**ESCUELA COMERCIAL CAMARA DE COMERCIO**

*CHIAPAS #81*

|  |  |
| --- | --- |
| **MATERIA: Mercadotecnia****Grupo: F53** **Alumno(a)** | **TEMA: Guía** **PROFESORA: Esmeralda Palapa Sánchez** |



**GUÍA DE ESTUDIO**

**DICIEMBRE**

**OBJETIVO:** El alumno aplicará sus conocimientos vistos en clase a través de un examen escrito y verbal

**INSTRUCCIONES:** Contesta correctamente

**GUIA PARA EL SEGUNDO PARCIAL**

1.- ¿EN DONDÉ SE ENCUENTRA LA PUBLICIDAD SUBLIMINAL?

2.- MENCIONA LAS ESTRATEGÍAS PROMOCIONALES PARA EL CONSUMIDOR

3.- EXPLICA LAS ETAPAS DE INGENIERÍA DE PRODUCTO

4.- MENCIONA LOS DIFERENTES TIPOS DE MUESTRA POBLACIONAL

6.- ¿QUÉ ES EL UNIVERSO?

7.- ¿CÓMO SE LLEVA A CABO LA PLANEACIÓN DE UN PRODUCTO?

8.- PARA QUE SIRVE UNA MARCA CERTIFICADA

9.- ¿POR QUE ES IMPORTANTE REGISTRAR UNA MARCA?

10.- MENCIONA LOS ELEMENTOS DEL DISEÑO DE UN PRODUCTO

11.- ¿QUÉ ES UNA PROMOCIÓN

12.- DA TRES OBJETIVOS DE LA PROMOCIÓN

13.- CUAL ES LA DIFERENCIA DE UNA PROMOCIÓN Y UN MÉTODO PROMOCIONAL

14.- MENCIONA LAS FUNCIONES DE LA PROMOCIÓN

15.- DA TRES EJEMPLOS DE MÉTODOS PROMOCIONALES

16.- DEFINE PUBLICIDAD SUBLIMINAL

17.- EN LISTA LA ÉTICA DEL MERCADÓLOGO

18.- ¿QUÉ ES LA MERCADOTECNIA SOCIAL?

19.- EXPLICA CINCO VALORES

20.- ¿CUÁLES SON LAS RESPONSABILIDADES DE UN MERCADÓLOGO?