

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

**COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES Y COMUNICACIÓN
DIRECTA DE AGENCIA DE ADDISON PUBLICIDAD**

Informe Final E.P.S. presentado al Honorable Consejo Directivo por:

MARIA ELENA CASTILLO BERNAL

Previo a optar el título de:

LICENCIADO (A) EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Asesor:

M.A. Sergio Morataya

Guatemala, Noviembre 2014

CONSEJO DIRECTIVO

Director

Lic. Julio Estuardo Sebastián Chilín

Secretaria

M.A. Claudia Molina

Representantes Docentes

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carilla Brán

Representantes de los Egresados

Lic. Michael González Batres

Representantes Estudiantiles

Pub. Joseph Mena

Pub. Carlos León

Coordinador de EPS

Sergio Vinicio Morataya García

Supervisora de EPS

Licda. Floralba Pérez Folgar



Guatemala, 10 agosto 2014

Licenciado
Sergio Morataya
Coordinador EPS DE Licenciatura
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Presente.

Estimado Licenciado:

Por este medio hago de su conocimiento que MARIA ELENA CASTILLO BERNAL, quien actualmente está realizando **EPS DE LICENCIATURA 2014** en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, con carnet 199921736.

Realizó sus 300 horas de prácticas satisfactoriamente en este Agencia de Publicidad. Por lo que hacemos constar que la misma cumplió sus prácticas que se evaluaron profesionalmente de esta Agencia.

Agradeciendo que nos hayan tomado en cuenta para dicho apoyo para formar profesionales de nuestro país; firmo y sello.

Sin otro particular,

Atentamente,



SELVIN STUARDO ALVAREZ CRUZ
GERENTE GENERAL

6 calle 5-24 2do. Nive
2.7 Nueva Montserrat
Tel: 24374019
57646133

E-mail addpublicidad@hotmail.com



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 27 de octubre de 2014

Estudiante
María Elena Castillo Bernal
Carné **199921736**
Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS con título "Comunicación en Redes Sociales y Comunicación Directa de Agencia ADDISON PUBLICIDAD."

El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa por lo cual emitto DICTAMEN FAVORABLE para los efectos subsiguientes.

"DID Y ENSEÑAD A TODOS"


Licda. Floralba Pérez-Forga
Supervisora de EPS




Vc. Bo. M. Sc. Sergio Morataya
Coordinador EPS Licenciatura

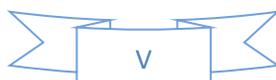
Fridido M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfonos: (502) 2476-9926
(502) 2443-9500 extensión 1478
Fax: (502) 2476-9938
www.comunicacionusac.com.gt



**Para efectos legales, únicamente el (la) autor (a)
es responsable del contenido de este trabajo**

DEDICATORIA

- A Dios:** Por ser guía y mi luz, quien me dio las fuerzas para buscar mis sueños y alcanzar mis metas.
- A mis Querida Madre:** **Doña Irmita Bernal**, Por darme la vida, amor que es el tesoro más grande siendo mi maestra de sabiduría y apoyo..
- A mis Hijos:** Yonnal Omar Pérez Castillo y Jacqueline Pérez Castillo Quienes son el motor de mi vida y me han apoyado con alegría e ilusión.
- A mi Hermano y fam.** Nelson Estuardo Castillo, Yuliza Benítez, mis sobrinos Alan y Jacobo ambos Castillo Benítez.
- A mi Supervisora:** Licda. Floralba Pérez, quien compartió su sabiduría, dedicación y paciencia.
- A mi Coordinador:** Lic. Sergio Morataya, por entregarnos sus conocimientos académicos y ser un gran apoyo para la realización de la Coordinación mi EPS.
- A Agencia Addison Publicidad:** **Lic. Selvin Stuardo Álvarez Gerente General y Lic. Encarnacion Alvarez Villagran Rep. Legal Quienes abrieron las puertas para realizar EPS**
- A mis Amigos:** **Ustedes** que han sido muy especial en el camino de mi vida.



RESUMEN

Universidad:	Universidad de San Carlos De Guatemala
Unidad Académica:	Escuela De Ciencias De La Comunicación
Autor:	María Elena Castillo Bernal
Título:	COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES Y COMUNICACIÓN DIRECTA DE AGENCIA DE ADDISON PUBLICIDAD
Metodología:	Descriptiva, es dar a conocer que los medios de comunicación sociales y directos.
Instrumentos y Técnicas:	Entrevistas, encuestas, monitoreo por medio de vía telefónica escritos, portal de internet..
Obtención de Datos:	Recopilación de información a través de entrevista con el personal de apoyo, encuestas, álbumes y el POA, libros, Tesis de diferentes universidades.
Resultados y Conclusiones:	Por medio de graficas que se añadieron a las encuestas y entrevistas

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

1. Objetivos	
1.1 Objetivos Generales.....	Pág. 2
2. 1.2 Objetivos Específicos	pág. 2
2. La Institución.....	pág. 2,3
2.1.1 Antecedentes o historia.....	pág. 3
2.2. Marco Filosófico (Misión y Visión).....	pág. 4
2.3. Organigrama	
3. Foda	pág. 5
3.1 Fortalezas.....	pág. 5
3.2 Oportunidades.....	pág. 6
3.3 Debilidades.....	pág. 6
3.4 Amenazas.....	pág. 6
4. Metodología	pág. 7
4.1 Descripción del Método.....	pág. 7
4.2 Instrumentos.....	pág. 8
4.3 Cronograma.....	pág. 8
5. Recopilación de datos.....	pág.9
5.1. Ficha de las entrevistas	pág. 9, y 10
5.2. Resultados de las entrevistas.....	pág. 11,12,13,14 y15
5.3 Tablas comparativas puntos de encuentros y diseños entre los entrevistados.....	pág. 16
5.4 Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado	pág. 16

ÍNDICE

6. Radiografía de la Institución,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,	pág. 16
6.1. Descripción de la Comunicación Interna.....	pág. 16
6.1.1 De la infraestructura (Mobiliario y equipo, cartelera, conectividad a Internet).....	pág. 16
6.1.2 Canales de Comunicación Interna	pág. 17
6.1.3 Rumores	pág. 17
6.2. Descripción de Comunicación Externa.....	pág. 17
6.2.1 El POA del Año.....	pág. 17
6.2.2 Campañas Realizadas.....	pág. 17
6.2.3 El Plan Estratégico que se está ejecutando	pág. 17
6.2.4 El Plan Estratégico que se va ejecutar.....	pág. 17
6.2.5 Presupuesto de comunicación para el presente año	pág. 17
7. Anexos	
7.1. Transcripción Completa de las entrevistas.....	pág. 18
7.2. Modelo de la Encuesta.....	pág. 18
7.3. Matriz o vaciado de las encuestas.....	pág. 18

CAPITULO II

2.1 y 2.2. Antecedentes estudio de mercado.....	pág. 20,21
2.3 Objetivos	pág. 22
2.3 Objetivos Generales.....	pág. 23
2.4 Objetivos específicos.....	pág. 23
2.4 Público Objetivo.....	pág. 23
2.5 Mensaje.....	pág. 23
2.6 Estrategia de comunicación.....	pág. 23 a la 30

ÍNDICE

CAPÍTULO III

3.1	Visita de Prácticas supervisada.....	pág. 32 al 46
3.2	Trabajos realizados en Agencia de Publicidad ADDISON	pág. 47
3.3	Estrategias Planteadas	pág. 48
3.3.1	Primera Propuesta de Pagina Web.....	pág. 48
3.3.2	Segunda Propuesta de un Trifoliar (BROCHURE)	pag.49 al 50
3.3.4	Tercera propuesta de Volantes.....	pág. 51
3.3.5	Cuarta Propuesta de Presentación de Power Point	pág. 52 al 56

CAPITULO IV

RECOMENDACIONES.....	pág. 58
CONCLUSIONES.....	pág. 59
BIBLIOGRAFÍA.....	pág. 60

INTRODUCCIÓN:

Se realizó un estudio minucioso sobre la empresa de publicidad ADDISON PUBLICIDAD ubicada en la 6 calle 5-24 zona3 de Mixco nueva Montserrat.

Se llegó a la conclusión que ADDISON PUBLICIDAD. Es una empresa que labora con ética y responsabilidad sobre la base de la experiencia y habilidades de cada uno de sus miembros.

El prestigio y el honor son característicos de su publicidad, así como el profesionalismo, la honradez y la solidaridad. La confidencialidad con la que manejan los intereses de sus clientes garantiza su salvaguarda.

Es una empresa que valora las diferencias de las personas, sus cualidades, conocimientos y virtudes. Este valor les permite tener más flexibilidad, apertura y transparencia para lograr una mayor confiabilidad de sus clientes hacia su empresa.

Como una ayuda a futuros profesionales se permitió el estudio amplio de esta empresa lo cual facilitó la elaboración del presente documento. Esto permite tener una visión panorámica de la vida empresarial en cuanto a la publicidad se refiere.

CAPITULO I

Objetivos

1.1 Objetivos Generales

Por medio de los conocimientos adquiridos y la constante retroalimentación, logra mejorar los procesos de trabajo para que los empleados sean más eficientes y por lo tanto maximizar las utilidades del cliente.

