

Nombre del alumno (a)

Indra Gpe. Novelo Silva

Sello de autorización

Profesor	DRA. LUZ ELENA CERVANTES MONROY	Parcial	Examen Unico
Carrera	LICENCIATUR EN PSICOLOGIA 9° cuatrimestre	Fecha	21062025
Materia	TALLER DEL EMPRENDEDOR	Nomenclatura del Grupo LPS19SSC1022-A	
Total de Preguntas:			Calificación :

INSTRUCCIONES:

Responde con letra clara y precisa los siguientes reactivos:

I) REACTIVOS DE OPCIÓN MÚLTIPLE

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

10 pts.

1.- ¿De qué se encarga el marketing?

- a. 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
- b. El marketing se encarga solo del proceso de planear.
- c. El marketing se encarga solo del proceso de ventas.
- d. Ninguna de las anteriores es correcta.

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

- a. Los objetivos del área de marketing son solo definir lo que se desea lograr con el producto en términos de ventas.
- b. 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.
- c. Los objetivos del área de marketing son solo definir lo que se desea lograr con el producto en términos de producción
- d. Ninguna de las anteriores es correcta.

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

- a. Para recopilar solo datos en relación con el mercado
- b. Para registrar solo datos en relación con el mercado
- c. Para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos.
- d. Ninguna de las anteriores es correcta.

4.- ¿Qué se requiere para hacer publicidad?

- a. Hacer publicidad es una serie de actividades necesarias para hacer llegar solo un mensaje.
- b. Hacer publicidad es una serie de actividades necesarias para solo tener impacto en el mercado.
- c. 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.
- d. Ninguna de las anteriores es correcta.

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

- a. Solo periódico y radio.
- b. Periódico, radio, volantes, perifoneo, redes sociales, entre otros.

- c. Solo periódico y redes sociales.
 d. Ninguna de las anteriores es correcta.
- 6.- ¿Qué se puede realizar en la promoción de ventas?
- a. 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.
 b. Solo muestras gratuitas o regalos en la compra del producto.
 c. Solo muestras gratuitas u ofertas en compra del producto.
 d. Ninguna de las anteriores es correcta
- 7.- ¿Qué es una etiqueta?
- a. Formas impresas que lleva el producto para dar información al cliente acerca de su uso o preparación.
 b. Es solo una forma impresas que llevan todos los producto para dar a conocer el nombre.
 c. Formas impresas que lleva el producto dar a conocer si es oferta.
 d. Ninguna de las anteriores es correcta.
- 8.- ¿Qué función tiene un empaque?
- a. Solo de proteger el producto.
 b. El empaque debe ayudar a vender el producto, en particular el que es adquirido directamente por el consumidor final.
 c. Solo para poder embalar los productos.
 d. Ninguna de las anteriores es correcta.
- 9.- El precio de un producto es una variable relacionada ¿con qué elementos?
- a. Solo con la publicidad.
 b. Solo el tipo de producto.
 c. Plaza, publicidad y producto
 e. Ninguna de las anteriores es correcta.
- 10.- ¿Qué se conoce como producción?
- a. Transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores
 b. Solo la transformación de los insumos mediante procesos químicos.
 c. Solo a la transformación de los insumos mediante procesos físicos.
 d. Ninguna de las anteriores es correcta.

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

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

11.- Tanto Hebert como Link (1989) y Hatten (1997) lo definen al emprendedor como el especialista en asumir la responsabilidad por las decisiones propias 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, agrega valor 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 materialización de oportunidades.

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, empresarial, y sentido común necesario para tomar buenas decisiones.

15.- El Emprendedor tiene la habilidad y capacidad para innovar y asumir riesgos. 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 pts.

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

R. **Costos bajos, innovación y diferenciación.**

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

R. **Ser el número uno en el área o sector teniendo un buen control, esquema administrativo, modesto, materias primas superiores y tecnología con alto control de calidad.**

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

R. **Tener diferenciación o innovación.**

19.- ¿Qué significa segmentar el mercado?

R. **Identificar al grupo de consumidores a los que va dirigido el producto.**

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

R. **Posición de la compañía y las actividades en la academia de valor y forma de generar valor en la cadena.**

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

R. **A la forma de generar los ingresos, el costo de la estrategia y los márgenes de ganancia.**

22.- Resume naturaleza del proyecto

R. **Antes de iniciar cualquier negocio, es necesario definir la esencia del mismo, es decir, cuáles son los objetivos de crearlo, cuál es la misión que persigue y por qué se considera justificable desarrollarlo. A partir de la definición de la naturaleza del proyecto, el emprendedor establece y define qué es su negocio.**

23.- Resume justificación de la empresa.

R. **Una vez que ha seleccionado una idea, debe justificar la importancia de la misma, especificar la necesidad o carencia que satisface, o bien el problema concreto que resuelve.**

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

R. **La propuesta de valor, es aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento, la idea que diferenciará un producto de elementos similares a los de la competencia; dentro de su contenido especifica los aspectos que motivarán al consumidor a preferirlo, puede ser su precio,**

calidad, servicio posventa, utilidad, y cualquier otro atributo al que el cliente potencial le otorgue valor.

El nombre de la empresa es su carta de presentación, es el reflejo de su imagen, su sello distintivo y, por ende, debe reunir una serie de características específicas. El nombre de la empresa debe ser, entre otras cosas: descriptivo, original, atractivo, claro y simple, significativo y agradable.

25.- Resume descripción de la empresa.

R. **El giro de una empresa es su objeto u ocupación principal. En México existen tres giros en los que toda empresa se puede clasificar, de acuerdo con la Secretaría de Economía (SE).**

Comercial. Se dedica a la compraventa de un producto determinado.

Industrial. Cualquier empresa de producción (manufacturera o de transformación) que ofrezca un producto final o intermedio (a otras empresas) se ubica en este giro.

Servicios. Las empresas que ofrecen un producto intangible al consumidor se clasifican en este giro.