



Nombre de alumnos: JERRY ORTIZ DIAZ.

Nombre del profesor: MAGNER JOEL HERRERA

Nombre del trabajo: ACTIVIDAD 1 (Cuestionario)

Materia: TALLER DEL EMPRENDEDOR

Grado: 9 CUATRIMESTRE.

Grupo: (A)

PASIÓN POR EDUCAR

Frontera Comalapa, Chiapas a 23 de mayo del año 2023.

ACTIVIDAD 1. CUESTIONARIO

1. Que son la oferta y demanda?

La oferta es la cantidad de producto que los venderemos están dispuestos a ofrecer a un determinado precio.

La demanda es la cantidad de producto que los compradores están dispuestos a adquirir a un determinado precio.

2. Que es el mercado potencial?

Es el limite al cual se aproxima la demanda del mercado considerando que los gastos de marketing de un sector tienden a ser infinitos, dado un entorno determinado.

3. Como se calcula la cuota de mercado?

Dividir la cantidad de ventas del producto por la cantidad total de ventas del producto y multiplicar el resultado por 100.

4. Que agentes intervienen en el mercado?

Familia, empresa y estado.

5. Que debemos conocer de nuestros clientes?

Nos interesa conocer el comportamiento de los consumidores, los factores que influyen en ellas y el proceso que siguen para realizar su compra y decidirse por un producto u otro.

6. Que se entiende por competencia?

Es la concurrencia en el mismo mercado de distintos oferentes de bienes o servicios.

7. Qué aspectos de las fuentes de datos hemos de tener en cuenta para determinar su valor?

- Grado de fiabilidad
- Origen de las fuentes
- Grado de obsolescencia
- Valides contrastada

8. En qué se diferencian las fuentes de información primaria de la secundaria?

En la fuente de información primaria se realiza una encuesta a los habitantes de una zona para conocer sus preferencias respecto de un determinado producto/marca.

10. Define Marketing estratégico y Marketing mix.

El marketing estratégico trata de conocer las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes, localizar nuevos nichos de mercado, identificar segmentos de mercado potencial, valorar el potencial e interés de esos mercados, orientar a la empresa en busca de esas oportunidades y diseñar un plan de actuación

Y el marketing mix utiliza la combinación o mezcla (mix) de cuatro de las variables del marketing para alcanzar las metas fijadas. Estas variables son, (producto, precio, distribución y promoción).

11. Cuáles son los niveles del producto?

- Producto básico
- Producto formal
- Producto ampliado

12. Como pueden ser los productos en función de su finalidad?

- De consumo: que compran las son los que compran los consumidores particulares para su uso personal, por ejemplo, la fruta.
- Industriales: Son las empresas para sus actividades productivas o comerciales, por ejemplo, los tableros de madera que adquiere una empresa que se dedica a la fabricación de muebles.

13. Culés son los diferentes métodos de fijación de precios?

- Basado en los costes
- Basado en el comprador
- Basado en la competencia

14. Explica las ventajas e inconvenientes de los medios de comunicación?

La ventaja sería usar los medios tecnológicos para dar a conocer un producto a detalle y los inconvenientes sería que impiden la independencia de las herramientas.

15. Que tipos de fuentes de información conoces?

- Libros
- Documentales XML
- Páginas web
- Redes sociales

16.Cuál es el objetivo del marketing estratégico?

Su objetivo es analizar el mercado con el objetivo de detectar oportunidades para que los negocios puedan crecer de forma rentable.