

Instituto Tecnológico Superior de san Andrés Tuxtla

Licenciatura en Administración. escolarizado. Grupo: 505 A

Materia: Mezcla de Mercadotecnia. Examen Parcial: Unidad 1

Docente: L.A. Carlos de Jesús Morteo Peña. Firma: _____

Alumno(a): León Aguilar Bernal Firma: [Firma] Fecha: 27/09/22

Contesta correctamente las siguientes afirmaciones si es falso (f) o Verdadero (v), recuerda que respuesta mala te resta una buena.

Los productos y servicios se fabrican o crean para dar respuestas válidas al mercado; por tanto, podemos decir que constituyen la base de cualquier concepción de marketing. (V) ✓

Llevamos unos años observando cómo los ciclos de vida de los productos se están acortando en una gran mayoría. (V) ✓

Un producto está compuesto principalmente por una serie de características intangibles que satisfacen o intentan satisfacer las necesidades del comprador y deben corresponder a la idea de utilidad que se espera de él. (V) ✓

Atributos de producto : Núcleo, precio calidad y mercado. (F) ✗

Imagen de la empresa, opinión global que se crea en la mente del consumidor según la información recibida, directa o indirectamente, sobre el producto. (V) ✓

Según Levitt los productos, igual que los seres vivos, nacen, crecen, se desarrollan y mueren, pero el mundo de la empresa hace que estos conceptos puedan quedarse algo obsoletos ya que en la actualidad el ciclo. (V) ✓

Relaciona mediante una línea o flecha los siguientes conceptos.

Fase de lanzamiento	<ul style="list-style-type: none"> Bajan los precios de venta; puede llegarse a la lucha de precios. Gran esfuerzo comercial para diferenciar el producto.
Fase de turbulencias	<ul style="list-style-type: none"> Bajo volumen de ventas. Gran inversión técnica, comercial y de comunicación. Gran esfuerzo para poner a punto los medios de fabricación.
Fase de crecimiento	los beneficios disminuyen más por la escasa demanda que por los costes.
Fase de madurez	¿Se ha acertado con el canal elegido o debemos cambiar? ¿Debemos abrir el producto a otros canales?
Fase de declive	<ul style="list-style-type: none"> Ascenso vertical de las ventas. Se alcanzan elevados porcentajes en su mercado potencial. Se va perfeccionando el proceso de fabricación.
Estrategias lanzamiento	¿Significó esto que las empresas de internet estaban condenadas al fracaso?

La mercadotecnia de servicios es un conjunto de acciones que ayudan a explicar el valor del servicio y a persuadir al cliente para que opte por una determinada empresa.

Como dijimos, los servicios son intangibles en el sentido de que, a diferencia de un producto, que se puede tocar y manipular.

El propósito del Marketing de Servicios es diferenciar una marca de sus competidores. Por lo tanto, no tendría sentido buscar destacarnos en el medio haciendo lo mismo que hacen las otras empresas.

Elaborar un plan de contenidos es esencial, pues el consumidor está en Internet, buscando servicios todo el tiempo.