



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE SAN ANDRÉS TUXTLA

DIVISIÓN DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

MATERIA: MEZCLA DE MERCADOTECNIA UNIDAD 1 VALOR DEL EXAMEN 40%
 NOMBRE DEL ALUMNO: Emmanuel Baxin Xolo GRUPO: 505-B FECHA: 23 Sep 2012
 ACIERTOS: 18 EXAMEN: 36 % CALIFICACIÓN: 96

Instrucción: Lee cuidadosamente cada enunciado y subraya la respuesta correcta valor 5 aciertos.

- Se puede considerar como un conjunto de atributos fundamentales unidos en una forma identificable.
 - a) Servicio
 - b) Marca
 - c) Producto
- Son aquellos que los consumidores adquieren y utilizan de acuerdo a sus deseos y necesidades.
 - a) Productos de consumo
 - b) Productos industriales
 - c) Productos de servicios
- Son productos que el consumidor compra con cierta regularidad, sin planificación.
 - a) Productos de elección
 - b) Productos de conveniencia
 - c) Productos especiales
- Son artículos por la que el consumidor no hace ningún esfuerzo de compra, porque no tiene presente la necesidad o deseo.
 - a) Productos especiales
 - b) Productos no buscados
 - c) Productos industriales
- Es un grupo de artículos estrechamente relacionados, ya sea porque satisfacen una clase de necesidad o porque se usan conjuntamente.
 - a) Línea de producto
 - b) Mezcla de producto
 - c) Productos duraderos

Instrucción II: Contesta correctamente las siguientes cuestiones. Valor 10 aciertos

- ¿Qué entiendes por producto? Menciona la clasificación
- Menciona las características de los productos.
- Dibuja el ciclo de vida del producto. ¿Explica cada uno de ellos?
- ¿Cuáles son las estrategias en la etapa de introducción?
- ¿Qué es la mercadotecnia de servicios? Menciona algunos ejemplos

Instrucción III: Anota en el paréntesis la letra "V" si la respuesta es verdadera y "F" si es falsa. Valor 5 aciertos.

- La mezcla de productos es la lista completa de todos los productos que una empresa ofrece al consumidor..... (V)
- La estrategia de alta penetración consiste en lanzar un nuevo producto a un precio elevado y con escasa promoción..... (F)
- La modificación del mercado: estrategia que estudia las oportunidades para localizar nuevos compradores, nuevas formas para estimular el uso del producto o renovar la marca..... (V)
- Mejorar la calidad del producto e incorporar nuevos valores. Es una estrategia de la etapa de declinación..... (F)
- La estrategia de modificación del mercado, relanzamiento o reposicionamiento del producto y la modificación de la combinación del mercado pertenecen a la etapa de madurez..... (V)

"Cuando no puedes tener lo que te gusta, procura que te guste lo que tienes"

LISTA DE COTEJO PARA MAPA CONCEPTUAL

DATOS GENERALES			
Nombre del(a) alumno(a): <u>Emmanuel Baxin Xolo</u>			
GRUPO:	505-B	CARRERA:	LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE SAN ANDRÉS TUXTLA	NOMBRE DEL CURSO: MEZCLA DE MERCADOTECNIA
	UNIDAD: 1 PRODUCTO
NOMBRE DEL DOCENTE: MCE.AARÓN SÁNCHEZ ISIDORO	FIRMA DEL DOCENTE:

DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN

PRODUCTO: CUADRO COMPARATIVO Concepto Básico de Mercadotecnia	FECHA: <u>7/09/22</u>	PERIODO ESCOLAR: AGOSTO 2022 - ENERO 2023
--	-----------------------	---

INSTRUCCIONES DE APLICACIÓN

Revisar las actividades que se solicitan y marque con una X en los apartados "SI" cuando la evidencia se cumple; en caso contrario marque "NO". En la columna "OBSERVACIONES" escriba indicaciones que puedan ayudar al alumno a saber cuáles son las condiciones no cumplidas, si fuese necesario.

VALOR DEL REACTIVO	CARACTERÍSTICA A CUMPLIR (REACTIVO)	CUMPLE		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1%	Presentación El trabajo cumple con los requisitos de: a. Buena presentación	1		
1%	b. Entrega en tiempo y forma	1		
1%	c. Considera las reglas ortográficas y de sintaxis.	1		
5%	d. Describe puntos importantes	5		
1%	e. Diseño y Originalidad	1		
1%	f. Entrega el trabajo cuidando aspectos de limpieza y orden.	1		
10%	CALIFICACIÓN	107.		

