



ECONOMÍA Y PRINCIPIOS DE MERCADOTECNIA II

ELABORACIÓN 2006-1

CONTENIDO A EVALUAR EN EL EXAMEN	IMPORTANCIA ASIGNADA	RAZONES QUE JUSTIFICAN LA DECISIÓN	OBSERVACIONES
UNIDAD 1. ANTECEDENTES Y CONCEPTOS DE MERCADOTECNIA			
C.1.1 Definición de Mercadotecnia.	Esencial	Contenido fuente , presta tres servicios y no recibe ninguno. Se considera contenido esencial porque representa la base y el cimiento para construir todos los demás conocimientos. Requiere de una especificación para un ítem , La especificación atenderá a la identificación de la definición del concepto de mercadotecnia.	Será censado en todo examen.
C.1.2 Origen y desarrollo de la Mercadotecnia.	Importante	Contenido sintético , únicamente recibe servicios Se considera contenido importante porque permite comprender el desarrollo de la Mercadotecnia desde los tiempos prehispánicos hasta llegar a la actualidad. Requiere de dos especificaciones para dos ítems . Una especificación se enfocará a los antecedentes de la Mercadotecnia en el periodo prehispánico. La otra especificación se enfocará a las tres etapas generales de la evolución mercantil en nuestro país durante la época colonial, la primera de 1521 a 1810, la segunda de 1810 a 1880 y la tercera de 1880 a la fecha.	Insaculado
C.1.3 Importancia de la Mercadotecnia.	Importante	Contenido sintético , únicamente recibe un servicio. Se considera importante porque permite al alumno reflexionar sobre el impacto que tiene la mercadotecnia en el logro de los objetivos de cualquier empresa. Requiere de una especificación para un ítem . La especificación se enfocará a identificar los objetivos de la empresa a cuyo logro la mercadotecnia contribuye.	Insaculado
C.1.4 Actividades de la Mercadotecnia.	Esencial	Contenido fuente , recibe un servicio y da servicio a siete contenidos. Se considera importante porque ayuda a conocer todas las actividades de la Mercadotecnia y tenerlas presentes al momento en que cada una de ellas se aborde con mayor profundidad. Requiere de una especificación para un ítem . La especificación atenderá únicamente a la identificación de las actividades de la Mercadotecnia: investigación de mercados, publicidad y promoción, distribución, precio, producto, administración de ventas y control de inventarios.	Será censado en todo examen



TABLA DE JUSTIFICACIONES PARA EL EXAMEN SEMESTRAL

CONTENIDO A EVALUAR EN EL EXAMEN	IMPORTANCIA ASIGNADA	RAZONES QUE JUSTIFICAN LA DECISIÓN	OBSERVACIONES
C.1.6 Diferencia entre Mercadotecnia y ventas.	Esencial	Contenido sintético , únicamente recibe servicios. Se considera esencial para que el alumno comprenda que las ventas son solo una parte de la función de Mercadotecnia. Requiere de una especificación para un ítem . La especificación se referirá a que distinga los conceptos con base en las premisas en las que descansa cada uno de ellos.	Será censado en todo examen
UNIDAD 2. EL MEDIO AMBIENTE DE LA MERCADOTECNIA			
P.2.1 Identificación de los criterios utilizados en las empresas para la determinación de la mezcla de productos.	Esencial	Contenido sintético , recibe un servicio. Se considera esencial para que el alumno comprenda el porqué de las características de los diversos productos y como estos responden a las necesidades de un segmento de mercado específico. Requiere de una especificación para un ítem . Esta especificación se enfocará únicamente a los criterios para determinar las características de un producto que responda a las necesidades de un segmento de mercado.	Será censado en todo examen
P.2.2 Identificación de las características de cada uno de los diferentes tipos de mercado.	Esencial	Contenido sintético , recibe dos servicios. Se considera esencial porque permite al alumno comprender que a pesar de que cualquier mercado tiene elementos comunes cada uno de ellos posee características diferentes según sus necesidades. Requiere de dos especificaciones para dos ítems . Una especificación atenderá a las características de los tipos de mercados en función de los productos y servicios que manejan y el área geográfica que abarcan.(Ejemplos: Mercado de autos nuevos de la zona noroeste) La otra especificación se enfocará a la características de los tipos de mercado atendiendo a su tipo (Mercado del consumidor, del productor, del revendedor y del gobierno).	Será censado en todo examen.
P.2.3 Identificación de los diferentes motivos que impulsan al consumidor a la compra.	Esencial	Contenido sintético , recibe tres servicios. Se considera esencial porque permite identificar y comprender las razones por las cuales las personas compran determinados productos y porque es fundamental para el desarrollo de estrategias de producto, promoción y servicio. Requiere de dos especificaciones para dos ítems . Una especificación se enfocará a los diferentes motivos por los que el consumidor compra. La otra especificación se enfocará al proceso de compra por el que tiene que pasar un consumidor para adquirir algo,	Será censado en todo examen



