

TALLER DE INVESTIGACION

**LISTA DE COTEJO PARA PROTOCOLO DE INVESTIGACION**

DATOS GENERALES			
Nombre del(a) alumno(a):			
GRUPO:	605 A	CARRERA:	LIC. EN ADMINISTRACION

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE SAN ANDRÉS TUXTLA	NOMBRE DEL CURSO:
NOMBRE DEL DOCENTE: PSIC. LUCERO LOPEZ COBAXIN	FIRMA DEL DOCENTE

DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN		
PRODUCTO:		PERIODO ESCOLAR:

**INSTRUCCIONES DE APLICACIÓN**

Revisar las actividades que se solicitan y marque con una X en los apartados "SI" cuando la evidencia se cumple; en caso contrario marque "NO". En la columna "OBSERVACIONES" escriba indicaciones que puedan ayudar al alumno a saber cuáles son las condiciones no cumplidas, si fuese necesario.

VALOR DEL REACTIVO	CARACTERÍSTICA A CUMPLIR (REACTIVO)	CUMPLE		OBSERVACIONES
		SI	NO	
5%	a. Título de proyecto			
5%	b. Antecedentes			
5%	c. Planteamiento de problema			
5%	d. Objetivos (general y específicos)			
5%	e. Justificación (impacto social, tecnológico, ético, económico, ambiental)			
20%	Diseño del marco teorico			
10%	<b>Elaboración:</b> Debe partir de una selección adecuada de la información			
5%	<b>Responsabilidad:</b> Entregó la investigación documental en la fecha y hora señalada.			
60%	<b>CALIFICACIÓN</b>			

Instrucciones Trabajo de los alumnos

Enviar  60 puntos

 Toda la clase

Ordenar por estado

Entregado

<input type="checkbox"/>		HERNANDEZ ABSALON AD...	—/60
<input type="checkbox"/>		CASTRO XALA AIXA MICH...	—/60
<input type="checkbox"/>		SAINZ CHIGUIL ALEJANDRA	—/60
<input type="checkbox"/>		REYES SOSME ALEX	—/60

Plazo de entrega cerrado el 7 jun, 23:59 

Entregado 

 HERNANDEZ ABSALON ADRIANA



SISTEMA RP EN EL P...  
Entregado

 CASTRO XALA AIXA MICHELLE



PROPUESTA FINAL P...  
Entregado

 SAINZ CHIGUIL ALEJANDRA



 REYES SOSME ALEX



Protocolo

 CHIBAMBA IGNOT ESTRELLA Entregado  

PDF PROTOCOLO.pdf  Abrir con Documentos de Go... 

Nombre del proyecto:

Marketing digital: ¿qué técnicas utiliza el marketing digital para acercarse e influenciar a las personas?

**Integrantes:**

- Chibamba Ignor Estrella
- Chontal García Dania Yazareth
- Fiscal Catemaxca Isael
- Pérez Escribano Laisa

**Carrera:**  
Licenciatura en administración

**Asesor:**  
Lucero López Cobaxín 

Página 1 de 9 

## GUIA DE OBSERVACIÓN PARA EXPOSICION

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE SAN ANDRÉS TUXTLA		NOMBRE DEL CURSO:		
NOMBRE DEL DOCENTE: LUCERO IOPEZ COBAXIN		TALLER DE INVESTIGACION		
OBJETIVO DE LA PRÁCTICA: .				
DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN				
NOMBRE DE LOS ALUMNOS:	NO. DE CONTROL:	FIRMA DEL ALUMNO:		
1.- _____	1.- _____	1.- _____		
2.- _____	2.- _____	2.- _____		
3.- _____	3.- _____	3.- _____		
4.- _____	4.- _____	4.- _____		
5.- _____	5.- _____	5.- _____		
INSTRUCCIONES DE APLICACIÓN				
Revisar los documentos o actividades que se solicitan y marque con una X en los apartados "SI" cuando la evidencia a evaluar se cumple; en caso contrario marque "NO". En la columna "OBSERVACIONES" ocúpela cuando tenga que hacer comentarios referentes a lo observado.				
VALOR DEL REACTIVO	CARACTERÍSTICA A CUMPLIR (REACTIVO)	CUMPLE		OBSERVACIONES
		SI	NO	
<b>10%</b>	Dominio del tema (divagaciones, claridad y uso de ejemplos)			
<b>5%</b>	Orden y claridad en la exposición			
<b>5%</b>	Dominio del auditorio			
<b>5%</b>	Material utilizado			
<b>5%</b>	Dicción			
<b>10%</b>	Presentación: limpieza y formalidad			
<b>40%</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>			

