

**Nombre del alumno:**

**Karla Susana Almaraz Santiz.**

**Nombre del profesor:**

**Aldo Irecta Nájera**

**Nombre del trabajo:**

**Súper Nota.**

**Materia:**

**Mercadotecnia.**

**Bibliografía:**

**LC-LAN503.**

**Fecha: 09/03/2025.**

1.- Es importante identificar las modificaciones más recientes con los que el análisis adquirido mayor profundidad:

R= Mercadologica

2. ¿Qué se refiere a la calidad en la atención de los clientes?

R= Proceso

3. ¿Qué es importante para prevenir escenarios no favorables en el marketing de servicios?

R= Prueba

4. ¿Qué es fundamental para informar y persuadir al posible cliente?

R= Comunicación

5. ¿Qué debe ser congruente con la calidad del servicio prestado?

R= Costo

6. ¿Qué es importante conocer para asignar le costo justo de un servicio?

R= Posibilidades

7. ¿Qué debe reflejar la comunicación del servio?

R= Características

8. ¿Qué es fundamental para satisfacer las necesidades de los clientes?

R= Calidad

9. ¿Qué es el objeto final de la mezcla de mercadotecnia?

R= Satisfacción

10. Permite tanto cómo a la empresa cómo a sus clientes ser testigos de la calidad:

R= Prueba física

11. La principal característica de los servicios es que son:

R= Intangibles

12. El \_\_\_\_\_ es complejo y dinámico

R= Mercado

13. Es la base para lograr una imagen positiva de la empresa en el mercado:

R= Congruencia

14. Es una característica de la compra de un producto en donde al cliente le conviene adquirir un producto ya que se le facilita su compra:

R= Conveniencia

15. Se considera como persona que teniendo una necesidad o deseo puede satisfacerlo adquiriendo un producto o servicio:

R= El cliente

16. ¿Qué significa la P de People en la mezcla de mercado

R= Personas

17. ¿Qué tipo de producto requiere un nuevo modelo de marketing?

R= Software

18. ¿Qué debe caracterizar a la comunicación de un servicio?

R= Realidad

19. ¿Qué puede variar en la calidad de un servicio según el proveedor?

R= Comodidad