TABLA DE JUSTIFICACIONES PARA EL EXAMEN SEMESTRAL

CONTENIDO A EVALUAR EN EL EXAMEN	IMPORTANCIA ASIGNADA	RAZONES QUE JUSTIFICAN LA DECISIÓN	OBSERVACIONES
C.2.1 El medio ambiente de la mercadotecnia: Micro y Macro.	Importante	<p>Contenido sintético, recibe un servicio. Se considera importante porque permite al alumno comprender el impacto que los factores internos y externos tienen en las decisiones de mercadotecnia y en su actuar como consumidor.</p> <p>Requiere de tres especificaciones para tres ítems.</p> <p>La primera especificación se enfocará a los factores internos (proveedores, intermediarios, producto, promoción, etc.)</p> <p>La segunda se enfocará a los factores externos (tecnología, sistema político, leyes, etc.).</p> <p>La tercera se referirá a la responsabilidad social que tiene la empresa o los encargados de la Mercadotecnia.</p>	Insaculado
C.2.2 El mercado.	Esencial	<p>Contenido fuente, proporciona tres servicios.</p> <p>Se considera esencial porque permite comprender al alumno que un mercado no es solo un lugar físico, sino un concepto más abstracto en el que confluyen oferentes y demandantes de los que el forma parte. También es importante como conocimiento básico que le permitirá comprender temas posteriores.</p> <p>Requiere de una especificación para un ítem.</p> <p>La especificación se enfocará a la identificación de los elementos de la definición.</p>	Será censado en todo examen
C.2.3 Tipos de mercado.	Importante	<p>Contenido fuente, recibe un servicio y da dos. Se considera importante porque le permite al alumno diferenciar las diferentes necesidades que se presentan en cada tipo de mercado. A la vez que le sirve como base para conocimientos posteriores.</p> <p>Requiere de una especificación para un ítem.</p> <p>La especificación se referirá a la identificación de todos los tipos de mercado.(Mercado del consumidor, mercado del productor, mercado del revendedor, y mercado del gobierno).</p>	Insaculado
C.2.4 Segmentación de mercado.	Importante	<p>Contenido rama, recibe un servicio y proporciona a su vez un servicio. Se considera importante porque permite comprender la necesidad de dividir el mercado en segmentos para proporcionar un producto, o servicio más especializado. Constituye la base para identificar los criterios en los que se basan las empresas para lograr lo anterior.</p> <p>Requiere de dos especificaciones para dos ítems.</p> <p>Una especificación se referirá únicamente al concepto de segmentación de mercado.</p> <p>La otra especificación se referirá a la identificación de las bases para segmentar un mercado.</p>	Insaculado



TABLA DE JUSTIFICACIONES PARA EL EXAMEN SEMESTRAL

CONTENIDO A EVALUAR EN EL EXAMEN	IMPORTANCIA ASIGNADA	RAZONES QUE JUSTIFICAN LA DECISIÓN	OBSERVACIONES
C.2.5.2 Proceso de compra.	Esencial	Contenido fuente , da un servicio .Se considera esencial porque ayuda a la comprensión y reflexión acerca de las etapas por las que el consumidor tiene que pasar para adquirir algo. Requiere de dos especificaciones para dos ítems . La primera se referirá únicamente a la etapa denominada sentimiento posterior a la compra . La segunda se enfocará a identificar el papel que desempeña cada uno de los participantes en el sistema de compra.	Será censado en todo examen
C.2.5.3 Modelos de comportamiento del consumidor.	Esencial	Contenido fuente , recibe un servicio y da dos. Se considera importante porque concretiza lo visto acerca del comportamiento del consumidor y ayuda a identificar los motivos que impulsan al consumidor a la compra Requiere de una especificación para un ítem . La especificación se referirá a la identificación del modelo correspondiente a partir de una breve descripción de uno de los cuatro. Modelo de Veblen, Pavlov, Marshall y Freud.)	Será censado en todo examen
UNIDAD 3. LA MEZCLA DE LA MERCADOTECNIA			
P.3.1 Representación gráfica del ciclo de la vida de un producto en el mercado.	Esencial	Contenido sintético , recibe dos servicios. Se considera esencial porque permite apreciar por medio de un ejemplo real la comprensión del comportamiento de un producto en el mercado a través de una representación gráfica. Requiere de una especificación para un ítem . La especificación se referirá a la identificación de la gráfica del ciclo de vida correspondiente a un producto de uso común en el mercado.	Será censado en todo examen
P.3.2 Determinación del precio de venta de un producto, de acuerdo en los diferentes métodos.	Esencial	Contenido sintético , recibe cuatro servicios .Se considera importante porque resume lo visto en los contenidos de los que recibe servicio y porque esta actividad es una de las más importantes de la función mercadológica. Requiere una especificación para un ítem . La especificación se enfocará a la identificación del precio para un producto a partir de datos proporcionados en la redacción de la pregunta y utilizando el método del punto de equilibrio.	Será censado en todo examen
C.3.1.1 Definición.	Esencial	Contenido fuente , recibe un servicio y da dos servicios. Es esencial porque permite comprender las características de cualquier producto Requiere de una especificación para un ítem . La especificación se referirá únicamente a la definición de producto.	Será censado en todo examen



