



Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

División Académica de Ciencias Económico Administrativas



DACEA
División Académica
de Ciencias Económico
Administrativas

Licenciatura en Mercadotecnia

Asignatura: Medios promocionales

Equipo 4

**Alumnos: Andrea Cruces Herrera, Luz Melina Morales
Mora, Monserrat Aquino Córdova, Isabela Vásquez
Cerqueda Y Román Rafhael Aranda Cruz**

Actividad: podcast “Promoción con sazón”

Podcast

“Promoción con sazón”



El proposito de este proyecto es promover conocimientos acerca de los medios de promoción de la mercadotecnia mediante episodios de podcast.

Episodios en los que se mencioan conceptos basicos de la mercadotecnia y explicaciones mas detalladas de temas mas complejos como los medios de promoción a nivel fabricante.

Podcast

“Promoción con sazón”

Objetivo:

A través de una serie de pódcasts en la plataforma Spotify se busca informar a las empresas del estado de Tabasco sobre la importancia de los medios de promoción de venta a nivel fabricante.

Tiempo de realización:

Del 10 de Febrero al 26 de Mayo de 2025.

Fase de preparación:

Lo que se sabe

Conceptos generales de medios de promoción de ventas a nivel fabricante: Oferta, premio y regalo, concurso, rifa, sorteo, muestra. Objetivo de la promoción de ventas.

Medios publicitarios de manera general.

Edición de audio y video.

Lo que no se sabe

Tipos de ofertas y sus ventajas, desventajas y operatividad.

Tipos de premios o regalos, ventajas, desventajas y operatividad.

Tipos de concursos, ventajas, desventajas y operatividad.

Tipos de rifas y sorteos, ventajas, desventajas y operatividad.

Tipos de muestras, ventajas, desventajas y operatividad.

podcast

Promoción con sazón

Lluvia de ideas en las que se plantea solución al problema:

Luz Melina Morales Mora: Realizar un podcast sobre los medios de promoción de venta a nivel fabricante a través de Spotify.

Andrea Cruces Herrera: Utilizar un lenguaje sencillo, respetuoso y coloquial para comunicar las ideas de manera clara.

Montserrat Aquino Córdova: Interactuar entre nosotros (los integrantes del equipo) durante la grabación del podcast para hacerlo de manera dinámica.

Román Rafhael Aranda Cruz: Propuestas para el nombre del podcast: “Tabasco Negocios”, “Descuentos del Edén”, “Promo Sureste” y “Promoción con Sazón”.

Utilizar un dispositivo o herramientas para grabar el podcast (micrófono, notas de voz del celular, etc.).

Isabela Vasquez Cerqueda: Utilizar Canva para editar el audio y el video.

Podcast

Promoción con sazón

- ✦ Asignar tareas a cada miembro del equipo para encontrar la solución al problema.

Andrea Cruces Herrera: Líder. Encargada de la toma de decisiones y responsable del logro de metas durante el desarrollo del proyecto.

Luz Melina Morales Mora: Desarrolladora. Edición de audio de cada episodio del podcast y la portada de estos.

Monserrat Aquino Córdova: Investigadora. Explicar los temas de acuerdo con la información investigada y resolver las dudas del equipo, organiza la información recabada para explicarla en cada episodio de podcast.

Isabela Vasquez Cerqueda: Secretaria. Toma nota de acuerdos y revisa archivos y apoya al líder en el cumplimiento de las tareas.

Román Rafhael Aranda Cruz: Investigador. Explica los temas de acuerdo con la información investigada y resolver las dudas del equipo, organiza la información recabada para explicarla en cada episodio de podcast.

Podcast

“Promoción con sazón”

Análisis



Podcast

“Promoción con sazón”

Análisis

En este sentido, el podcast representa un esfuerzo por trasladar los conceptos teóricos de la asignatura a un formato práctico, donde se conectan los contenidos del aula con ejemplos reales, casos actuales y experiencias personales. Así, el aprendizaje se convierte en una experiencia colaborativa, crítica y reflexiva. Además, el proceso de producción del podcast —desde la planeación de los temas hasta la edición y distribución del contenido— ha permitido desarrollar habilidades complementarias como el trabajo en equipo, la organización, el uso de herramientas digitales y la expresión oral con fines educativos. En un país donde la comunicación comercial influye profundamente en los hábitos de consumo y donde la saturación mediática es cada vez mayor, proyectos como "Promoción con sazón" abren un espacio necesario para el análisis consciente y fundamentado de las prácticas promocionales. Al igual que una campaña bien ejecutada puede provocar un cambio de comportamiento en los consumidores, este podcast aspira a despertar en sus oyentes una mirada más crítica y analítica sobre los medios promocionales que nos rodean.