LISTA DE COTEJO PARA INVESTIGACION DOCUMENTAL

DATOS GENERALES		
Nombre del(a) alumno(a): <u>Emmanuel Boxin Xolo</u>		
GRUPO:	505-B	CARRERA: LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE SAN ANDRÉS TUXTLA	NOMBRE DEL CURSO: MEZCLA DE MERCADOTECNIA UNIDAD: 1 PRODUCTO
NOMBRE DEL DOCENTE: MCE.AARÓN SÁNCHEZ ISIDORO	FIRMA DEL DOCENTE:

DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN		
PRODUCTO: INVESTIGACIÓN Líneas de productos de una empresa de la región	FECHA: <u>12/09/22</u>	PERIODO ESCOLAR: AGOSTO 2022 - ENERO 2023

INSTRUCCIONES DE APLICACIÓN

Revisar las actividades que se solicitan y marque con una X en los apartados "SI" cuando la evidencia se cumple; en caso contrario marque "NO". En la columna "OBSERVACIONES" escriba indicaciones que puedan ayudar al alumno a saber cuáles son las condiciones no cumplidas, si fuese necesario.

VALOR DEL REACTIVO	CARACTERÍSTICA A CUMPLIR (REACTIVO)	CUMPLE		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1%	Presentación El trabajo cumple con los requisitos de: a. Buena presentación	1		
2%	b. Introducción	2		
2%	c. Considera las reglas ortográficas y de sintaxis.	2		
10%	d. Desarrollo coherente del tema	10		
2%	e. Conclusiones	2		
1%	f. Referencia bibliográfica	1		
2%	Responsabilidad: Entregó la investigación en la fecha y hora señalada.	2		
20%	CALIFICACIÓN	20%		

GUIA DE OBSERVACIÓN PARA EXPOSICION

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE SAN ANDRÉS TUXTLA	NOMBRE DEL CURSO: MEZCLA DE MERCADOTECNIA
NOMBRE DEL DOCENTE: MCE.AARÓN SÁNCHEZ ISIDORO	TEMA: Ciclo de vida de un producto
OBJETIVO DE LA EXPOSICIÓN: Identificar las diferentes etapas del ciclo de vida de un producto de una empresa de la localidad.	

DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN

NOMBRE DE LOS ALUMNOS:	NO. DE CONTROL:	FIRMA DEL ALUMNO:
1.- <u>Emmanuel Pérez X</u>	1.- _____	1.- _____
2.- <u>Tristan Antón Ruiz</u>	2.- _____	2.- _____
3.- _____	3.- _____	3.- _____
4.- _____	4.- _____	4.- _____
5.- _____	5.- _____	5.- _____

INSTRUCCIONES DE APLICACIÓN

Revisar los documentos o actividades que se solicitan y marque con una X en los apartados "SI" cuando la evidencia a evaluar se cumple; en caso contrario marque "NO". En la columna "OBSERVACIONES" ocúpela cuando tenga que hacer comentarios referentes a lo observado.

VALOR DEL REACTIVO	CARACTERÍSTICA A CUMPLIR (REACTIVO)	CUMPLE		OBSERVACIONES
		SI	NO	
10%	Dominio del tema (divagaciones, claridad y uso de ejemplos)	10		
2%	Orden y claridad en la exposición	2		
2%	Dominio del auditorio	2		
2%	Material utilizado	2		
2%	Dicción	2		
1%	Manejo del tiempo	1		
1%	Presentación: limpieza y formalidad	1		
20%	CALIFICACIÓN	20%		

LISTA DE COTEJO PARA RESUMEN

DATOS GENERALES			
Nombre del(a) alumno(a): <u>Emmanuel Bocxin Xolo</u>			
GRUPO:	505-B	CARRERA:	LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE SAN ANDRÉS TUXTLA	NOMBRE DEL CURSO: MEZCLA DE MERCADOTECNIA
	UNIDAD: 1 PRODUCTO
NOMBRE DEL DOCENTE: MCE.AARÓN SÁNCHEZ ISIDORO	FIRMA DEL DOCENTE:

DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN			
PRODUCTO:	Investigar sobre	FECHA:	PERIODO ESCOLAR: AGOSTO 2022 - ENERO 2023
	mercado de servicio	<u>21/09/22</u>	

INSTRUCCIONES DE APLICACIÓN

Revisar las actividades que se solicitan y marque con una X en los apartados "SI" cuando la evidencia se cumple; en caso contrario marque "NO". En la columna "OBSERVACIONES" escriba indicaciones que puedan ayudar al alumno a saber cuáles son las condiciones no cumplidas, si fuese necesario.

VALOR DEL REACTIVO	CARACTERÍSTICA A CUMPLIR (REACTIVO)	CUMPLE		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1%	Presentación El trabajo cumple con los requisitos de: a. Buena presentación	1		
1%	b. Entrega en tiempo y forma	1		
1%	c. Considera las reglas ortográficas y de sintaxis.	1		
5%	d. Describe puntos importantes	5		
1%	e. Referencia bibliografica	1		
1%	f. Entrega el trabajo cuidando aspectos de limpieza y orden.	1		
10%	CALIFICACIÓN	<u>10y.</u>		