	Debido a tiempo y calendario de la Agencia es necesario planear y proponer el contenido a Diseño que se estará publicando para fechas decembrinas. Hubo retroalimentación por algunos post hechos.
Miércoles	No asistí a la agencia	Seguimiento diario de cuentas	Por motivos personales no podía acudir este día, me dieron permiso de hacer home office y realizar la actividad de seguimiento diario.
Jueves	No asistí a la agencia	Seguimiento diario de cuentas	Por motivos personales no podía acudir este día, me dieron permiso de hacer home office y realizar la actividad de seguimiento diario.
Viernes	No asistí a la agencia	Seguimiento diario de cuentas	

Bitácora de Actividades Semanal (23-10-2017 a 27-10-2017)

EMPRESA: Alquimia

Nombre del Proyecto(s): Entrenamiento Profesional en Mercadotecnia

Alumno Responsable del Proyecto (PAP): Jhoselyn Aguilar Velarde

Día	Actividad	Entregables	Observaciones/ Riesgos / Atrasos/
Lunes	Seguimiento diario de cuentas Guiones de Facebook	2 guiones de facebook	Misma dinámica de trabajo, en cuanto al seguimiento de cuentas y realización de guiones para facebook.
Martes	Seguimiento diario de cuentas Guión de facebook Programación de cuentas de Facebook y Twitter.	Guion de facebook Programación de facebook y twitter.	A partir de esta semana se empezó a contemplar la idea de realizar guiones mensuales, con la finalidad de agilizar el área de diseño y mejorar en cuanto al contenido.
Miércoles	Seguimiento diario de cuentas Benchmarking de cuentas que manejo	Reporte de Benchmarking	Las redes sociales son muy competitivas actualmente, por lo que me dieron la tarea de hacer la investigación de la competencia y poner los puntos fuertes, débiles y hallazgos.
Jueves	Seguimiento diario de cuentas Programación de Twitter e Instagram	Programación	No todas las cuentas tienen un usuario de Twitter, por lo que el trabajo que se realiza es más esporádico.
Viernes	Seguimiento diario de cuentas Programación de Facebook Revisión de diseño	Programación finalizada de facebook Cambios de diseño	

Bitácora de Actividades Semanal (30-10-2017 a 03-11-2017)

EMPRESA: Alquimia

Nombre del Proyecto(s): Entrenamiento Profesional en Mercadotecnia

Alumno Responsable del Proyecto (PAP): Jhoselyn Aguilar Velarde

Día	Actividad	Entregables	Observaciones/ Riesgos / Atrasos/
Lunes	Seguimiento diario de cuentas Guiones de Facebook	2 guiones de facebook	Se empezó a tomar en cuenta características navideñas para realizar algunos post
Martes	Seguimiento diario de cuentas Realización de calendarios 2018	Calendarios individuales para cada cuenta de 2018	Los calendarios que se realizan son para ubicar las fechas y temporalidades importantes o especiales para cada marca. En este caso ya se está haciendo la planeación de 2018.
Miércoles	Seguimiento diario de cuentas Presentación de Eva de Agencia BDP	Presentación/Conferencia	Una presentación muy interesante y muy grata, me gustó mucho el tema y la dinámica de la clase. Las franquicias y empresas trasnacionales siempre son tema de interés, debate y algo nuevo que aprender.
Jueves	Seguimiento diario de cuentas Realización de calendarios 2018 Plan de desarrollo 2018	Calendarios individuales para cada cuenta de 2018	Ya terminé todas las marcas con las que trabaja Alquimia. El plan de desarrollo está basado en las metas profesionales que me quiero fijar para 2018. Esto con la finalidad de darme la

			oportunidad de trabajar el siguiente año con el equipo de Medios en Alquimia. La verdad estoy muy feliz porque gracias a este PAP ya encontré un trabajo que me hace muy feliz.
Viernes	Seguimiento diario de cuentas Altar de muertos	Altar de muertos	Se realizó una actividad de integración para Alquimia, donde participamos en equipo para realizar altares. Cn el objetivo de que fuera al azar y convivir con diferentes compañeros.

Bitácora de Actividades Semanal (06-11-2017 a 10-11-2017)

EMPRESA: Alquimia

Nombre del Proyecto(s): Entrenamiento Profesional en Mercadotecnia

Alumno Responsable del Proyecto (PAP): Jhoselyn Aguilar Velarde

Día	Actividad	Entregables	Observaciones/ Riesgos / Atrasos/
Lunes	Seguimiento diario de cuentas Integración de nueva cuenta de franquicias Guion de Facebook	Guion de Facebook	Con la integración de la nueva cuenta me dieron material de estudio para conocer más sobre la cuenta y aspectos específicos de preguntas frecuentes y precios. El guión que se realizó, estaba bajo la dinámica de publicaciones mensuales, que fue el doble de lo normal que realizo.
Martes	Seguimiento diario de cuentas Programación de cuentas de Facebook	Programación finalizada de Facebook	Ya no tengo muchos inconvenientes con la programación o atención al cliente, por el tiempo que ya lo llevo realizando.
Miércoles	Seguimiento diario de cuentas Programar contenido para Twitter e Instagram	Programación finalizada de Twitter e Instagram	Igual que lo anterior, se sigue la misma dinámica de trabajo.
Jueves	Seguimiento diario de cuentas Plan de desarrollo	Entrega de plan de desarrollo	Ya finalice el plan que me pidieron en la Agencia. Este plan tiene como finalidad poner objetivos medibles personales que ayuden en el progreso de las metas profesionales más y de la actividad que realizo en Alquimia.

Viernes	Revisión de calendarios Gestión de línea gráfica para cuentas de área digital 2018	Reporte de propuestas de línea gráfica, alineada a calendarios.	Es interesante participar en estas actividades, ya que personas de diferentes áreas participan y dan su punto de vista diferente desde su ámbito.
----------------	---	---	---

Bitácora de Actividades Semanal (13-11-2017 a 17-11-2017)

EMPRESA: Alquimia

Nombre del Proyecto(s): Entrenamiento Profesional en Mercadotecnia

Alumno Responsable del Proyecto (PAP): Jhoselyn Aguilar Velarde

Día	Actividad	Entregables	Observaciones/ Riesgos / Atrasos/
Lunes	Seguimiento diario de cuentas Guiones para portadas navideñas	ODT de portadas navideñas	Se realizaron las propuestas portadas navideñas para Facebook, según el tipo de marca que si se alineara a la celebración navideña, no todas contaron con un cambio de portada.
Martes	Seguimiento diario de cuentas Guion de Facebook	Guión de Facebook	Me cuesta más trabajo realizar los guiones mensuales, ya que siento que los post dejan de ser creativos o atractivos por la cantidad que hago. Lo comenté como observación con mi jefa.
Miércoles	Seguimiento diario de cuentas Revisión de atención al cliente de cuenta de franquicias	Reporte con sugerencias y quejas por parte de los usuarios.	Estos reportes son con el objetivo de darles el seguimiento debido.
Jueves	Seguimiento diario de cuentas Guión de Facebook	Guion de Facebook	Acordamos que los guiones mensuales los haríamos entre mi jefa y yo para generar contenido variado y más atractivo. Me pareció buena idea por la extensión de dichos guiones.
Viernes	Seguimiento diario de cuentas Guion de Facebook	Guion de Facebook	Estas actividades realizadas dan pie a mejor organización por

	Programación de Facebook	Programación finalizada de Facebook	la temporalidad con la que se están realizando.
--	--------------------------	-------------------------------------	---