Podcast

“Promoción con sazón”

✦ Diseño del plan de acción

Institución: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

Año: 2025

Proyecto: Podcast “promoción con sazón”

Objetivo general: Atraves de una serie de podcast en la plataforma de spotify se busca informar a las empresas del estado de Tabasco sobre la importancia de los medios de promoción de venta a nivel fabricante.

Podcast

Promoción con sazón

ACTIVIDAD	FECHA DE INICIO	FECHA DE TERMINACIÓN	DURACIÓN	RESPONSABLES	ESTATUS	OBSERVACIONES
Selección del tema.	10/02/2025	10/02/2025	1 día	Andrea Cruces Herrera	Terminada	Ninguna
Creacion del guion para el podcast	17/02/2025	21/02/2025	4 días	Monserrat Aquino Cordova	Terminada	Ninguna
Grabación del primer podcast	24/02/2025	24/02/2025	1 día	Andrea Cruces Herrera, Monserrat Aquino Córdoba, Luz Melina Morales Mora, Isabela Vasquez Cerqueda y Roman Raffael Aranda Cruz	Terminada	Ninguna
Edición del primer episodio del podcast	25/02/2025	28/02/2025	4 días	Luz Melina Morales Mora	Terminada	Ninguna
Realizar los puntos del 8.4 al 8.7	03/03/2025	07/03/2025	3 días	Monserrat Aquino Cordova	Terminada	Ninguna
Elaboración diagrama de Gantt.	10/03/2025			Isabela Vázquez Cerqueda	En proceso	Ninguna
Investigar el tema "Situaciones que demandan el uso de la promoción de ventas".	12/03/2025			Román Raffael Aranda Cruz	En proceso	Ninguna
Realizar el guion del segundo episodio.	13/03/2025			Monserrat Aquino Cordova	En proceso	Ninguna
Elaboración de evidencias.	19/03/2025			Román Raffael Aranda Cruz	En proceso	Ninguna
Investigar el tema "los medios de promoción de ventas a nivel fabricante: ofertas, premios y regalos".	17/03/2025			Luz Melina Morales Mora	En proceso	Ninguna

Podcast

Promoción con sazón

Realizar el guion del segundo episodio.	13/03/2025			Monserrat Aquino Cordova	En proceso	Ninguna
Elaboración de evidencias.	19/03/2025			Román Rafhael Aranda Cruz	En proceso	Ninguna
Investigar el tema "los medios de promoción de ventas a nivel fabricante: ofertas, premios y regalos".	17/03/2025			Luz Melina Morales Mora	En proceso	Ninguna
Elaborar el guion.	18/03/2025			Román Rafhael Aranda Cruz	En proceso	Ninguna
Grabar el Podcast.	19/03/2025			Andrea Cruces Herrera, Monserrat Aquino Córdoba, Luz Melina Morales Mora, Isabela Vasquez Cerqueda y Roman Rafhael Aranda Cruz	En proceso	Ninguna
Investigar el tema "Los medios de promoción de ventas a nivel fabricante: concursos, rifas, sorteos y muestras".	24/03/2025			Andrea Cruces Herrera	En proceso	Ninguna
Realizar el guion.	26/03/2025			Isabela Vázquez Cerqueda	En proceso	Ninguna
Grabar el podcast.	27/03/2025			Andrea Cruces Herrera, Monserrat Aquino Córdoba, Luz Melina Morales Mora, Isabela Vasquez Cerqueda y Roman Rafhael Aranda Cruz	En proceso	Ninguna

