



MANUAL DE ACTIVIDADES

Mercadotecnia

Este documento presenta actividades relacionadas con la materia de
Mercadotecnia.

ACTIVIDADES EN CLASE

MERCADOTECNIA

Nombre del alumno: _____

Instrucciones: Completa las actividades según se indique. Algunas actividades podrán ser en equipo (se indicará según el caso).

Activación de conocimientos previos:

Con tus palabras, explica qué es mercadotecnia y su relación con las actividades de las empresas:

1. Completa el siguiente cuadro:

Concepto de mercadotecnia	
Objetivos de la mercadotecnia	

2. Redacta al menos 3 objetivos de mercadotecnia, recuerda utilizar los verbos en infinitivo.

Objetivos de mercadotecnia

3. Explica la diferencia entre deseo y necesidad:

4. Menciona al menos 10 situaciones que las empresas **no pueden controlar**.



5. Explica los elementos que conforman el macro entorno y micro entorno de las empresas. Elabora un esquema explicativo.

8. Visita www.amai.org y consulta las características de los Niveles Socioeconómicos en los que se divide la población en México, y en el esquema anota al menos 4 características de cada nivel (NSE).

¿Cuántos habitantes hay en el país? _____

¿Cuántos habitantes hay en tu ciudad? _____

Consulta fuentes oficiales y con datos actualizados.

A/B

C+

C

C-

D+

D

E

Explica la estrategia de segmentación indiferenciada:

Explica la estrategia de segmentación concentrada:

Explica la estrategia de segmentación diferenciada:

9. Utilizando las variables demográficas y psicográficas, describa el segmento de mercado de los siguientes productos:

Producto	Segmento de mercado
Leche Lala light	
Iphone Xs	
Hoteles Holiday Inn Express	