1.2 Objetivos Específicos

Proporciona al cliente una facilidad de servicio, como creación constante de procesos de innovación que ofrece la imagen empresarial, ambientación, decoración y publicidad en general de una empresa determinada, que diseña estrategias de cambio para el crecimiento y desarrollo empresarial, creyendo, confiando y aplicando valores y principios.

Elabora una serie de propósitos, estrategias, procedimientos, reglas, programas de trabajo para clientes potenciales que esté interesados en incrementar una buena imagen para sus empresas.

3. La Institución

ADDISON PUBLICIDAD ofrece un servicio amplio e integrado que aporta la información y los elementos necesarios a la dirección de las empresas para la toma de decisiones sobre una base real. De éste modo asesora en la publicidad de las empresas para efectuar cambios positivos y así lograr una mejor adaptación y competitividad en el mercado.

A través de la contratación de los servicios de ADDISON PUBLICIDAD se puede obtener una mayor participación de mercado, optimizando recursos y reduciendo costos.

Además ofrece servicios de imagen corporativa, afiches, asesoría, Stands, tarimas para eventos y mantas digitalizadas, diseño de logotipos, facturas, memos, hojas membretadas, tarjetas de presentación, recibos de caja y ambientación y decoración de centros comerciales, locales y otros.

Basándose en los requerimientos y exigencias de la empresa, para así poder alcanzar la atención al grupo objetivo al que están enfocados.

Para la asesoría el cliente se cuenta con el departamento de mercadotecnia, para que haga un estudio especializado en la empresa y su público para así determinar cuáles son las mejores alternativas que debe adoptar la empresa.

Cuenta con proveedores que asesoran y conocen los materiales que ofrecen la mayor resistencia para así poder garantizar que el evento sea todo un éxito.

Para los diseños digitalizados cuenta con equipo tecnológico avanzado el cual permite dar una mejor calidad en la impresión y garantiza al cliente que su anuncio no se deteriorará por ningún factor ambiental. (Siempre tomando en cuenta que tiene un tiempo de vida)

2.1. Antecedentes o historia

ADDISON PUBLICIDAD nace en el año 1997 siendo una empresa enfocada para el desarrollo humano y fundado en las bases de la honradez, sencillez y ética que les han caracterizado durante 17 años de exitosa labor.

Son una organización de publicidad para la creación constante de procesos de innovación que ofrece la imagen empresarial, ambientación, decoración y publicidad en general de una empresa determinada, que diseña estrategias de cambio para el crecimiento y desarrollo empresarial, creyendo, confiando y aplicando nuestros valores y principios.

El trabajo de la empresa consiste en la integración de equipos de trabajo los cuales pueden ser aportados por cada uno de sus departamentos con que cuenta la empresa y el objetivo es lograr adaptar y conformar un grupo de trabajo eficaz y eficiente de acuerdo a las especiales y posiblemente únicas necesidades del proyecto de publicidad a realizar.

2.2. Marco Filosófico

MISIÓN

Contribuye al desarrollo de las empresas, mediante la prestación de servicios de publicidad el área de ambientación e imagen corporativa, haciendo uso de los recursos disponibles, valiéndonos del talento y habilidades humanas para definir las estrategias de competitividad para lograr la satisfacción total de los clientes.

VISIÓN

Busca ser líderes a nivel nacional en la publicidad Integral, estando siempre a la vanguardia en la innovación de técnicas, procesos y diseños publicitarios para prestar servicios de calidad, los cuales seguirán contribuyendo al desarrollo empresarial a través del mejoramiento de sus procesos y del planteamiento de estrategias de Competitividad.

4. FODA

3.1 FORTALEZAS

Actúa con responsabilidad en todas las acciones y principalmente en aquellas que confían, los clientes. Capacidad técnica y tecnológica para prestar los servicios de publicidad con eficiencia y eficacia.

Cuenta con altas normas de actuación y profesionalismo en todas las relaciones de negocios.

Cuenta con Personal profesional altamente calificado, entrenado y motivado en todas las áreas funcionales de apoyo a la gerencia.

Mantiene una constante vigilancia en los avances tecnológicos relacionados con el profesionalismo, y los incorpora tanto a la metodología de trabajo, así como en los programas de actualización y capacitación de personal.

Tiene Prestigio y Reconocimiento de la comunidad empresarial ganado pulso a pulso por la calidad de trabajo realizado que ha redundado en claras ventajas para los clientes que se han traducido tanto en aumento de sus ganancias, reducción de sus costos, el contar con mejor publicidad y por ende en una mayor eficiencia y eficacia de las labores de la gerencia en la consecución de los objetivos de nuestros clientes.

3.2 OPORTUNIDADES

Mantiene presencia y contactos en APG (asociación de publicistas de Guatemala), asociaciones, y asociaciones de prestigio, en la iniciativa privada.

Aprovecha los períodos de crisis como de bonanza para proponer alternativas de acción a nuestros clientes fijos como a los potenciales. Ya que dichos ciclos requieren de asesoría, los primeros para superarlos o salir de ella, y los segundos para hacer mejores y más rentables inversiones.

3.3 DEBILIDADES

Es una empresa de publicidad que no posee la capacidad económica de tener una gran cantidad de publicistas, diseñadores y/o creativos expertos en todas las áreas posibles ya que no les sería rentable.

Le es difícil definir el tiempo estipulado exacto que se necesita en la elaboración del proyecto de publicidad así como el presupuesto exacto que implicará la realización de la misma.

No cuenta redes sociales como Facebook , página de Facebook, twiterpara estar en comunicación y dar a conocer su producto y servicio.

La cartera de clientes es un muy poca.

No contar con vehículo grande para transportar el producto

Falta de teléfonos corporativos para el personal

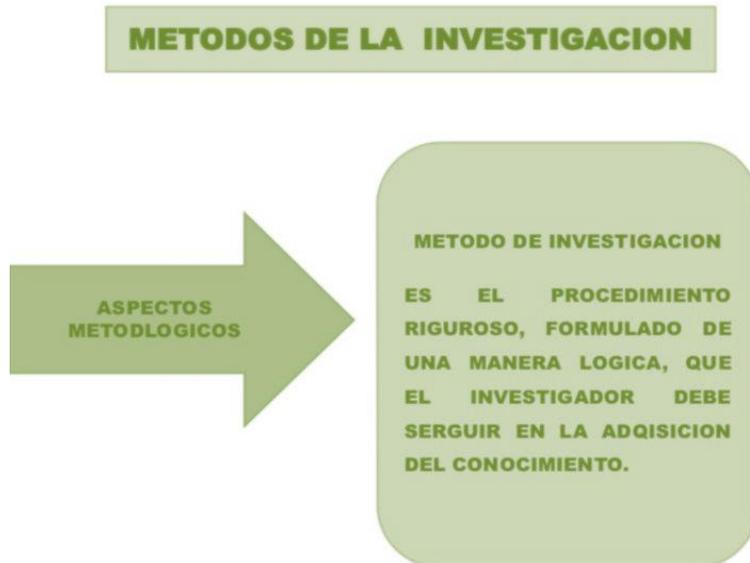
Contratar más vendedores

3.4 AMENAZAS

La cultura empresarial guatemalteca todavía no está acostumbrada a utilizar nuevos métodos y materiales para los servicios de publicidad.

La experiencia de las empresas publicitarias ya establecidas en el medio.

4. Metodología



4.1 Descripción del Método

Se utilizara las técnicas y pasos de la investigación, por medio de bases de procedimientos e instrumentos que utilizamos para acceder al conocimiento. Encuestas, entrevistas, observaciones y todo lo que se deriva de ellas.

Los pasos de la investigación han de ser los siguientes:

1. Tema
2. Delimitación del tema
3. Formulación del problema
4. Reducción del problema a nivel empírico
5. Determinación de las unidades de análisis-Recolección de datos
6. Análisis de datos
7. Informe final.

4.2 Instrumentos

Entrevistas, Observación y Encuestas

4.3 Cronograma

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividades	Del 13 al 17 -01-14	Del 20 al 24-01-14	Del 27 al 31-01-14	Del 03 al 07-02-14	Del 17 al 21-02-14	Del 24 al 28-02-14	
Asistencia al propedéutico del EPS							
Solicitud de permiso para realizar las practicas del EPS en empresa							
Estudio de los folletos de EPS							
Observación realizada en la empresa							
Realización de ficha de entrevista y modelo de encuestas							

5. Recopilación de datos

Se realizó una encuesta a veinticinco personas clientes que han utilizado los productos y servicios de la empresa **ADDISON PUBLICIDAD**.

5.1. Ficha de las entrevistas

1.- ¿DESDE CUANDO ES USTED CLIENTE?

- Menos de un año
- Entre 1 - 3 años
- Entre 4 - 8 años
- Más de 9 años

2 - ¿CÓMO NOS CONOCIÓ?

- Internet
- Prensa o revistas
- Contactos empresariales
- Amistades
- Envío de información (Publicidad directa)

3 - ¿UTILIZA LOS PRODUCTOS DE EMPRESA EN LA ACTIVIDAD DIARIA DE SU EMPRESA?

- Totalmente
- Mucho
- Regular
- Poco
- No

4 - ¿CUAL ES SU GRADO DE SATISFACCIÓN CON LOS PRODUCTOS/SERVICIOS?

