

Capítulo 1. Introducción

1.1 Planteamiento del Problema

1.2 Objetivo General

1.3 Objetivo Específico

1.4 Justificación del tema

1.5 Alcances

1.6 Limitaciones

1.7 Organización del Informe

Capítulo 2. Marco Teórico

2.1 Introducción

2.2 Definición de Mercadotecnia

2.3 Mezcla de Mercadotecnia o Marketing Mix

2.4 Definición de Mercadotecnia de Servicios

2.5 Servicio

2.6 Triángulo del Marketing de Servicios

2.7 Posicionamiento

2.8 Estrategias de Mercadotecnia

2.9 Investigación de Mercados

2.10 Investigación Cualitativa y Cuantitativa

2.11 Procesos de Investigación de Mercados

Capítulo 3. Metodología

3.1 Problema de Investigación

3.2 Objetivo General

3.3 Objetivo Específico

3.4 Tipo de Investigación

3.5 Fuentes de información de datos

3.6 Diseño de la investigación

3.7 Selección para la investigación cualitativa

3.8 Grupos Focales

3.9 Instrumento de Medición

3.10 Muestra para la investigación cuantitativa

3.11 Muestra para la investigación cuantitativa

3.12 Instrumento de Medición

3.13 Análisis de Datos

3.14 Preparación y presentación del Informe

Capítulo 4. Resultados

4.1 Resultados Investigación cualitativa

4.2 Resultados Investigación cuantitativa

4.3 Relación entre variables: Prueba de hipótesis

4.4 Confiabilidad del Instrumento de Medición

Capítulo 5. Plan de Posicionamiento

5.1 Paso Uno: Analizar el producto versus el de la competencia

5.2 Paso Dos: Identificar las diferencias del producto versus el de la competencia

5.3 Paso Tres: Definir el principal mercado meta

5.4 Paso Cuatro: Enumerar las principales características del mercado meta

5.5 Paso Cinco: Adecuar las características del producto a las necesidades/deseos del mercado meta

Capítulo 6. Conclusiones y Recomendaciones

6.1 Conclusiones

6.2 Recomendaciones

Anexo A. Cuestionario Piloto y Cuestionario Final

Anexo B. Guías y Transcripciones de Entrevistas a Profundidad y Grupo Focal

Anexo C. Tabla cruzada de Promedio de Preparatoria VS Aplicar para una beca en la Universidad

Anexo D. Tabla cruzada de Promedio Actual VS Posee beca

