

**¡IMPORTANTE PARA EL ALUMNADO!**

**EN LOS ENVÍO DE LAS ACTIVIDADES QUE REALICES COPIA Y PEGA SIEMPRE PRIMERO LA PARTE IDENTIFICATIVA QUE SE ENVÍA , JUSTO ANTES DE RELATAR LA TAREA**

*Por ejemplo en la UNIDAD TEMÁTICA 3 sería:*

**EMPRESA E INICIATIVA EMPRENDEDORA**

*ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE*

PROFESORA: -Mª JOSÉ NAVARRO

UNIDAD 3 **MARKETING.** **Consta de dos bloques**

Bloque **MARKETING I:**

***Se recomienda su lectura y comprensión***

Bloque **MARKETING II:**

***Se recomienda su lectura y comprensión.***

HAY QUE HACER LAS ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE PROPUESTAS

FECHA TOPE DE PRESENTACIÓN 18/11/2018. **NO SE ENVIARÁN al correo electrónico**

**Nombre y apellidos………………………………………………………………….Envío …………**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**EMPRESA E INICIATIVA EMPRENDEDORA**

*ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE*

PROFESORA: Araceli Mañanes

UNIDAD 3 **MARKETING**

Bloque **MARKETING I:**

***Se recomienda su lectura y comprensión***

Bloque **MARKETING II:**

***Se recomienda su lectura y comprensión.***

HAY QUE HACER LAS ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE PROPUESTAS:

**Video de marketing.** Tarea: VISIONADO, ASIMILACIÓN Y CONTESTACIÓN

**Cuestionario de la materia “cuestiones tipo examen”.** Cuestiones Verdadero o Falso, elegir opción y preguntas cortas.

FECHA TOPE DE PRESENTACIÓN 18/11/2018. **NO SE ENVIARÁN al correo electrónico**

**Nombre y apellidos………………………………………………………………….Envío número …………**

**A) TAREA AUDIOVISUAL - Video de marketing. Enlace y cuestiones en el recurso entrega de actividad**

**B) CUESTIONES VERDADERAS (V) o FALSAS . Contesta a la izquierda de la frase**

**Este tipo de cuestiones os dará una idea de lo que es más importante de esta UT 3 para el examen**

1…….. Un monopolio es un tipo de mercado en el que aparecen muchos compradores y muchos vendedores **. (Tipos de mercados)**

2……..Un Plan de marketing es un documento en el que se refleja todo lo relacionado con la función de marketing de la empresa: análisis, planificación y ejecución **(¿? Plan de marketing**)

3……..Se considera una ventaja competitiva de una empresa de restauración respecto a la de sus competidoras , ofrecer un menú de la misma calidad a un precio inferior**.(Saber que son ventajas competitivas)**

4……..El método Delphi para obtener información en un campo determinado, consiste en obtener información de cualquier individuo ya sea un consumidor, un experto en la materia o un grupo de empresarias de cualquier sector **(¿En qué consiste el método Delphi?)**

5……..La marca de un producto (ya sea un bien o un servicio) solo puede ser un nombre, no se considera marca el logotipo, el diseño etc… **(¿Qué es la marca?)**

6……..El precio es el valor y no solo monetario que asigna un comprador a un producto

7……..Tanto la Publicidad como las Relaciones Públicas de las que se sirve una empresa, para darse a conocer, tienen el mismo objetivo inmediato incrementar las ventas **(Publicidad y Relaciones Públicas).**

8……..Actualmente inmersos en el marketing 3.0, voces autorizadas, consideran que hay una 5ª P (recuerda las 4 Ps del marketing) “People” la gente.

**C) CUESTIONES DE ELECCIÓN DE OPCIÓN U OPCIONES (puede haber varias, ¡incluso todas!)**

**Este tipo de cuestiones os dará una idea de lo que es más importante de esta UT 3 para el examen**

1........Si realizamos un DAFO comercial a una Agencia de Viajes, analizaremos:

a) debilidades de la empresa b) ayudas o subvenciones recibidas c)sus Beneficios

2……..Identifica criterios de segmentación del mercado, es decir que grupo de consumidores le interesa a la empresa según:

a)el sexo b)los ingresos c)los estudios d)todas opciones son correctas

3-……..Selecciona tipos de estrategias de actuación de la Agencia de Viajes, estas estrategias hacen referencia a la forma de publicitarse por ejemplo:

a)diferenciada b)comunicada c)intersectada d)indiferenciada

4………Identifica herramientas del marketing mix el de las “ 4 Ps”

a)el precio b) el producto c)ninguna de las dos anteriores

5……..Selecciona fases del ciclo de vida de un producto

a)nacimiento b)bautizo c)confirmación d)madurez e)declive

6……..Hay muchas estrategias de precios, pero cuando el producto es nuevo, es decir, entra en el mercado, normalmente se utilizan dos:

a)penetración b)SPB c)cremación d)descremación e)psicológicos

7……..Identifica formas de marketing directo: la comunicación uno a uno

a)el *mailing b)*catálogo electrónico c)los SMS, mensajes por teléfono móvil

8……..El marketing cuya estrategia de transmisión de su mensaje entre individuos lo es de manera exponencial, es conocido como:

a)marketing mix b)marketing *Premium* c)marketing viral d)marketing *freemium*

**D) CUESTIONES DE RESPUESTA CORTA o MUY CORTA EN EL EXAMEN (pero recomendable contestar un poco más generosamente para la entrega de actividades ¡Así más cosas claras relacionadas con las cuatro preguntas).**

1ª Tipos de mercado según la Teoría microeconómica

2ª ¿Qué es realizar un análisis DAFO de una empresa?

3º Fases del ciclo de vida de un producto, relacionando las ventas y los beneficios

4ª ¿Cómo llegamos al concepto “PROSUMER”?