|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nombre del alumno (a)** | | |  | | | | **Sello de autorización** |
| **Profesor** | **DRA. LUZ ELENA CERVANTES MONROY** | | | | **Parcial** | **Exanen Unico** |  |
| **Carrera** | **LICENCIATUR EN PSICOLOGIA** | **9º**  **cuatrimestre** | |  | **Fecha** | **21062025** |
| **Materia** | **TALLER DEL EMPRENDEDOR** | | | | **Nomenclatura del Grupo**  LPS19SSC1022-A | |
|  | **Total de Preguntas:** | | | |  | | **Calificación :** |

**INSTRUCCIONES:**

Responde conletra clara y presiza los siguientes reactivos:

**I) REACTIVOS DE OPCIÓN MÚLTIPLE**

Subraya la respuesta correcta de lo que se pide en cada pregunta. **10 ptos.**

1.- ¿De qué se encarga el marketing?

1. El marketing se encarga del proceso de planear las actividades de la empresa en relación con el precio, la promoción, la distribución y la venta de bienes y servicios que ofrece, así como de la definición del producto o servicio con base en las preferencias del consumidor
2. El marketing se encarga solo del proceso de planear.
3. El marketing se encarga solo del proceso de ventas.
4. Ninguna de las anteriores es correcta.

2.- ¿Cuál es el objetivo del área de Marketing?

1. Los objetivos del área de marketing son solo definir lo que se desea lograr con el producto en términos de ventas.
2. Los objetivos del área de marketing son definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado.
3. Los objetivos del área de marketing son solo definir lo que se desea lograr con el producto en términos de producción
4. Ninguna de las anteriores es correcta.

3.- ¿Para que nos sirve el estudio de mercado?

1. Para recopilar solo datos en relación con el mercado
2. Para registrar solo datos en relación con el mercado
3. Para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos.
4. Ninguna de las anteriores es correcta.

4.- ¿Qué se requiere para hacer publicidad?

1. Hacer publicidad es una serie de actividades necesarias para hacer llegar solo un mensaje.
2. Hacer publicidad es una serie de actividades necesarias para solo tener impacto en el mercado.
3. Hacer publicidad es una serie de actividades necesarias para hacer llegar un mensaje al mercado meta; su objetivo principal es crear un impacto directo sobre el cliente para que compre un producto, con el consecuente incremento en las ventas.
4. Ninguna de las anteriores es correcta.

5.- ¿Qué medios se utilizan para la publicidad de productos o servicios?

1. Solo periódico y radio.
2. Periódico, radio, volantes, perifoneo, redes sociales, entre otros.
3. Solo periódico y redes sociales.
4. Ninguna de las anteriores es correcta.

6.- ¿Qué se puede realizar en la promoción de ventas?

1. Muestras gratuitas, regalos en la compra del producto, ofertas de introducción, patrocinio y/o participación en actividades sociales, educativas, culturales o deportivas de la comunidad, etcétera.
2. Solo muestras gratuitas o regalos en la compra del producto.
3. Solo muestras gratuitas u ofertas en compra del producto.
4. Ninguna de las anteriores es correcta

7.- ¿Qué es una etiqueta?

1. Formas impresas que lleva el producto para dar información al cliente acerca de su uso o preparación.
2. Es solo una forma impresas que llevan todos los producto para dar a conocer el nombre.
3. Formas impresas que lleva el producto dar a conocer si es oferta.
4. Ninguna de las anteriores es correcta.

8.- ¿Qué función tiene un empaque?

1. Solode proteger el producto.
2. El empaque debe ayudar a vender el producto, en particular el que es adquirido directamente por el consumidor final.
3. Solo para poder envalar los productos.
4. Ninguna de las anteriores es correcta.

9.- El precio de un producto es una variable relacionada ¿con qué elementos?

1. Solo con la publicidad.
2. Solo el tipo de producto.
3. Plaza, publicidad y producto
4. Ninguna de las anteriores es correcta.

10.- ¿Qué se conoce como producción?

1. Transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores
2. Solo la transformación de los insumos mediante procesos químicos.
3. Solo a la transformación de los insumos mediante procesos físicos.
4. Ninguna de las anteriores es correcta.

**REACTIVOS DE RESPUESTA CORTA: 5 ptos.**

Anote la palabra (s) que faltan el la linea.

11.- Tanto Hebert como Link (1989) y Hatten (1997) lo definen al emprendedor como el especialista en ***\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*** de la localización y el uso de bienes, recursos e instituciones; es decir, un “ágil captador y aprovechador de información y recursos” con la facultad para detectar oportunidades de negocios y aprovecharlas.

12.- Morris y Kuratko (2002) dicen que, además de hacer uso óptimo de los recursos disponibles y utilizarlos en combinaciones que maximizan sus resultados factibles, \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ a cualquier proceso o actividad en la que interviene.

13.- Otros autores señalan que el emprendedor es capaz de concentrar su mente en ciertos aspectos del medio que le rodea e ignorar otros, esto le permite aplicar su tiempo y esfuerzo en la búsqueda y ***\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_***. Agregan que es un alquimista peculiar que toma un sueño propio y lo transforma en algo espléndido y real, por lo cual tiene “dinamismo creativo”. Harper (1991) lo identifica como una persona capaz de revelar oportunidades y poseedor de las habilidades necesarias para elaborar y desarrollar un nuevo concepto de negocio; esto es, tiene la virtud de detectar y manejar problemas y oportunidades mediante el aprovechamiento de sus capacidades y de los recursos a su alcance, gracias a su autoconfianza. Joseph Schumpeter

14.- El emprendedor es consciente de la importancia de la planificación pero también cuenta con el conocimiento, ***\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_***, y sentido común necesario para tomar buenas decisiones.

15.- El Emprendedor tiene la habilidad y capacidad para ***\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_***. Se lidera a si mismo y a las demás, generando mística e identificación con el trabajo, se capacita, planifica, prevé posibles riesgos y diseña estrategias de emergencia

**PREGUNTAS ABIERTAS: 10 ptos.**

16.- ¿Cuáles son las caracteristicas de un modelo de negocios?

17.- ¿Cómo se pueden mantener los costos lo mas bajo posibles?

18.- ¿Qué deben de hacer las empresas diferente al resto de sus competidores?

19.- ¿Qué significa segmentar el mercado?

20.- ¿Qué significa estructura de la cadena de valor?

21.- A que nos referimos con generación de ingresos y ganacias

22.- Resume naturaleza del proyecto

23.- Resume justificación de la empresa

24.- Resume propuesta de valor y nombre de la empresa.

25.- Resume descripción de la empresa