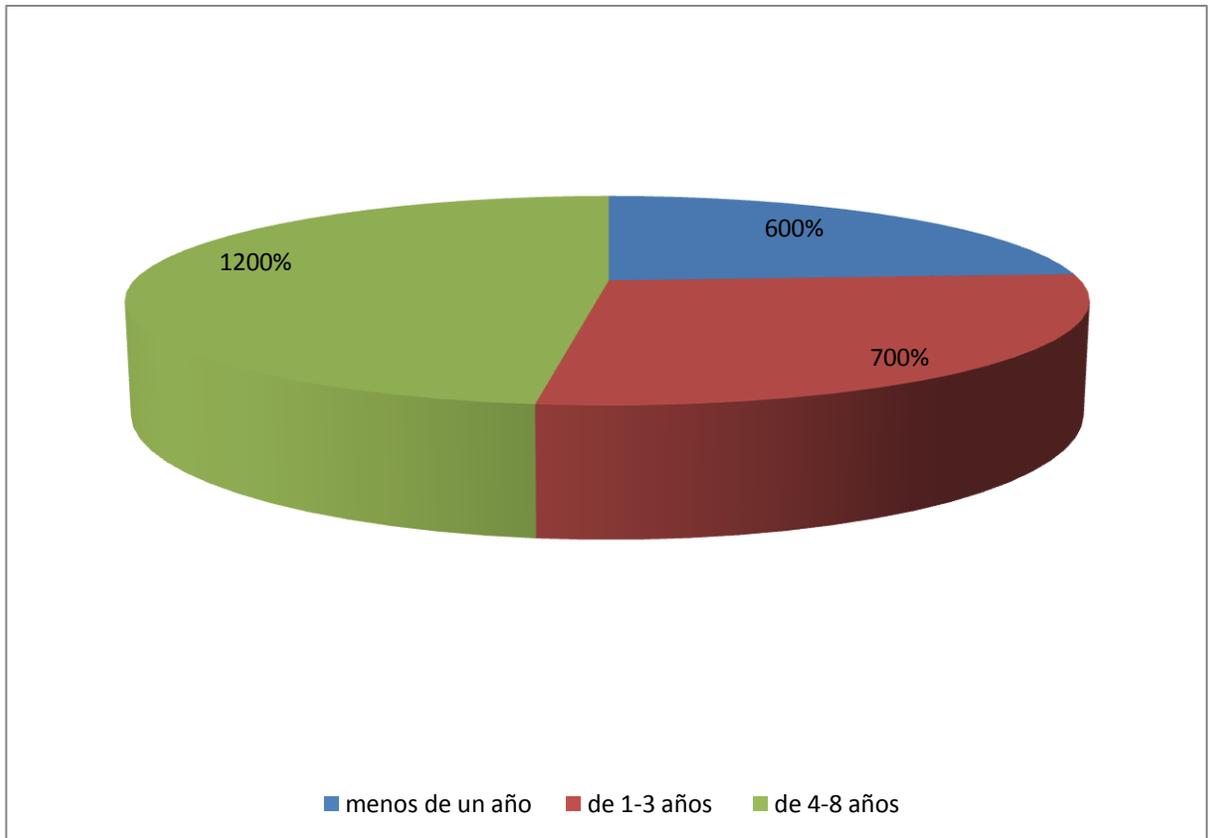
- Excelente
- Muy Bueno
- Bueno
- Regular
- Malo

5 - ¿VOLVERÍA A SOLICITAR LOS SERVICIOS DE LA EMPRESA?

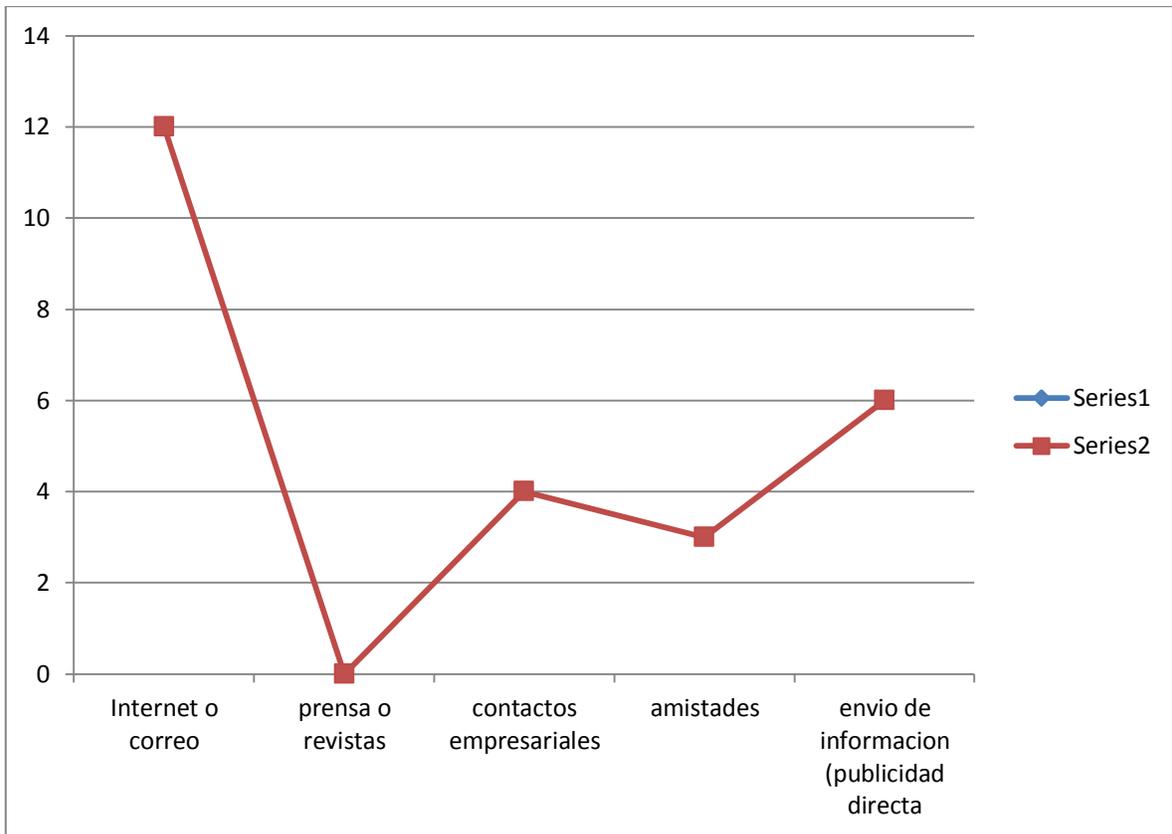
- Seguro
- Posiblemente
- Quizás
- Posiblemente no
- No

5.2. Resultados de las entrevistas

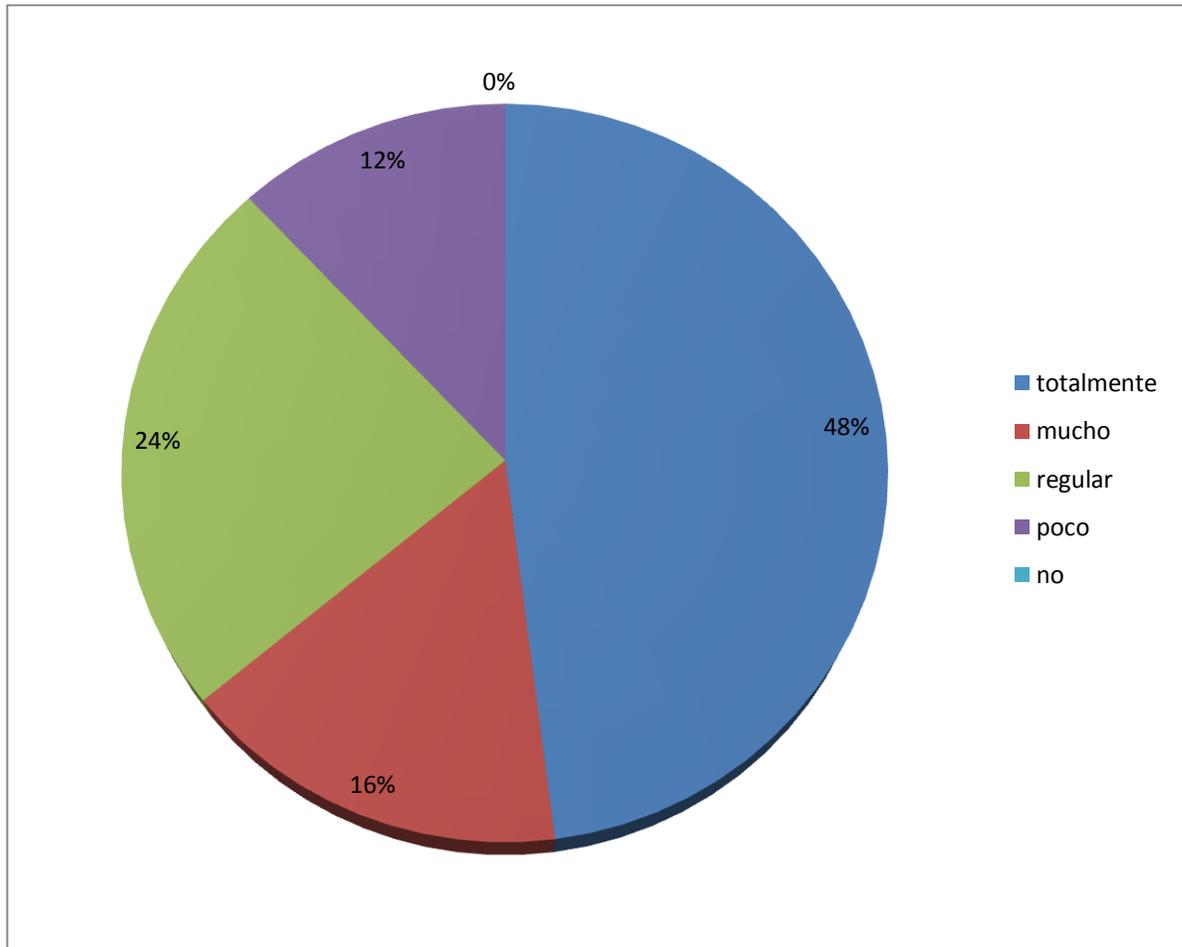
1.- ¿DESDE CUANDO ES USTED CLIENTE?



