**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE SINALOA**

**Facultad de Contaduría y Administración Coordinación de Prácticas Profesionales**



# PLAN DE TRABAJO / PROYECTO DE PRÁCTICAS

Para ser elaborado por el Responsable en la Unidad Receptora y/o el Practicante Profesional

|  |
| --- |
| **Datos Generales** |
| Empresa o Institución: | Alestra, S.A. de C.V. |
| RFC: | ALE970120M77 |
| Representante Legal | Nicasio Romero Romero |
| Nombre del responsable: | Alejandro Medina Álvarez |
| Cargo: | Gerente General |
| Correo electrónico: | alemedal@alestra.com |
| Nombre del practicante: | Juan Pérez Pérez |
| Número de Cuenta del practicante: | 12345678 |
|  |
| **Del Proyecto** |
| Nombre del proyecto: | Asesoría Integral en Mercadotecnia |
| Duración del proyecto: | 01 de febrero de 2022 al 31 de julio de 2022 |
| Objetivos | Objetivo General: Brindar asesoría y aplicación de estrategias de marketing digital e impreso para lograr el posicionamiento de la empresa.Objetivos Específicos:-Desarrollar una campaña publicitaria por medio de redes sociales-Aumentar la demanda de productos a la venta por medio de marketing impreso o digital.-Rediseñar la imagen de la empresa. |
| Justificación | Actualmente se ha dado un crecimiento de la empresa por lo que requiere implementar estrategias de marketing digital, que le permitan posicionarse en el mercado, generar más prospectos e incrementar el volumen de las ventas. |
| Actividades a realizar | -Actualización en manejo de redes sociales para marketing.-Realizar campañas publicitarias.-Aportar ideas para diseños de futuros productos.-Crear estrategias de ventas.-Dar seguimientos a posibles clientes a través de las redes sociales. |

|  |  |
| --- | --- |
| Impacto generado | Para la empresa: Incrementar y generar posicionamiento de la marca en el mercado, así como potencializar el esquema de ventas.Para el practicante: Adquisición de conocimientos prácticos, mejorar el conocimiento del manejo profesional de las redes sociales, segmentación de mercados, estudio de mercados. |

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE SINALOA**

**Facultad de Contaduría y Administración Coordinación de Prácticas Profesionales**



# CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES – PROGRAMA DE PRÁCTICAS PROFESIONALES

Para ser elaborado por el Responsable en la Unidad Receptora y/o el Practicante Profesional

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Fecha:** | 14 de febrero de 2021 |
| **Unidad Receptora:** | Alestra, S.A. de C.V. |  |
| **Nombre del Proyecto:** | Asesoría Integral en Mercadotecnia |  |
| **Responsable:** | Alejandro Medina Álvarez |  |
| **Periodo de Realización:** | 01 de febrero de 2022 al 31 de julio de 2022 |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Periodo** |  |  Febrero |  |  Marzo |  |  |  Abril |  |  Mayo |  |  |  Junio |  |  |  Julio |  |
| **Actividades** |  | Semana |  |  | Semana |  |  | Semana |  |  | Semana |  |  | Semana |  |  | Semana |  |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1. Actualización en manejo de redes sociales para marketing. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2. Realizar campañas publicitarias |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3. Crear estrategias de ventas |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4. Dar seguimientos a posibles clientes a través delas redes sociales. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Responsable Unidad Académica |  | Practicante |  | Responsable Unidad Receptora |
| **LDII. María Angélica Sáinz Núñez****Responsable del Departamento de Prácticas Profesionales.****Facultad de Contaduría y Administración** |  | **Juan Pérez Pérez****Estudiante****Licenciatura en Mercadotecnia** |  | **Alejandro Medina Álvarez Gerente General****Alestra, S.A. de C.V.** |