Podcast

Promoción con sazón

Realizar un marco de referencia.	28/03/2025			Andrea Cruces Herrera	En proceso	Ninguna
Investigar el tema "promociones corporativas, promociones cruzadas, concepto, variantes de presentación, ventajas, desventajas y operatividad".	31/03/2025			Luz Melina Morales Mora	En proceso	Ninguna
Realizar el guion.	1/04/2025			Roman Raffael Aranda Cruz	En proceso	Ninguna
Grabar el podcast.	2/04/2025			Andrea Cruces Herrera, Monserrat Aquino Córdova, Luz Melina Morales Mora, Isabela Vasquez Cerqueda y Roman Raffael Aranda Cruz	En proceso	Ninguna
Organizar información y fuentes obtenidas.	3/04/2025			Roman Raffael Aranda Cruz	En proceso	Ninguna
Investigar el tema "ferias, exposiciones, Outlet: concepto, ventajas, desventajas y operatividad".	7/04/2025			Isabela Vázquez Cerqueda	En proceso	Ninguna
Realizar el guion.	9/04/2025			Luz Melina Morales Mora	En proceso	Ninguna
Grabar el podcast.	10/04/2025			Andrea Cruces Herrera	En proceso	Ninguna
Presentación del reporte en Word.	11/04/2025			Monserrat Aquino Córdova	En proceso	Ninguna
Investigar el tema "Nuevos medios: Activaciones, sampling, caravanas, ventajas y desventajas"	28/04/2025			Roman Raffael Aranda Cruz	En proceso	Ninguna

Podcast

Promoción con sazón

Realizar el guion.	29/04/2025			Luz Melina Morales Mora	En proceso	Ninguna
Grabar el podcast.	30/04/2025			Andrea Cruces Herrera, Monserrat Aquino Córdova, Luz Melina Morales Mora, Isabela Vasquez Cerqueda y Roman Rafhael Aranda Cruz	En proceso	Ninguna
Power Point y Evidencias.	1/05/2025			Andrea Cruces Herrera	En proceso	Ninguna
Investigar "medios publicitarios que apoyan los medios de promoción a nivel fabricante",	05/05/2025			Monserrat Aquino Córdova	En proceso	Ninguna
Realizar el guion.	6/05/2025			Luz Melina Morales Mora	En proceso	Ninguna
Grabar el podcast.	7/05/2025			Andrea Cruces Herrera, Monserrat Aquino Córdova, Luz Melina Morales Mora, Isabela Vasquez Cerqueda y Roman Rafhael Aranda Cruz	En proceso	Ninguna
Impacto y forma de evaluación.	8/05/2025			Monserrat Aquino Córdova	En proceso	Ninguna
Costo y fuente de financiamiento.	9/05/2025			Isabela Vázquez Cerqueda	En proceso	Ninguna
Investigar "Los sistemas de protección del	12/05/2025			Andrea Cruces Herrera	En proceso	Ninguna

Podcast

“Promoción con sazón”

Contrucción

En la actualidad, las empresas enfrentan el reto de comprender un entorno promocional cada vez más complejo, marcado por la saturación de mensajes, el avance de los medios digitales y la transformación constante de los hábitos de consumo. En respuesta a este contexto, nace el podcast "Promoción con sazón", como una propuesta académica y creativa que permite aplicar los conocimientos de la asignatura Medios Promocionales en un formato accesible, innovador y relevante para las empresas. Este proyecto se enfoca en analizar y reflexionar sobre las estrategias promocionales empleadas por distintas marcas, destacando su impacto, efectividad y evolución. La elección del formato podcast responde a la necesidad de adaptar los contenidos educativos a las plataformas de mayor consumo entre las personas, fomentando un aprendizaje activo, colaborativo y significativo. A través del desarrollo de cada episodio, se construye una experiencia de aprendizaje en donde se integran elementos clave como la planificación de contenidos, la expresión oral, la investigación aplicada y el análisis crítico. De este modo, "Promoción con sazón" se convierte en una herramienta formativa que refuerza la conexión entre la teoría y la práctica, y promueve el desarrollo de competencias necesarias para enfrentar los retos del campo promocional en escenarios reales.