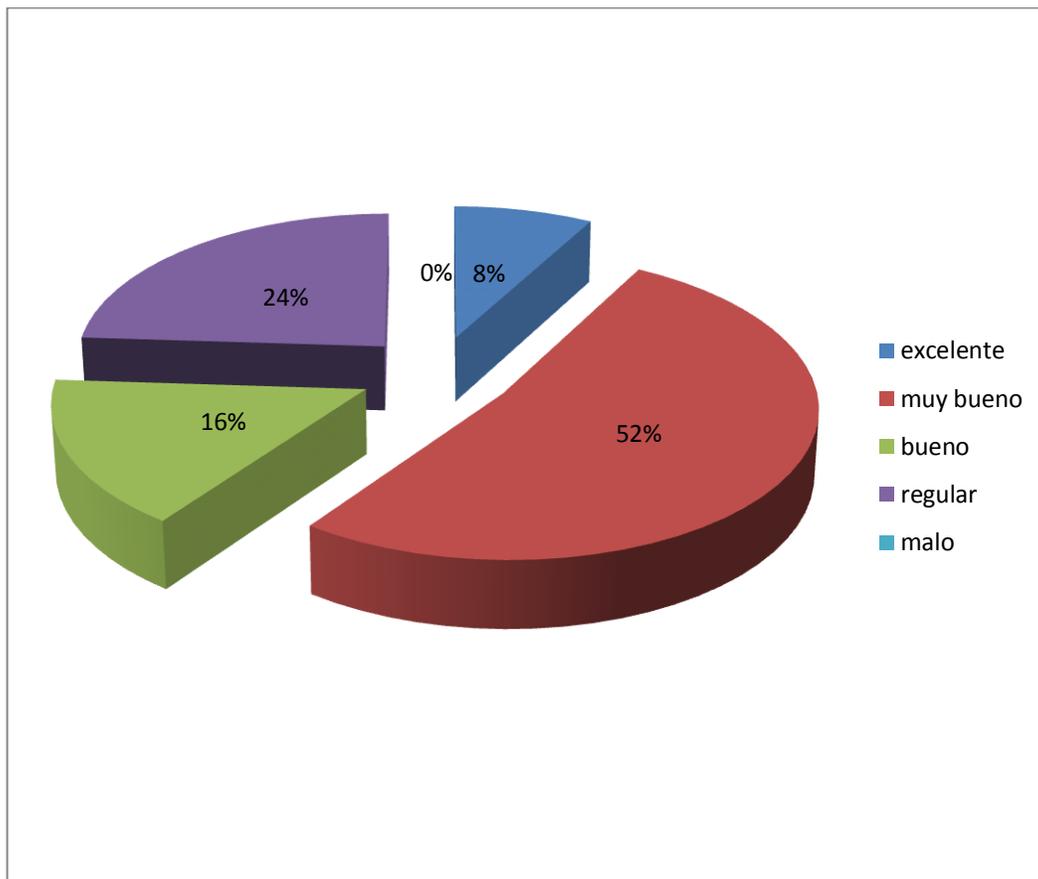
2 - ¿CÓMO NOS CONOCIÓ?



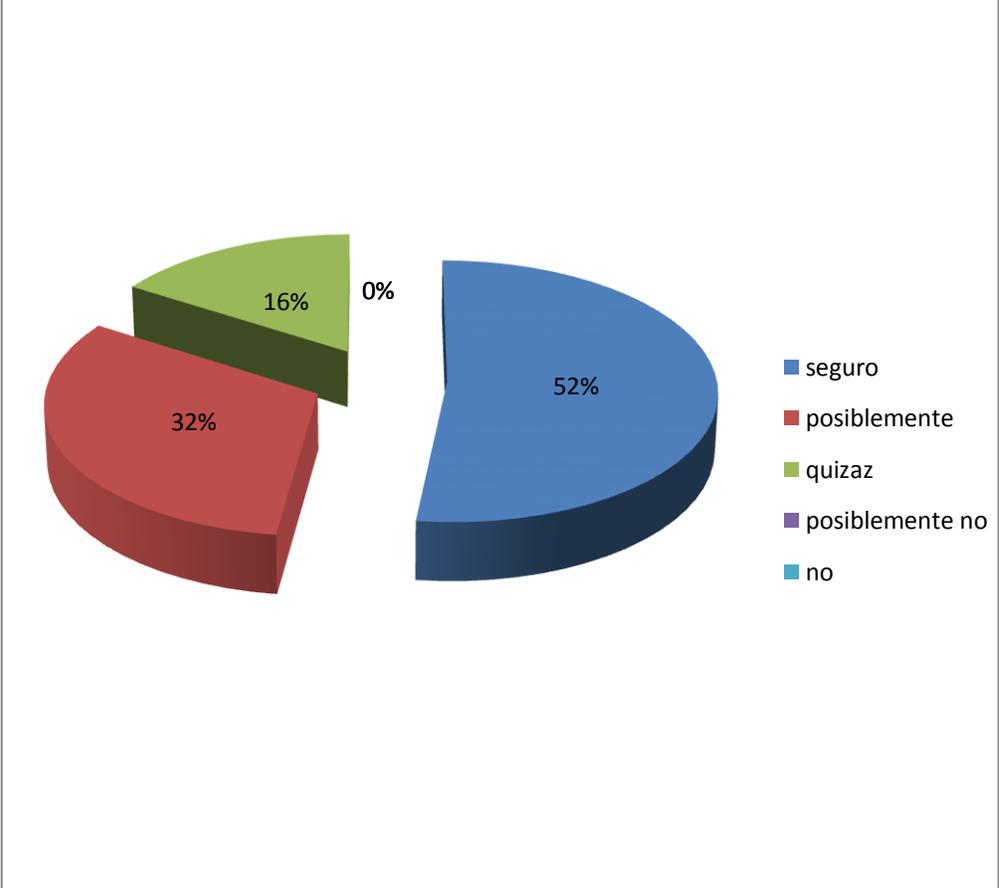
3 - ¿UTILIZA LOS PRODUCTOS DE EMPRESA EN LA ACTIVIDAD DIARIA DE SU EMPRESA?



4 - ¿CUAL ES SU GRADO DE SATISFACCIÓN CON LOS PRODUCTOS/SERVICIOS?



5 - ¿VOLVERÍA A SOLICITAR LOS SERVICIOS DE LA EMPRESA?



5.3 Tablas comparativas puntos de encuentros y disensos entre los entrevistados.

5.4 Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas

6. Radiografía de la Institución

Está ubicada en la zona 3 de Mixco, tiene dos niveles, cuenta con una bodega, espacio para realizar los trabajos de decoración.

6.1. Descripción de la Comunicación Interna

Hay una persona encargada de solicitar y dar detalles del producto y servicio que se va elaborar y proporcionarlos a los colaboradores por medio de memos, circulares y reuniones.

6.1.1 De la infraestructura (Mobiliario y equipo, cartelera, conectividad a Internet)

Cuenta con tres oficinas las cuales dos de ellas tienen teléfono, mobiliario y conectividad a internet para mandar la información a sus clientes por medio de correos, cuenta con una bodega y área para pintar y elaborar los productos.

6.1.2 Canales de Comunicación Interna

Su comunicación interna es por medio de circulares, memos, se reúnen para ponerse de acuerdo como elaborar lo requerido

6.1.3 Rumores

No tienen

6.2. Descripción de Comunicación Externa

visitan centros comerciales, todo clase de comercial, oficinas para proporcionarles un detalles de sus productos y servicios.

6.2.1 El POA del Año

No lo proporcionaron

6.2.2 Campañas Realizadas

Dan a conocer cotizaciones para cómodas económicas, para negociar a su vez

6.2.3 El Plan Estratégico que se está ejecutando

Dan a conocer cotizaciones para cómodas económicas, para negociar a su vez

6.2.4 El Plan Estratégico que se va ejecutar

No tienen

6.2.5 Presupuesto de comunicación para el presente año

No lo proporcionaron

7. Anexos

7.1. Transcripción Completa de las entrevistas

Por medio de Diapositivas.