Variables controlables de Mercadotecnia

8. Completa el siguiente esquema, explicando o definiendo las variables del marketing mix.

Producto

Precio

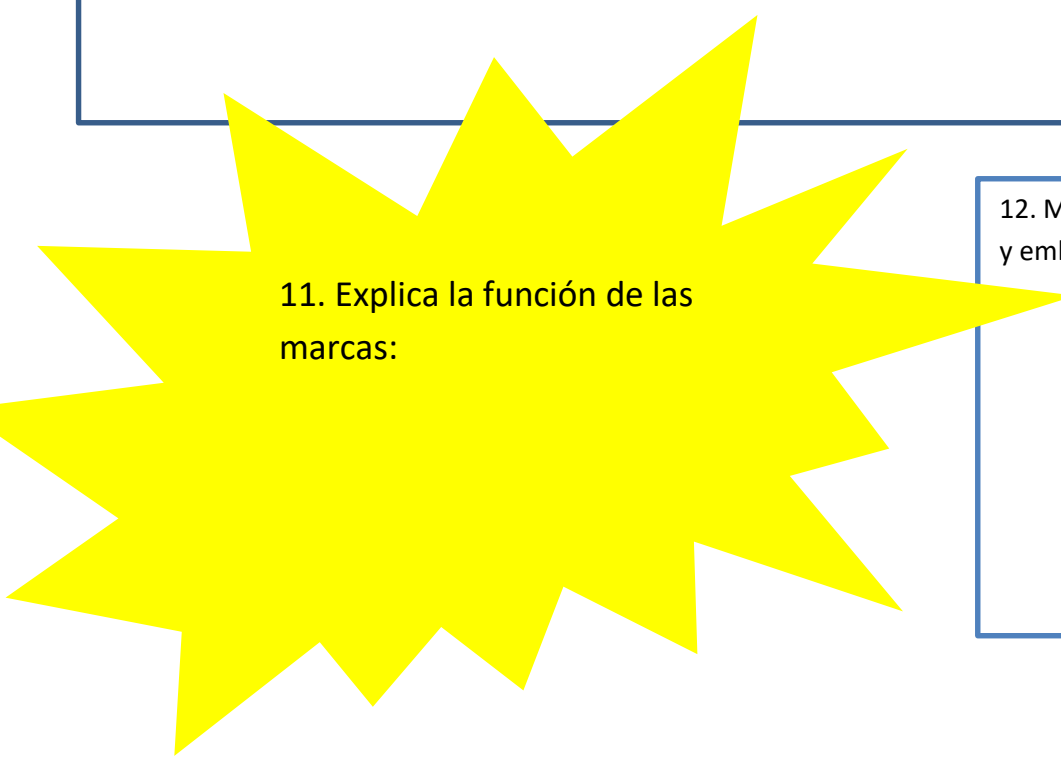
Plaza

Promoción

9. Explica por qué se le llaman **variables controlables** a la mezcla de mercadotecnia:

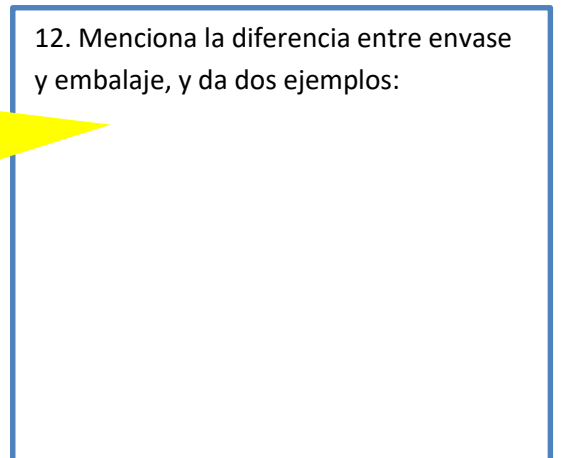


10. Elabora un mapa mental explicando qué son los servicios, sus características y su cómo se clasifican:



11. Explica la función de las marcas:

12. Menciona la diferencia entre envase y embalaje, y da dos ejemplos:



13. Dibuja el Ciclo de Vida del Producto, mencionando sus etapas.



14. Completa el siguiente cuadro:

Etapa del ciclo de vida	Estrategias de producto	Ejemplo
Introducción		
Crecimiento		
Madurez		
Declive		

15. Menciona los aspectos que deben tomar en cuenta para poder definir el precio de un producto:

- ✓ _____
- ✓ _____
- ✓ _____
- ✓ _____

16. Investiga el concepto y da un ejemplo de las siguientes estrategias de fijación de precios:

✓ Fijación de precios de introducción al mercado:

✓ Fijación de precios de prestigio:

✓ Fijación de precios basados en el valor:

✓ Igualación con la competencia:

17. Investiga los diferentes tipos de intermediarios que existen en los canales de distribución. Elabora un mapa conceptual con la información consultada.

18. Investiga las características de los siguientes comercios al detalle y completa la siguiente tabla:

Detallista	Características	Ejemplo
Tienda de conveniencia		
Supermercado		
Tienda departamental		
Tienda de especialidad		
Hipermercado		
Boutique		

19. Explica las siguientes estrategias de distribución y da dos ejemplos de productos que siguen dicha estrategia:

Distribución intensiva:	Distribución selectiva:	Distribución exclusiva:

20. Elabora un mapa mental explicando las herramientas de la variable **promoción** y ejemplificando cada una:

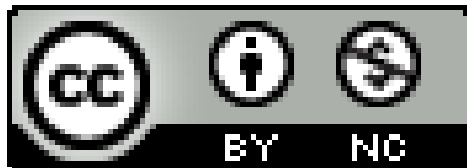
Promoción

Green Marketing

Marketing Relacional

Marketing social

21. Investiga en internet la principal función de los conceptos arriba mencionados y además busca ejemplos de empresas del sector turístico que hayan implementado estrategias de Green Marketing, Marketing Relacional y Marketing social, y con la información elabora un mapa mental.



Manual de actividades para Mercadotecnia by Shirley Rock 2019 is licensed under a [Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).