Podcast

“Promoción con sazón”

Fuentes de financiamiento

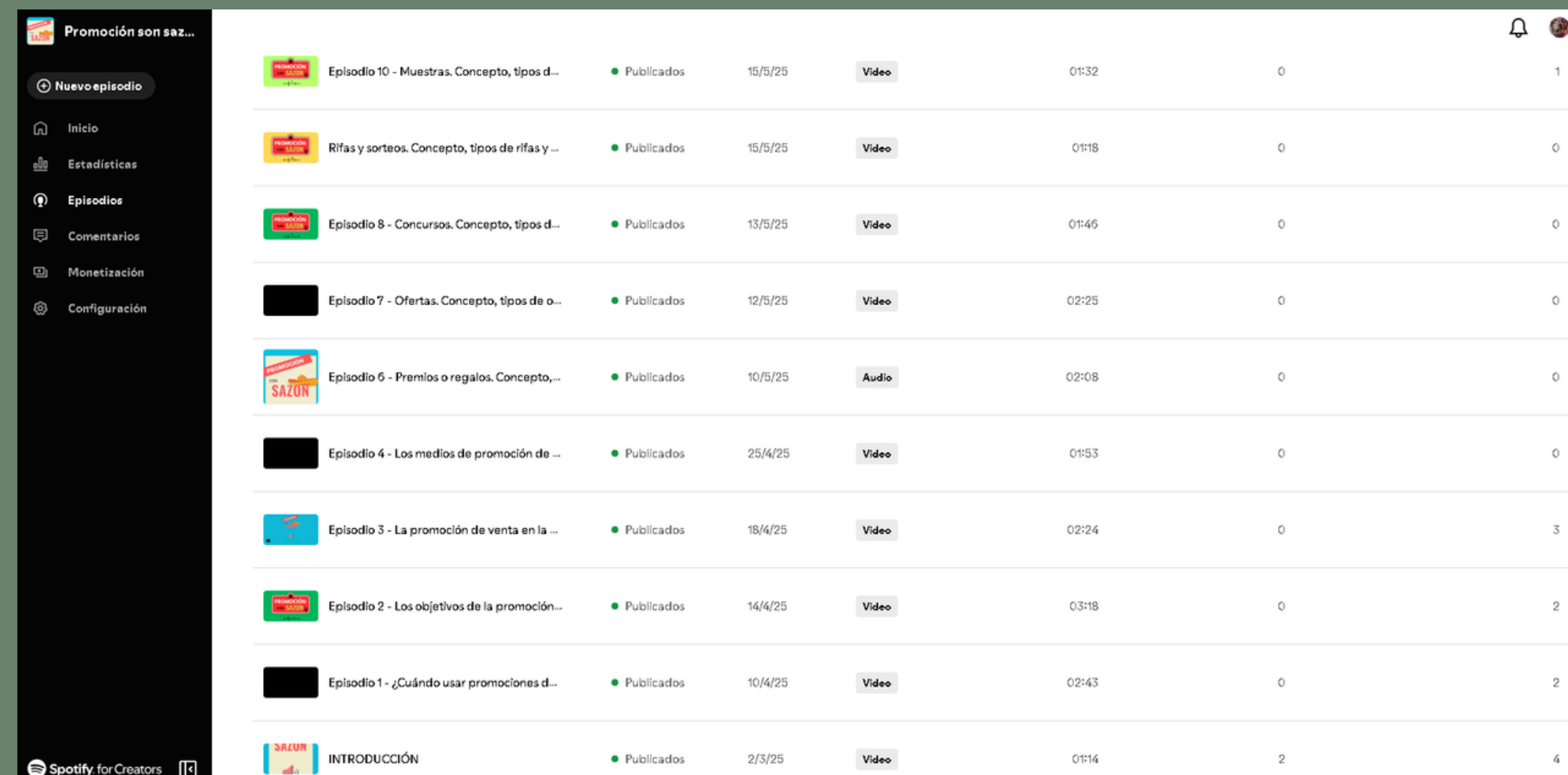
La producción del podcast "Promoción con sazón" se llevó a cabo sin financiamiento externo, aprovechando los recursos disponibles al alcance del equipo de trabajo. No se buscó apoyo de medios ni de patrocinadores, ya que desde el inicio se planteó como un proyecto autogestivo y accesible. Para la difusión se eligió la plataforma Spotify, la cual permite publicar contenido de manera gratuita, lo que facilitó el lanzamiento sin necesidad de inversión económica. Las grabaciones se realizaron utilizando equipo básico como teléfonos celulares, computadoras personales y micrófonos disponibles entre los integrantes del equipo. Asimismo, el diseño gráfico y la edición se resolvieron con herramientas gratuitas o de uso común, priorizando la creatividad, el compromiso y el aprovechamiento de las habilidades individuales de cada integrante. Esta estrategia demostró que, con organización y disposición, es posible desarrollar un producto comunicativo funcional y profesional sin recurrir a grandes recursos, manteniendo la esencia académica y formativa del proyecto.

