

Guía de Estudio

Mercadotecnia

La presente guía lista una serie de preguntas que te pueden ayudar a preparar tu examen, sin embargo, es importante que leas y estudies el contenido de los apuntes que recopilaste a lo largo del curso.

Recuerda que **el examen es totalmente de aplicación** por lo que se presentarán casos prácticos con el objetivo de que utilices el conocimiento adquirido a lo largo de cada asignatura, por ello, tu estudio debe ser de comprensión más que de memorización.

1. ¿Cuál es la principal diferencia entre Mercadotecnia y Comercialización?
2. ¿Cuál es la definición de Mercado y qué elementos lo conforman?
3. En qué consiste la Investigación de mercados y el Sistema de investigación de mercados.
4. ¿Cuáles son los pasos para realizar una investigación de mercados?
5. ¿Qué elementos conforman los antecedentes de una investigación de mercados?
6. ¿Qué datos se requieren para obtener el tamaño de la muestra?
7. ¿En qué consiste una hipótesis de investigación?
8. Los resultados de la investigación de mercado sólo ¿se aprueban?
9. ¿Cuáles son las secciones en que se divide el instrumento “cuestionario”?
10. Con base en los resultados de la encuesta se elabora la base de datos. Menciona en qué consisten los siguientes términos: tabulación, codificación y revisión.
11. ¿Qué es un nicho de mercado?
12. ¿Cuál es la principal diferencia entre producto y servicio?
13. Menciona y argumenta las 4 P's de la Mercadotecnia
14. ¿Cuáles son los NSE que se estudian en nuestro país?
15. Menciona y argumenta, de manera precisa y concisa, cada uno.
16. ¿Cuáles son los NSE que consumen con mayor **frecuencia** prendas de vestir en nuestro país y por qué?
17. ¿Qué es y en qué consiste la segmentación de mercado?
18. ¿Cuáles son los elementos a considerar para establecer el precio de venta de un producto o servicio?
19. En mercadotecnia ¿qué significa plaza?
20. ¿Cuáles son los canales de abastecimiento?
21. ¿Cuáles son los canales de distribución?
22. Para la industria de la moda nacional ¿cuáles son los principales puntos de venta?
23. ¿Qué elementos deben considerarse para determinar la mejor opción de punto de venta?
24. ¿Cuál es la diferencia entre publicidad y promoción?
25. En ¿qué contribuyen los medios de comunicación a la industria de la moda? Responde de manera precisa y concisa.
26. ¿Cuál es la diferencia entre los medios masivos y medios directos?
27. A ¿qué llamamos impacto para los medios de comunicación?

28. ¿Cuál es el objetivo del plan de medios?
29. ¿Qué elementos deben considerarse para determinar la mejor selección de medios de comunicación en una campaña publicitaria?