7.2. Modelo de la Encuesta

ENCUESTA QUE SE REALIZO A ADDISON PUBLICIDAD

- 1: ¿Qué tipo de Empresa tienen ustedes?
- 2: ¿Cuántos años tiene de existir en el mercado?
- 3: ¿Tienen todas las comodidades de una empresa formar?
- 4: ¿Tienen Poa) Plan Operativo Anual?
- 5: ¿Cuenta con un presupuesto de medios de comunicación?
- 6: ¿Cómo da a conocer sus servicios?
- 8: ¿Usan los medios de comunicación de redes sociales?
- 9: ¿Tiene estrategia para este año?
- 10: ¿El Plan Estratégico que se está ejecutando?

CAPÍTULO II

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES Y COMUNICACIÓN DIRECTA DE AGENCIA DE ADDISON PUBLICIDAD

-ANTECEDENTES ESTUDIO DE MERCADO

-OBJETIVOS

-OBJETIVOS GENERALES

-OBJETIVOS ESPECÍFICOS

-PÚBLICO OBJETIVO

-MENSAJE

-ESTRATEGIA PLANES DE COMUNICACIÓN

CAPÍTULO II

2.1 Antecedentes

ADDISON PUBLICIDAD ubicada en la 6 calle 5-24 zona3 de Mixco nueva Montserrat. Es una empresa publicitaria que se ha dado a conocer por sus servicios de la imagen empresarial, ambientación, decoración y publicidad en general de una empresa determinada, que diseña estrategias de cambio para el crecimiento y desarrollo empresarial.

Ofrecerá sus servicios de imagen corporativa, por medio de afiches, asesoría, Stands, tarimas para eventos como presentaciones temáticas y celebraciones familiares, mantas digitalizadas, diseño de logotipos, facturas, memos, hojas membretadas, tarjetas de presentación, recibos de caja y ambientación y decoración de centros comerciales, locales y otros.

Dará a conocer por medio de visitas a oficinas, centros comerciales, instituciones educativas, por medio de correos, presentaciones en power point.

2.2 Estudio de mercado o radiografía

Es una empresa de publicidad que no posee la capacidad económica de tener una gran cantidad de publicistas, diseñadores y/o creativos expertos en todas las áreas posibles ya que no les sería rentable.

Le es difícil definir el tiempo estipulado exacto que se necesita en la elaboración del proyecto de publicidad así como el presupuesto exacto que implicará la realización de la misma.

No cuenta redes sociales como Facebook , página de Facebook, twiterpara estar en comunicación y dar a conocer su producto y servicio.

La cartera de clientes es un muy poca.

No cuenta con vehículo grande para transportar el producto

Falta de teléfonos corporativos para el personal

Se aprovechara la continuidad de sus acciones y principalmente en aquellas que confían, los clientes. Capacidad técnica y tecnológica para prestar los servicios de publicidad con eficiencia y eficacia.

Mantiene una constante vigilancia en los avances tecnológicos relacionados con el profesionalismo, y los incorpora tanto a la metodología de trabajo, así como en los programas de actualización y capacitación de personal.

Tiene Prestigio y Reconocimiento de la comunidad empresarial ganado pulso a pulso por la calidad de trabajo realizado que ha redundado en claras ventajas para los clientes que se han traducido tanto en aumento de sus ganancias, reducción de sus costos.

Mantiene presencia y contactos en APG (asociación de publicistas de Guatemala), asociaciones, y asociaciones de prestigio, en la iniciativa privada.

La cultura empresarial guatemalteca todavía no está acostumbrada a utilizar nuevos métodos y materiales para los servicios de publicidad.

La experiencia de las empresas publicitarias ya establecidas en el medio.

2.3 Objetivos

Addison Publicidad su objetivo es estar siempre presente con su grupo objetivo y próximos clientes potenciales como Centro Comerciales, Unidades de Educación y Familias que realizan diferentes eventos sociales.

Donde puedan usar sus servicios como imagen corporativa, afiches, asesoría, Stands, tarimas para eventos y mantas digitalizadas, diseño de logotipos, facturas, memos, hojas membretadas, tarjetas de presentación, recibos de caja y ambientación y decoración de centros comerciales, locales y otros basándose en los requerimientos y exigencias de la empresa,

Para la asesoría el cliente se cuenta con el departamento de mercadotecnia, para que haga un estudio especializado en la empresa y su público para así determinar cuáles son las mejores alternativas que debe adoptar la empresa.

Contar con proveedores que asesoran y conocen los materiales que ofrecen la mayor resistencia para así poder garantizar que el evento sea todo un éxito.

Para los diseños digitalizados cuenta con equipo tecnológico avanzado el cual permite dar una mejor calidad en la impresión y garantiza al cliente que su anuncio no se deteriorará por ningún factor ambiental

2.4 Público objetivo

Su grupo objetivo serán siempre Centros Comerciales, Centro Educativos, Agentes ejecutivos de planes de servicio de Alquileres y elaboración de Fiestas temáticas, mayores de edad de 20 en adelante.

2.5 Mensaje

Addison Publicidad declarará los beneficios principales del productos y marcas para el comprador o cliente potencial. Adoptará una personalidad "distintiva" respecto al resto a una impresión creíble de la marca o producto para hacer que el consumidor se sienta "bien" Hará que el consumidor sienta un deseo o una necesidad y no difícil de olvidar por sus servicios y productos.

2.6 Estrategia

Addison Publicidad utilizará la venta personal como una política de promoción desde sus inicios, para ello hace uso de su fuerza de venta los cuales atienden a los clientes que visitan la empresa les ofrecen los productos, describen sus características y ayudan a que el cliente elija el producto que más llene sus expectativas todo esto con el objetivo de cerrar una venta, aunque en algunas ocasiones también utiliza la venta no personal ya que llama a sus clientes para ofrecerles productos y para informarles de promociones.

Uso de la publicidad La empresa hace poco uso de la publicidad ya que la mayoría de veces son los proveedores los que se encargan de dársela por medio de Relaciones públicas

Addison Publicidad traerá la atención y fidelidad de sus clientes por medio de Promociones de ventas eventuales tales como: día de las madres, día del padre, para graduaciones, en su aniversario, etc.

La política Addison Publicidad utilizará el aumento de venta y logrará por medio de habilidades y capacitación La empresa le brinda a sus empleados capacitaciones sobre la atención al cliente, para que estos puedan explotar sus habilidades como vendedores, también hay financieras que ofrecen capacitaciones para los empleados de la empresa.

La empresa Addison Publicidad tendrá la atención al cliente desea penetrar más en la mente de los consumidores brindándoles un servicio oportuno, de calidad y eficiente por parte de su fuerza de ventas logrando con ello que en un futuro estos regresen al negocio y traigan nuevos clientes.

ADDISON PUBLICIDAD poseerá un programa de publicidad compartida es decir ha realizado lo que es una alianza estratégica con sus proveedores para dar a conocer los productos que ofrece para la empresa ya que necesita implementarse por medio de los siguientes medios:

- PRIMERO PROPUESTA Publicidad en internet.



SEGUNDA PROPUESTA

- Presentación en Power Point de nuestros productos a posibles clientes
 - volantes.
 - Trifoliales
 - Presentaciones en Stand de Fiestas Infantiles
- Anuncios e invitaciones a eventos
 - Anuncio de cursos y actividades
 - Comunicación de incidentes e informaciones de última hora
 - Noticias de relevancia relacionadas con el Centro
 - Noticias publicadas en la propia web
 - Novedades de la web o novedades en los servicios del Centro

Diferentes estudios han demostrado que las mejores horas para publicar en Facebook son de la 3:00h a las 16:00h.

En Twitter, el mejor horario para twitear es entre las 9:00h y las 15:00h, siendo la franja horaria de mayor tráfico aquella que va de las 13:00h a las 15:00h. Al igual que Facebook no se recomienda publicar contenido más tarde las 20:00.

III. ATENCIÓN AL USUARIO

Es conveniente, gestionar los comentarios, mensajes y contenidos de manera manual. Estas tareas se pueden realizar bien a través de la página de LinkedIn, Facebook o Twitter o bien a través de la herramienta Hootsuite.

Por norma general, debemos ser rápidos, honestos y transparentes a la hora de responder a los comentarios realizados por nuestros usuarios.

Cuando se formulen preguntas, dudas y solicitudes relativas al ámbito privado de una persona estas pueden ser contestadas a través de un mensaje privado.

En el caso de que algún usuario realice una crítica al Centro, ésta debe ser contestada de un modo

FACEBOOK:

MEDICIÓN EN REDES SOCIALES

Es recomendable medir la actividad e impactos generados en nuestras redes sociales con las propias herramientas estadísticas de las redes sociales. En el caso de Twitter será recomendable el uso de otras herramientas de medición gratuita como TwitterStats.

Los planes de comunicación

En los planes de comunicación Addison Publicidad definirá por medio de comunicación interna en los cuales invitará una persona para que realice asesoría con respecto a la importancia de las Relaciones Públicas que debe tener cada uno de sus colaboradores como ellos a nivel gerencial.

En la comunicación externa utilizará medios de redes sociales como medios alternativos como volantes, trifoliales.