Podcast

“Promoción con sazón”

Implementación de campaña

a) Publicación de los episodios en la plataforma Spotify, aprovechando que permite subir contenido de forma gratuita y con amplio alcance entre el público.



The screenshot displays the Spotify for Creators interface for a podcast named "Promoción con sazón". On the left is a dark sidebar with navigation options: "Nuevo episodio", "Inicio", "Estadísticas", "Episodios", "Comentarios", "Monetización", and "Configuración". The main area shows a list of 10 episodes, each with a thumbnail, title, status, date, type, duration, and play counts. The episodes are ordered from newest at the top to oldest at the bottom.

Thumbnail	Episode Title	Status	Date	Type	Duration	Plays	Comments
	Episodio 10 - Muestras. Concepto, tipos d...	Publicados	15/5/25	Video	01:32	0	1
	Rifas y sorteos. Concepto, tipos de rifas y ...	Publicados	15/5/25	Video	01:18	0	0
	Episodio 8 - Concursos. Concepto, tipos d...	Publicados	13/5/25	Video	01:46	0	0
	Episodio 7 - Ofertas. Concepto, tipos de o...	Publicados	12/5/25	Video	02:25	0	0
	Episodio 6 - Premios o regalos. Concepto,...	Publicados	10/5/25	Audio	02:08	0	0
	Episodio 4 - Los medios de promoción de ...	Publicados	25/4/25	Video	01:53	0	0
	Episodio 3 - La promoción de venta en la ...	Publicados	18/4/25	Video	02:24	0	3
	Episodio 2 - Los objetivos de la promoción...	Publicados	14/4/25	Video	03:18	0	2
	Episodio 1 - ¿Cuándo usar promociones d...	Publicados	10/4/25	Video	02:43	0	2
	INTRODUCCIÓN	Publicados	2/3/25	Video	01:14	2	4

Podcast

“Promoción con sazón”

El impacto

Corto plazo:

Se logró captar la atención de estudiantes de la asignatura Medios Promocionales, quienes encontraron en el podcast una forma alternativa, clara y entretenida de reforzar los temas vistos en clase. Se generó interés en la dinámica de creación de contenido como herramienta de aprendizaje, promoviendo la participación activa y el trabajo colaborativo.

Mediano plazo:

El podcast se posiciona como un recurso complementario útil para futuras generaciones de estudiantes de mercadotecnia y comunicación, al estar disponible de manera permanente en plataformas como Spotify. Se espera que sirva como ejemplo de aplicación práctica de los conocimientos teóricos, motivando a más estudiantes a desarrollar proyectos similares. Además, se fomenta el desarrollo de habilidades digitales, comunicativas y de análisis crítico.

Largo plazo:

"Promoción con sazón" tiene el potencial de convertirse en una herramienta institucional que apoye la enseñanza de temas promocionales en distintas materias o carreras afines. Asimismo, puede ser una base para proyectos más amplios que incluyan colaboraciones con expertos, entrevistas, y producción multimedia. A largo plazo, puede influir en una mayor cultura del aprendizaje autónomo, el pensamiento crítico y el uso creativo de los medios digitales dentro del ámbito universitario.

Podcast

“Promoción con sazón”

Síntesis

"Promoción con sazón" es un proyecto académico en formato podcast que aborda de manera creativa y reflexiva los temas de la asignatura Medios Promocionales. A través de un enfoque práctico y dinámico, se analizan diversas estrategias promocionales utilizadas por las marcas en la actualidad, conectando la teoría con ejemplos reales. El proceso de producción ha permitido desarrollar habilidades comunicativas, tecnológicas y analíticas, fomentando el pensamiento crítico sobre el impacto de la promoción en los hábitos de consumo. Este podcast representa una herramienta de aprendizaje que transforma el conocimiento académico en contenido accesible, relevante y con valor formativo tanto dentro como fuera del aula.



Referencias

Alonso, C. M. (2020). Estrategias de comunicación digital. Ediciones Pirámide.

