**ESCUELA COMERCIAL CAMARA DE COMERCIO**

*CHIAPAS #81*

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



**GUÍA DE ESTUDIO**

**SEGUNDO PARCIAL**

**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 QUÉ CONSISTE LA ETIQUETA PERSUASIVA?

2.- DA 3 EJEMPLOS DE MARCAS DE COMPAÑIAS COMBINADAS CON NOMBRES

INDIVIDUALES DEL PRODUCTO

3.- ¿EN QUE CONSISTEN LAS MARCAS COLECTIVAS?

4.- MENCIONA LA CLASIFICACIÓN PARA PLANEAR UN PRODUCTO

5.- EXPLICA LA MARCA REGISTRADA

6.- MENCIONA LOS ELEMENTOS QUE INTEGRAN EL DISEÑO DE UN PRODUCTO

7.- MENCIONA LOS PASOS EN EL PROCESO DE DESARROLLO DEL PRODUCTO

8.- DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL PÚBLICO ¿QUÉ ES UN PRODUCTO?

9.- MENCIONA LA CLASIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS

10.- EXPLICA EL CICLO DE VIDA DE UN PRODUCTO

11.- PARA LA EMPRESA ¿QUÉ ES UN PRODUCTO?

12.- ¿CUÁL ES LA CLASIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS DE ACUERDO A LA ZONA GEOGRÁFICA?

13.- EXPLICA LA CLASIFICACIÓN DEL MERCADO DE ACUERDO A LA FUNCIÓN O GIRO DE LA EMPRESA

14.- ¿QUÉ ENTIENDES POR SEGMENTACIÓN?

15.- ¿CUÁLES SON LOS REQUISITOS DE UNA SEGMENTACIÓN EFICIENTE?

16.- EXPLICA LAS ESTRATEGIAS DE SELECCIÓN

17.- MENCIONA LOS DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS

18.- ¿CUÁLES SON LAS ETAPAS DE UN CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

19.- ¿QUÉ ES UNA MARCA CERTIFICADA?

20.- MENCIONA TRES MÉTODOS PARA LA FIJACIÓN DEL PRECIO