



DICTAMEN

TÍTULO:

LA ADOPCIÓN DE ESTRATEGIAS DE SOCIAL MEDIA MARKETING PARA LA CREACIÓN DE VENTAJAS COMPETITIVAS EN UN CLUB DEPORTIVO DE PUERTO VALLARTA. ESTUDIO DE CASO: CLUB NARVAL DE TENIS

ÁREA / TEMA:

Estrategias de marketing

PUBLICABLE

NO PUBLICABLE

VALOR ACADÉMICO:

PUBLICABLE

CON MODIFICACIONES

5 / 6 / 7 / **8** / 9 / 10**ARGUMENTO / SINOPSIS:**

El presente proyecto propone que si una estrategia de marketing es adecuada y cumple un funcionamiento óptimo de modo que resalten las ventajas respecto a las de la competencia es seguro que se alcanza el éxito de una empresa. Para demostrarlo retoma un estudio de caso en Puerto Vallarta: Un Club naval de tenis. En él se explican las bases teóricas para diseñar una estrategia de marketing y posteriormente se pone en marcha.

MÉRITOS A DESTACAR:

- Explicación teórica bastante útil.
- Las herramientas compartidas pueden ser de gran utilidad para otras personas.

DEFECTOS A SEÑALAR:

VÍCTOR BALLESTEROS, DIRECTOR ACADÉMICO

WWW.COMUNICACION-CIENTIFICA.COM

móvil: +(52) 55 7460-9138 • oficina: +(52) 55 5696-6541 / e-mail: academiacomunicacioncientifica@gmail.com
Av. Insurgentes Sur 1602, piso 4, suite 400, Crédito Constructor, Benito Juárez, CP 03940, CDMX, México

DICTAMEN

- No hay una exposición de los resultados para comparar la situación antes y después de la implementación de la estrategia.

ASPECTOS CUALITATIVOS Y CUANTITATIVOS DEL DISCURSO:

¿Las referencias son adecuadas, suficientes y actualizadas y cumplen con el formato?	<input checked="" type="checkbox"/> SÍ	<input type="checkbox"/> NO
¿Son claros y explícitos las pregunta y/o los objetivos del	<input checked="" type="checkbox"/> SÍ	<input type="checkbox"/> NO
¿Los gráficos, imágenes y tablas son legibles, especifican la fuente o es claro que se refieren al trabajo que se reporta?	<input checked="" type="checkbox"/> SÍ	<input type="checkbox"/> NO
¿Cuenta con objetivos, preguntas de investigación, fundamento teórico o antecedentes método y resultados, propuestas, conclusiones, prospectivas según corresponda?	<input checked="" type="checkbox"/> SÍ	<input type="checkbox"/> NO

ORGANIZACIÓN, COHERENCIA Y EXPOSICIÓN DEL CONTENIDO:

¿Es congruente y equilibrada la estructura formal del manuscrito?	<input checked="" type="checkbox"/> SÍ	<input type="checkbox"/> NO
¿Son coherentes y consistentes las secciones entre sí?	<input checked="" type="checkbox"/> SÍ	<input type="checkbox"/> NO
¿Existe relación entre el desarrollo del manuscrito con los objetivos	<input checked="" type="checkbox"/> SÍ	<input type="checkbox"/> NO
¿Sigue una metodología congruente con los objetivos?	<input checked="" type="checkbox"/> SÍ	<input type="checkbox"/> NO

SUGERENCIAS PARA MEJORAR LA ORGANIZACIÓN, COHERENCIA Y EXPOSICIÓN DEL CONTENIDO:

Colocar una comparación entre el diagnóstico previo a la estrategia y la evaluación de resultados de la misma.

¿HACE UNA APORTACIÓN ORIGINAL A LA DISCIPLINA?

VÍCTOR BALLESTEROS, DIRECTOR ACADÉMICO

WWW.COMUNICACION-CIENTIFICA.COM

móvil: +(52) 55 7460-9138 • oficina: +(52) 55 5696-6541 / e-mail: academiacomunicacioncientifica@gmail.com
Av. Insurgentes Sur 1602, piso 4, suite 400, Crédito Constructor, Benito Juárez, CP 03940, CDMX, México

D.R. © EDICIONES COMUNICACIÓN CIENTÍFICA S.A.DE C.V.



DICTAMEN

Aportación moderada. Los estudios de caso son sumamente útiles para aportar evidencia concreta y observar las modificaciones que se hacen para cada implementación.

¿CUENTA CON RIGOR ACADÉMICO Y FIABILIDAD EN LAS CONCLUSIONES?

Sí. Aunque podría mejorar si se atiende el señalamiento anterior.

¿LESIONA A ALGUNA PERSONA O ENTIDAD?

En ningún momento.

¿ACONSEJA SU PUBLICACIÓN? ¿POR QUÉ?

Por supuesto que sí. Puede ser de gran utilidad para visualizar cómo se ven aplicadas las estrategias de marketing en un caso concreto y observar que la implementación de cada estrategia requiere modificaciones dependiendo del caso en el que se aplique. Ofrece información suficiente para replicar con modificaciones, lo cual lo hace un reporte bastante ilustrativo.

VÍCTOR BALLESTEROS, DIRECTOR ACADÉMICO

WWW.COMUNICACION-CIENTIFICA.COM

móvil: +(52) 55 7460-9138 • oficina: +(52) 55 5696-6541 / e-mail: academiacomunicacioncientifica@gmail.com
Av. Insurgentes Sur 1602, piso 4, suite 400, Crédito Constructor, Benito Juárez, CP 03940, CDMX, México