2.8 Calendario

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividades	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE
Asistencia al propedéutico del EPS						
Solicitud de permiso para realizar las practicas del EPS en empresa						
Presentación de Plan Estratégico						
Observación realizada en la empresa						
Realización de Redes Sociales						
Elaboración de Base de Datos						
Elaboración de Trifoliar y Medios Alternos						
Charlas de Asesoría para Empleados						
Realización de Estudio de Encuestas para Incrementar las ventas						

2.9 Presupuesto

COSTO DE CAMPAÑA DE COMUNICACION

Actividad	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Costo Total
IMPRESIONES				
Volantes	Unidades	5,000	0.20	1,000.00
Trifoliales	Unidades	1,000.00	2.50	2,500.00
Redes Sociales				
Elaboración correo	correo	1	0.00	0.00
Elaboración de Facebook	Facebook	1	0.00	0.00
Elaboración de Pagina de Facebook	Página	1	0.00	0.00
Elaboracion de Base de Datos de Posibles clientes	Base de datos	1	0.00	0.00
Elaboración de Albúm de fotos de productos y servicios	Fotos	1	0.00	0.00
Presentacion de Power Point en redes directas		500	0.00	0.00
ASESORIA A PERSONAL INTERNO				
Charlas de Relaciones Publicas		1	0.00	0.00
TOTAL				3,500.00

2.10 Control y seguimiento (Evaluación)

El control que llevará Addison Publicidad será el control de redes sociales, encuestas y observaciones de clientes potenciales, haciendo responsable a una persona para su supervisión de entrega de materiales de impresión, como entrega de productos y servicios.

CAPITULO III

COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES Y COMUNICACIÓN DIRECTA DE AGENCIA DE ADDISON PUBLICIDAD

- VISITA DE PRACTICAS SUPERVISADAS POR LICDA. FLORALBA A LA AGENCIA DE PUBLICIDAD ADDISON.**
- TRABAJOS REALIZADOS EN AGENCIA DE PUBLICIDAD.**
- LAS ESTRATEGIAS PLANTEADOS**
- PRIMERA PROPUESTA UNA PAGINA WEB**
- SEGUNDA ESTRATEGIA UN TRIFOLIAR (BROCHURE)**
- TERCERA PROPUESTA VOLANTES**
- CUARTA FACE PRESENTACION EN POWER POINT PARA ENVIAR A TODOS LOS CLIENTES POR MEDIO DE CORREO:**

INFORME DE PRÁCTICA SUPERVISADA EN ADDISON PUBLICIDAD

Realice mis practicas Supervisada en la Agencia de Publicidad ADDISON PUBLICIDAD se encarga de realizar los siguientes productos de esta organización con más de 14 años, en constante evolución con respecto a experiencia e innovación, bajo un solo concepto Publicitario y relaciones de largo plazo con clientes, proveedores y personal. Creativos, estrategias e implementadores Calidad, compromiso y resultados, mercadotecnia y Eventos en movimiento



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, abril 2014

Señores (as) Supervisor (as)
Presente

Estimados Señores (as) Supervisor (as)

Reciban un cordial saludo y éxitos en sus actividades profesionales.

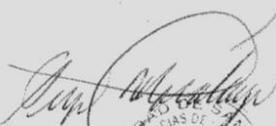
Por este medio solicito de manera atenta su valiosa colaboración con el(la) estudiante de EPS de licenciatura asignado(a) a su digno cargo, para que dentro de la supervisión, también se califique los siguientes aspectos: presentación, puntualidad, conducta, relaciones interpersonales, responsabilidad, profesionalismo y cumplimiento con los reglamentos internos de su Institución.

Para el efecto, le adjunto ficha con los requisitos que deberá evaluar, incluyendo control de asistencia, la cual deberá ser firmada y sellada diariamente.

Agradeciendo el apoyo y cooperación, me es grato presentarles muestras de consideración y estima.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

RECEBIDO
PUBLICIDAD
25/04/2014


M.Sc. Sergio Vinicio Morataya
Coordinador EPS de Licenciatura



cc. Archivo


20/8/14



Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfonos: (502) 2418-8920
(502) 2443-9500 extensión 1478
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacion.usac.edu.gt



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
 EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) 2014
 Ficha de Asistencia a Práctica Profesional Supervisada (EPS)

Nombre: Mara Elena Castillo Bernal Carne: 99921736

Institución o Empresa: Addison Publicidad Jefe o Encargado: Dr. Selwin Alvarez

Semana del Marzo de 13 de Marzo al 15 de Marzo de 2014

DIA	HORAS TRABAJADAS	ACTIVIDAD DESARROLLADA	FIRMA DEL ENCARGADO	SELLO	FIRMA DEL SUPERVISOR	SELLO
Lunes						
Martes						
Miercoles						
Jueves	8 horas	Domingstico	<i>Mara Elena Castillo Bernal</i>		<i>[Signature]</i>	
Viernes	8 horas	Domingstico				
Sabado	8 horas	Domingstico				

Total de Horas: 24 horas

Firma del Supervisor: *[Signature]*

Total de Horas: 16 horas

Firma del Supervisor: [Firma]

DIA	HORAS TRABAJADAS	ACTIVIDAD DESARROLLADA	FIRMA DEL ENCARGADO	SELLO	FIRMA DEL SUPERVISOR	SELLO
Viernes	8 horas	Asesoría no presencial	[Firma]	[Sello]	[Firma]	[Sello]
Jueves						
Miércoles						
Martes						
Lunes						

Semana del Abril de 2014 al 2 de Abril de 2014

Instrucción o Empresa: ADDISON OPERATIONS jefe o Encargado: Dr. Wilson Alvarez

Nombre: Wilson Alvarez Cédula: 14451936

Ficha de Asistencia y Prácticas Profesional Subservizada (EPS)
EJERCICIO PROFESIONAL SUBSERVIDO (EPS) 2014
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA





UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
 EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) 2014
 Ficha de Asistencia a Práctica Profesional Supervisada (EPS)

Nombre: María Elena Castillo Bernal Carne: 199921736

Institución o Empresa: ADDISON Publicidad Jefe o Encargado: Sr. Selwin Alvarez

Semana del 20 de Marzo al 22 de Marzo de 2014

DIA	HORAS TRABAJADAS	ACTIVIDAD DESARROLLADA	FIRMA DEL ENCARGADO	SELLO	FIRMA DEL SUPERVISOR	SELLO
Lunes						
Martes						
Miércoles						
Jueves	20 8 horas	Encuestas externas	<i>María Elena Castillo Bernal</i>			
Viernes	21 8 horas	Encuestas externas				
Sábado	22 8 horas	Encuestas externas				

Total de Horas: 24 horas

Firma del Supervisor: _____



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
 EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) 2014
 Ficha de Asistencia a Práctica Profesional Supervisada (EPS)

Nombre: María Elena Castillo Bernal Carne: 199921736

Institución o Empresa: Adobon Publicidad Jefe o Encargado: Sr. Selvin Alvarez

Semana del 27 de Marzo al 29 de Marzo de 2014

DIA	HORAS TRABAJADAS	ACTIVIDAD DESARROLLADA	FIRMA DEL ENCARGADO	SELLO	FIRMA DEL SUPERVISOR	SELLO
Lunes						
Martes						
Miercoles						
Jueves	27 8 horas	comunicación externa	<i>[Signature]</i> 30/3/14			
Viernes	28 8 horas	comunicación externa				
Sábado	29 8 horas	comunicación externa				

Total de Horas: 24 horas Firma del Supervisor: [Signature]



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
 EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) 2014
 Ficha de Asistencia a Práctica Profesional Supervisada (EPS)

Nombre: María Elena Castiño Bernal Carne: 199921736
 Instución o Empresa: Addison Publicidad Jefe o Encargado: Dr. Selwin Alvarez
 Semana del 3 de Abril de Abril al 5 de Abril de 2014

DIA	HORAS TRABAJADAS	ACTIVIDAD DESARROLLADA	FIRMA DEL ENCARGADO	SELLO	FIRMA DEL SUPERVISOR	SELLO
Lunes						
Martes						
Miercoles						
Jueves	3 horas	cotilaciones de Medios				
Viernes	4 horas	cotilaciones de Medios				
Sabado	5 horas	cotilaciones de Medios				

Total de Horas: 24 horas Firma del Supervisor:



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION
 EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) 2014
 Ficha de Asistencia a Practica Profesional Supervisada (EPS)

Nombre: Maria Elena Castillo Bernal Carne: 19992136
 Jefe o Encargado: Sr. Selwin Alvarez
 Instucion o Empresa: Addison Publicidad
 Semana del 10 de Abril al 12 de Abril de 2014

DIA	HORAS TRABAJADAS	ACTIVIDAD DESARROLLADA	FIRMA DEL ENCARGADO	SELLO	FIRMA DEL SUPERVISOR	SELLO
Lunes						
Martes						
Miercoles						
Jueves	10 8 horas	llamar a centros comerciales presentación de decoración				
Viernes	11 8 horas	llamar C-C presentación de decoración				
Sabado	12 8 horas	Maria				

Total de Horas: 24 horas
 Firma del Supervisor:



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION
 EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) 2014
 Ficha de Asistencia a Practica Profesional Supervisada (EPS)