Instrucciones Trabajo de los alumnos

Enviar 40 puntos

Toda la clase

Ordenar por estado

Entregado

<input type="checkbox"/>	<b>H</b>	HERNANDEZ ABSALON AD...	—/40
<input type="checkbox"/>	<b>C</b>	CASTRO XALA AIXA MICH...	—/40
<input type="checkbox"/>	<b>S</b>	SAINZ CHIGUIL ALEJANDRA	—/40
<input type="checkbox"/>	<b>R</b>	REYES SOSME ALEX	—/40

Entregado

**H** HERNANDEZ ABSALON ADRIANA



Adriana y Henry.zip  
Entregado

**C** CASTRO XALA AIXA MICHELLE



2 archivos adjuntos  
Entregado

**S** SAINZ CHIGUIL ALEJANDRA



2 archivos adjuntos

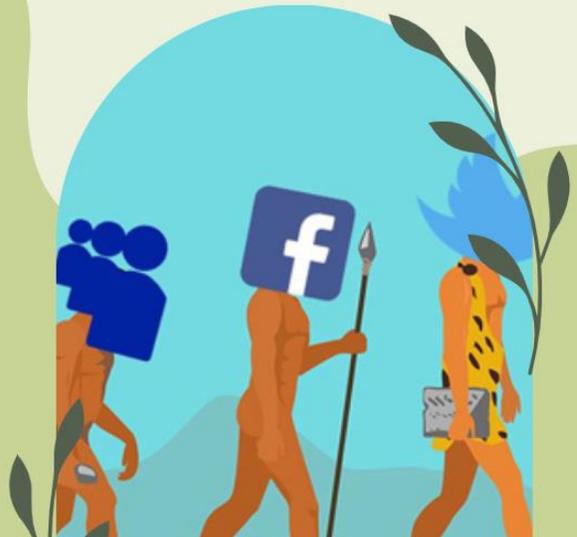
**R** REYES SOSME ALEX



2 archivos adjuntos

## Antecedentes

El marketing digital utiliza una variedad de técnicas para acercarse e influenciar a las personas. Algunos de los antecedentes de estas técnicas se remontan a la evolución de la publicidad y el mercadeo. Algunas técnicas incluyen:



## MARKETING DE CONTENIDOS

A través de la creación y distribución de contenido relevante y valioso



## E-MAIL MARKETING

El envío estratégico de correos electrónicos personalizados permite llegar a clientes potenciales o existentes



## PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES

Las plataformas como Facebook, Instagram, Twitter y LinkedIn ofrecen herramientas para llegar a audiencias específicas



## MARKETING DE INFLUENCERS

El uso de personalidades influyentes en redes sociales



*¿Hasta qué punto las técnicas utilizadas en el marketing digital respetan la privacidad y autonomía de los usuarios?*

*¿Existe un límite ético en la influencia ejercida sobre las decisiones de consumo a través de publicidad altamente segmentada y personalizada?"*

## Objetivos

General:

Investigar y evaluar diversas estrategias de marketing utilizadas por las empresas para llegar e influir eficazmente en los consumidores en el entorno digital.

Específicos:

- Identificar las principales tácticas de marketing
- Evaluar la efectividad de estas tácticas
- Proponer recomendaciones
- Explorar la percepción del consumidor



## Justificación

Cómo las estrategias de marketing impactan a los consumidores es fundamental para desarrollar estrategias efectivas que no solo atraigan, sino que retengan a los clientes proporcionar a las empresas información valiosa para ayudarlas a mejorar sus métodos de marketing

### a) Impacto social:

- Privacidad y protección de datos: Esto puede tener implicaciones significativas para la sociedad en términos de confianza en línea y control sobre la información personal.
- Salud y bienestar: El impacto de la publicidad sobre la autoestima y las percepciones corporales también es un tema importante a considerar.
- Desigualdades sociales: pueden contribuir a amplificar las desigualdades sociales al dirigirse de manera desproporcionada a ciertos grupos demográficos o económicos
- Conciencia y educación al consumidor: Esto puede tener un impacto positivo si se utiliza para promover comportamientos más conscientes y sostenibles.