Asociación Mexicana de Agencias de Promociones (AMAPRO). (2021). Guía de medios promocionales en México. Recuperado de: <https://www.amapro.com.mx>

Belch, G. E., & Belch, M. A. (2017). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective (11.^a ed.)

Bonilla, P. (2021). El podcast como herramienta educativa en la educación superior. Revista Comunicar, 29(67), 45-54. <https://doi.org/10.3916/C67-2021-04>

Clow, K. E., & Baack, D. E. (2014). Integrated Advertising, Promotion and Marketing Communications. <http://182.160.97.198:8080/xmlui/handle/123456789/1349>
DCSA/BLOQUE2/MI/04/IPRV/U1/descargables/

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2022). Estadísticas sobre consumo de medios y plataformas digitales. <https://www.inegi.org.mx>

Kotler, P. & Armstrong, G. (2017). Fundamentos de marketing (13.^a ed.). Pearson Educación.

Referencias

Liderazgo y Mercadeo. (s.f.). Promoción de Ventas. <https://jdaavidulloa.com/wp-content/uploads/2013/05/promocic3b3n-de-ventas-y-merchandising.pdf>

Lover, Y. S. (12 de febrero de 2013). 1.2.2 Premios o Regalos. <https://mpdv6.blogspot.com/2013/02/122-premios-o-regalos.html>

Lover, Y. S. (12 de febrero de 2013). 1.2.3 concursos. <https://mpdv6.blogspot.com/2013/02/123-concursos.html?m=1>

Lover, Y. S. (12 de febrero de 2013). 1.2.4 Rifas y sorteos Concepto, Tipos de rifas y sorteos, ventajas, desventajas y operatividad. <https://mpdv6.blogspot.com/2013/02/124-rifas-y-sorteos-conceptotipos-de.html?m=1>

Lover, Y. S. (12 de febrero de 2013). 1.2.5 Muestras, concepto, tipos de muestras, ventajas, desventajas y operatividad. <https://mpdv6.blogspot.com/2013/02/125-muestras-concepto-tipos-de-muestras.html?m=1>

Lover, Y. S. (13 de febrero de 2013). 1.3 Promociones corporativas. <https://mpdv6.blogspot.com/2013/02/13-promociones-corporativas.html?m=1>

Lover, Y. S. (14 de febrero de 2013). 1.4 Ferias, exposiciones y OUTLET. Ventajas, desventajas y operatividad. <https://mpdv6.blogspot.com/2013/02/14-ferias-exposiciones-y-outlet.html?m=1>

Referencias

Lover, Y. S. (s. f.). 1.5 Nuevos medios: activaciones, SAMPLING, caravanas, ventajas y desventajas. <https://mpdv6.blogspot.com/2013/02/activar-la-venta-de-un-producto-en-una.html?m=1>

Monografias Plus. (s.f.). Los medios de promoción de venta a nivel fabricante. <https://www.monografias.com/docs/Los-medios-de-promoci%C3%B3n-de-venta-a-PKNNV2GZAWTA>

Ramírez, M. E. (2020). Marketing digital: estrategias y herramientas para el entorno online. Editorial Trillas.

Rosales, F. (23 de febrero de 2024). Sobreviven 35 de 100 mipymes: INEGI. Diario Presente. <https://www.diariopresente.mx/tabasco/empresas-tabasquenas/393282>

Sage Sales Management. (2023). Promoción de ventas: qué es, características y cómo hacerla + Ejemplos. <https://www.forcemanager.com/es/blog/promocion-de-ventas/>

Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2018). Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communications (10.^a ed.)

Universidad Abierta y a Distancia de México. (2023). Unidad 1: Elementos de la promoción de ventas. División de Ciencias Sociales y Administrativas / Mercadotecnia Internacional. https://dmd.unadmexico.mx/contenidos/DCSA/BLOQUE2/MI/04/IPRV/U1/descargables/IPRV_U1_Contenido_2023_1.pdf

Referencias

Universidad Politécnica de Madrid. (2008). Aprendizaje basado en proyectos (ABP): guía metodológica. Recuperado de: <https://www.upm.es>

Wise CX. (16 de noviembre de 2023). ¿Qué es la promoción de ventas y por qué es importante para tu negocio? <https://wisecx.com/que-es-la-promocion-de-ventas/>