Nombre: Maria Elena Castillo Bernal Carne: 199921736

Instucion o Empresa: Addison Publicidad Jefe o Encargado: Sr. Selum Alvarez

Semana del 24 de Abril al 26 de Abril de 2014

DIA	HORAS TRABAJADAS	ACTIVIDAD DESARROLLADA	FIRMA DEL ENCARGADO	SELLO	FIRMA DEL SUPERVISOR	SELLO
Lunes						
Martes						
Miercoles			<i>[Signature]</i>			
Jueves	24 8 horas					
Viernes	25 8 horas					
Sabado	26 8 horas					

Total de Horas: 24 horas

Firma del Supervisor: [Signature]



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
 EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) 2014
 Ficha de Asistencia a Práctica Profesional Supervisada (EPS)

Nombre: Monica Elena Castillo Bernal Carne: 199921736
 Institución o Empresa: Addison Publicidad Jefe o Encargado: St. Selum Alvarez
 Semana del 02 de Mayo al 03 de Junio de 2014

DIA	HORAS TRABAJADAS	ACTIVIDAD DESARROLLADA	FIRMA DEL ENCARGADO	SELLO	FIRMA DEL SUPERVISOR	SELLO
Lunes						
Martes						
Miercoles						
Jueves						
Viernes	07 03	llamar a colegios llamar a colegios	<i>[Handwritten Signature]</i>	<i>[Stamp]</i>	<i>[Handwritten Signature]</i>	<i>[Stamp]</i>
Sábado						

Total de Horas: 16 horas Firma del Supervisor: *[Handwritten Signature]*



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION
 EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) 2014
 Ficha de Asistencia a Practica Profesional Supervisada (EPS)

Nombre: Maria Elena Estrella Casan Carne: 19921736

Institucion o Empresa: Addison Publicidad Jefe o Encargado: St. Sebastian Alvarez

Semana del Julio de 11 de julio al 12 de julio de 2014

DIA	HORAS TRABAJADAS	ACTIVIDAD DESARROLLADA	FIRMA DEL ENCARGADO	SELLO	FIRMA DEL SUPERVISOR	SELLO
Lunes						
Martes						
Miercoles						
Jueves						
Viernes	8 horas ex 8 horas	relocacion de horario relocacion a sitio nuevo	<i>[Signature]</i>			

Total de Horas: 16 horas Firma del Supervisor: [Signature]



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION
 EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) 2014
 Ficha de Asistencia a Practica Profesional Supervisada (EPS)

Nombre: Maria Elena Castillo Becerra Carne: 199921236
 Institucion o Empresa: ADDISON Publicidad Jefe o Encargado: St. Selvan Alvarez
 Semana del junio de 25 de junio al de de junio de 2014

DIA	HORAS TRABAJADAS	ACTIVIDAD DESARROLLADA	FIRMA DEL ENCARGADO	SELLO	FIRMA DEL SUPERVISOR	SELLO
Lunes						
Martes			<i>[Signature]</i>			
Miercoles					<i>[Signature]</i>	ADDISON PUBLICIDAD
Jueves						
Viernes	8 horas 8 horas	Primer curso de la empresa en publicidad				

Total de Horas: 16 horas
 Firma del Supervisor: [Signature]



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
 EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) 2014
 Ficha de Asistencia a Práctica Profesional Supervisada (EPS)

Nombre: Marcos Esteban Castillo Becerra Carne: 199921986
 Institución o Empresa: Addison Publicidad Jefe o Encargado: Sr. Selvin Alvarez
 Semana del Agosto de 01 de Agosto al 03 de Agosto de 2014

DIA	HORAS TRABAJADAS	ACTIVIDAD DESARROLLADA	FIRMA DEL ENCARGADO	SELLO	FIRMA DEL SUPERVISOR	SELLO
Lunes						
Martes						
Miercoles						
Jueves						
Viernes	8 horas 8 horas	Revisar trabajo Realizar trabajo	<i>[Handwritten Signature]</i>	<i>[Circular Stamp]</i>	<i>[Handwritten Signature]</i>	<i>[Circular Stamp]</i>

Total de Horas: 16 horas Firma del Supervisor: *[Handwritten Signature]*



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
 EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS) 2014
 Ficha de Asistencia a Práctica Profesional Supervisada (EPS)

Nombre: Maria Elena Castellanos Carne: 199921736

Institución o Empresa: ADDISON Publicidad Jefe o Encargado: Sr. Selwin Alvarez

Semana del Agosto de 08 de Agosto al 09 de Agosto de 2014

DIA	HORAS TRABAJADAS	ACTIVIDAD DESARROLLADA	FIRMA DEL ENCARGADO	SELLO	FIRMA DEL SUPERVISOR	SELLO
Lunes						
Martes						
Miercoles						
Jueves						
Viernes	8 HORAS 8 HORAS	Realizar volantes Realizar volantes	<i>[Handwritten Signature]</i>		<i>[Handwritten Signature]</i>	ADDISON PUBLICIDAD

Total de Horas: 16 horas Firma del Supervisor: *[Handwritten Signature]*

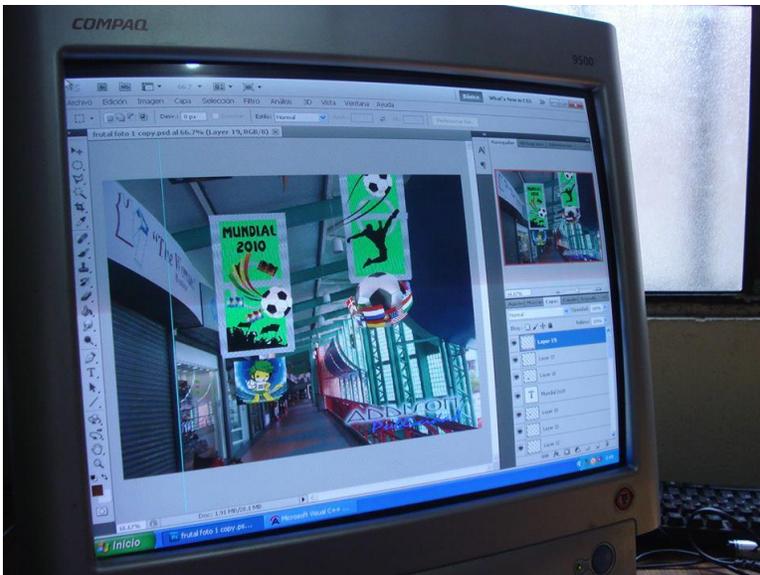
VISITA DE PRACTICAS SUPERVISADAS POR LICDA. FLORALBA A LA AGENCIA DE PUBLICIDAD ADDISON



TRABAJOS REALIZADOS EN AGENCIA DE PUBLICIDAD



REALIZANDO PAGINA WEB



LAS ESTRATEGIAS PLANTEADOS SON LAS SIGUIENTES:

PRIMERA PROPUESTA UNA PAGINA WEB

Audiencia: Facebook cuenta con más 800 millones de usuarios activos, mujeres y hombres en proporciones similares, además no sólo se llega a generaciones jóvenes sino también a audiencias mayores 35-54

Sirve para: - Generar relaciones más dinámicas con los clientes, actualizaciones detalladas, Construir una marca con la comunidad de Facebook, utilizando diversas aplicaciones. - Monitorear la actividad de la página de la empresa.

DISEÑO DE PAGINA WEB

The image shows a website design for 'ADDISON Publicidad'. The top navigation bar includes 'Nosotros', 'Servicios', 'Promociones', and 'Contáctenos'. The main heading is 'Marketing Promocional'. On the left, there are three small images showing promotional displays. The central text lists services: 'Marketing Promocional y BTL', 'Decoraciones Temáticas', 'Decoraciones de Centro Comerciales', 'Marketing Digital', 'Medios Alternativos', 'información on-line.', and 'Administración de Personal'. To the right, it states: 'Contamos con toda la gama de Personal Promocional: Promotores, Demostradoras, Edecanes, Modelos, Payasos, Performance, GO's, Chefs, Supervisores, Actores, Locutores, Especialistas, Asesores, todos debidamente capacitados.' Below this, it mentions: 'Estrategias dirigidas a cada grupo meta: Consumidores o usuarios, canales de distribución, fuerza de ventas y todos aquellos que se desee impactar.' At the bottom, there is a banner for 'Verano ofertas PLAZA' with colorful graphics.

SEGUNDA ESTRATEGIA UN TRIFOLIAR (BROCHURE)

BROCHURE LADO DE ENFRENTA

El objetivo de realizar un brochure o trifoliar es con el fin de proporcionarles mejor información a nuestros clientes, debido a que hay algunos que no nos pueden observar por medio de estos y que tenga una idea mejor de los servicios a prestar

DISEÑO DE BROCHURE



ADDISON
Publicidad

Eventos

Desarrollamos el concepto, diseño y ambientación, llevándolo de la idea a la realidad en cada uno de sus detalles personalización de eventos.

- Decoración
- Papelería
- Recuerdos • Mobiliario
- Iluminación, audio y Video
- Entretenimiento
- Gastronomía
- Accesorios
- Ambientación
- Música
- Escenografía
- Fiestas Temáticas.

Somos una organización con más de 14 años, en constante evolución, con Experiencia e innovación bajo un solo concepto Publicitario.

Creamos Relaciones de largo plazo con clientes, proveedores y personal.

Somos Creativos, estrategas e implementadores de Calidad, con compromiso y deseosos de resultados

Marketing Promocional

Marketing Promocional y BTL

Decoraciones Temáticas

Decoraciones de Centro Comerciales

Marketing Digital

Medios Alternativos

información on-line.

Administración de Personal

• Todos los estilos para todos los gustos y necesidades escenografías y ambientación,

• Diseño de escenografía y escenario a desniveles, pantallas de leds, señalítica, eventos alternos y ejecución general.

• Producción convenciones talento artístico y musical

Addison Publicidad
Tel: 2437-4019
Cel: 5764-6133
Addpublicidad@hotmail.com

BROCHURE, LADO DE ADENTRO

Contamos con toda la gama de Personal Promocional:
Promotores, Demostradoras, Edecanes, Modelos, Payasos, Performance, GO's, Chefs, Supervisores, Actores, Locutores, Especialistas, Asesores, todos debidamente capacitados.

Estrategias dirigidas a cada grupo meta: Consumidores o usuarios, canales de distribución, fuerza de ventas y todos aquellos que se desee impactar.



- Diseño y distribución de espacios, producción y construcción de muros, pisos y elementos de ambientación.
- Diseño, Conceptualización y Producción de Stands, Show Rooms, ambientación de espacios y stands
- Juegos e interactivos
- Robot Interactivo
- Publicidad Aérea (vallas publicitarias)
- Cabina Karaoke
- Bar O2
- Radar Sports
- T-Shirt Bazooka
- Laser Tag
- Juegos de azar y destreza



Marketing Digital

- Campañas Multicanal Interactivas 3.0
- Posicionamiento en Redes Sociales
- E-mail Marketing
- Diseño y desarrollo de portales
- Transmisiones en vivo via Web
- Internet Marketing
- Publicidad contextual y semántica en Internet
- Promociones en redes sociales, Internety Geo-Marketing
- Comercio Social
- Mobile Marketing (unidad móvil)

Sistema Webmonitor

Permite la captura de información de campo via internet, sin tener que proporcionar forzosamente con un equipo móvil al personal.

El cliente puede consultar via WEB (con máximo 24 hrs. de desfase) la información de campo lo que desea ver. Permite visualizar la información de manera gráfica y de ahí pasar al detalle.



Fotógrafos profesionales, con diversas áreas tales como:

- Fotografía de producto
- Social
- Conciertos
- Temática
- Proyectos fotográficos y más

TERCERA PROPUESTA VOLANTES

Estos serán proporcionados por los agentes que dan a conocer los servicios al personal de mercadeo los cuales se repartirán de mano en mano

Los mejores servicios para que su evento sea Inolvidable...

ADDISON
Publicidad

Productos Promocionales
Decoraciones
Ambientaciones
Fiestas Temáticas
Graduaciones
Obras de Teatro
Clausuras
Manualidades

Tel: 2437-4019
Cel: 5764-6133
Addpublicidad@hotmail.com

 Buscanos en IdeasCreativas



CUARTA FACE PRESENTACION EN POWER POINT PARA ENVIAR A TODOS LOS CLIENTES POR MEDIO DE CORREO:

Que somos

- “ Una organización con más de 14 años, en constante evolución.
- “
- “ • Experiencia e innovación.
- “
- “ bajo un solo concepto Publicitario.
- “
- “ • Relaciones de largo plazo con clientes, proveedores y personal.
- “
- “ • Creativos, estrategias e implementadores
- “
- “ • Calidad, compromiso y resultados
- “
- “ • Mercadotecnia y Eventos en movimiento

Como se formo

- “ ¿ cómo se conforma Grupo CTP
- “ marketing | outsourcing | incentivos
- “ Con Liderazgo
- “ inteligencia comercial | auditoria promocional
- “ eventos | convenciones | edecanes y modelos

marketing promocional

- “ Marketing Promocional y BTL
- “ Decoraciones Temáticas
- “ Decoraciones de Centro Comerciales
- “ Marketing Digital
- “ Medios Alternativos
- “ información on-line.
- “ Administración de Personal

marketing promocional

- “ cualquier otra que sea estratégica para el producto o servicio a Promocionar.
- “ Contamos con toda la gama de Personal Promocional :
- “ Promotores, Demostradoras, Edecanes, Modelos, Payasos,
- “ Performance, GO's, Chérs, Supervisores, Actores, Locutores,
- “ Especialistas, Asesores, todos debidamente capacitados.
- “ Estrategias dirigidas a cada grupo meta: Consumidores o usuarios, canales de distribución, fuerza de ventas y todos aquellos que se desee impactar.

fotografía profesional

“ Fotógrafos profesionales, con diversas áreas de especialización

“ tales como:

- “ • Fotografía de producto
- “ • Social
- “ • Conciertos
- “ • Temática
- “ • Proyectos fotográficos y más

Nuestra Experiencia

“ Eventos de Marca

“ • Eventos Corporativos

“ • Eventos Culturales y Políticos

“ • Convenciones

“ • Eventos sociales para todas las edades y

“ acontecimientos

“ • Fiestas tematica

“ • Edecanes y modelos

eventos ¿ Cómo lo hacemos ?

- “ Desarrollamos el concepto, diseño y ambientación, llevándolo de la idea a la realidad en cada uno de sus detalles.
- “ personalización de eventos
- “ • Decoración • Papelería • Recuerdos • Mobiliario
- “ • Iluminación,
- “ audio y Video
- “ • Entretenimiento • Gastronomía • Accesorios
- “ • Ambientación • Música • Escenografía • Fiestas Temáticas.

carpas y mobiliario

- “ Todos los estilos para todos los gustos y necesidades
- “ escenografías y ambientación
- “ Diseño de escenografía y escenario a desniveles, pantallas de leds,
- “ señalítica, eventos alternos y ejecución general.
- “ producción convenciones
- “ talento artístico y musical

carpas y mobiliario

- “ Todos los estilos para todos los gustos y necesidades
- “ escenografías y ambientación
- “ Diseño de escenografía y escenario a desniveles, pantallas de leds,
- “ señalética, eventos alternos y ejecución general.
- “ producción convenciones
- “ talento artístico y musical

Gastronomía

- “ • Menús de 2,3 y 4 tiempos
- “ • Bocadillos y canapés
- “ • Taquizas
- “ • Comidas temáticas
- “ • Cocinas internacional y mexicana
- “ • Mesas de postres
- “ • Mesas de dulces
- “ gastronomía
- “ • Barra de cocteles
- “ • Alimentos tematizados
- “ • Montaje de alimentos con escenografía
- “ • Box lunch
- “ • Kermes
- “ • Barra de café

CAPITULO IV

-RECOMENDACIONES

-CONCLUSIONES

-BIBLIOGRAFÍA

RECOMENDACIONES

Las redes sociales online son servicios prestados a través de Internet que permiten a los usuarios generar un perfil público, en el que plasmar datos personales e información de uno mismo, disponiendo de herramientas que permiten interactuar con el resto de usuarios afines o no al perfil publicado. Estos nuevos servicios se configuran como poderosos canales de comunicación e interacción, que permiten a los usuarios actuar como grupos segmentados: ocio, comunicación, profesionalización, etc.

Aproximadamente el 50% de los internautas españoles perteneces a alguna red social. Facebook, Tuenti, Flickr, MySpace o Twitter, son algunas de las más usadas en España.

El incorporarse a una red social implica ceder una serie de datos personales, cosa que se hace de un modo voluntario, pero no siempre consciente. Montados como estamos en la sociedad de la información, quizá lo hacemos llevados de una "ola" donde no se calibran bien las consecuencias. Es usted quien debe poner en un platillo de la balanza las ventajas que le ofrecen las redes sociales, y en el otro los problemas derivados de su uso.

Conclusiones

EL consumidor de información ha cambiado con la aparición de internet. Son pocos ya los que se conforman con leer el periódico de papel o escuchar un noticiero, ahora queremos información constante, actualizada e inmediata. Con las redes sociales obtenemos esto. Si estamos "siguiendo" a cualquier medio de comunicación a través de nuestro Facebook y Twitter, ya no es necesario que metamos en la página web del medio a ver qué hay que nos interesa, éstas ya nos aparecen en nuestro tabloneros y, si queremos una mayor información, clickaremos en el enlace que automáticamente nos redirigirá a la web del medio.

Los medios de comunicación no podrían existir sin la participación de la audiencia. Las redes sociales son unas de las mayores expresiones de dicha participación, por ello, se percibe por parte de los medios un gran interés en la introducción de este nuevo cauce de interactividad que, además de beneficiarles como plataforma de distribución de sus contenidos, produce un efecto cadena entre los miembros de la red social, mejorando así su repercusión.

En la realización de este trabajo, se ha analizado cómo usan los medios de comunicación, en sus sitios web, las redes sociales

Bibliografía

revista-**redes**.**rediris**.es/web**redes**/textos/biblio.htm

Redes como método para la definición ... - E-LIS
eprints.rclis.org/.../Ad14%20Fdez%20M%20R%20Anales%20de%20Do

**TESIS DE MAESTRIA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL DE JARDIN INFANTIL BILINGÜE LOS PEQUES DE SAN
ANGEL.**