TABLA DE JUSTIFICACIONES PARA EL EXAMEN SEMESTRAL

CONTENIDO A EVALUAR EN EL EXAMEN	IMPORTANCIA ASIGNADA	RAZONES QUE JUSTIFICAN LA DECISIÓN	OBSERVACIONES
C.3.1.3 Ciclo de vida.	Esencial	Contenido fuente , da un servicio. Es esencial ya que sirve de base para la representación gráfica del ciclo de vida de cualquier producto. Requiere de una especificación para un ítem . La especificación se enfocará a la identificación de las etapas del ciclo de vida de un producto.	Será censado en todo examen
C.3.1.4 Líneas.	Importante	Contenido fuente , da dos servicios. Es importante porque permite identificar los diferentes grupos de productos que están estrechamente relacionados. Requiere de una especificación para un ítem . La especificación se enfocará únicamente a la identificación de la línea de productos.	Insaculado
C.3.1.5 Clasificación.	Importante	Contenido sintético , recibe dos servicios. Es importante porque permite conocer los diferentes subgrupos de productos existentes en el mercado. Requiere de una especificación para un ítem . La especificación se referirá a la clasificación de los productos de consumo únicamente.	Insaculado
C.3.2.3 Políticas.	Importante	Contenido fuente , da un servicio. Es importante porque permite fijar políticas para determinar el precio de un producto. Requiere una especificación para un ítem . En esta especificación se enfocará únicamente a política de precios por área geográfica.	Insaculado
C.3.2.4 Fijación.	Esencial	Contenido fuente , da un servicio. Es importante porque permite mantener una economía sana. Requiere de una especificación para un ítem . Esta especificación se enfocará en uno de los tres factores que intervienen en la fijación de precios.(Costo, oferta y demanda y la competencia).	Será censado en todo examen
C.3.3.2 Importancia.	Importante	Contenido sintético , recibe un servicio. Es importante porque el alumno comprenderá la importancia que tiene para la empresa la disminución de costos basada en una buena planeación de un medio efectivo de distribución. Requiere de una especificación para un ítem . La especificación se enfocará a la distribución física del producto.	Insaculado
C.3.3.3 Canales de distribución	Esencial	Contenido rama , recibe un servicio y da uno. Es importante porque una selección adecuada permite reducir costos y ofrecer mejor precio al consumidor. Además la comprensión del contenido es la base para una adecuada selección de intermediarios. Requiere una especificación para un ítem . La especificación se enfocará a las funciones de los canales de distribución.	Será censado en todo examen



TABLA DE JUSTIFICACIONES PARA EL EXAMEN SEMESTRAL

CONTENIDO A EVALUAR EN EL EXAMEN	IMPORTANCIA ASIGNADA	RAZONES QUE JUSTIFICAN LA DECISIÓN	OBSERVACIONES
C.3.4.1 Definición.	Esencial	Contenido fuerza , recibe un servicio y da dos. Es importante para el alumno porque es una de las actividades de la Mercadotecnia que más se utiliza y que tiene un efecto directo en el aumento de las ventas. Requiere dos especificaciones para dos ítems . Una especificación que se enfoque a la definición de publicidad. La otra especificación se enfocará a la definición de promoción.	Será censado en todo examen
C.3.4.3 Medios.	Esencial	Contenido fuerza , da un servicio y es esencial porque permite contar con las bases para hacer una buena elección del medio más adecuado al tipo de mercado seleccionado. Requiere de dos especificaciones para dos ítems . Una especificación que se referirá a las ventajas y desventajas de cada uno de los medios publicitarios. La otra se enfocará a la selección del medio publicitario mas adecuado con base en información proporcionada sobre características del mercado y naturaleza del producto. (En la redacción de la pregunta se le indica el producto, características de los clientes, área geográfica, etc.)	Será censado en todo examen
C.3.5.1 Definición.	Esencial	Contenido fuerza , brinda un servicio y es esencial que el alumno lo aprenda porque le ayudará a reconocer la importancia que tiene el valor agregado para mantener la lealtad del cliente. Requiere de una especificación para un ítem . La especificación se enfocará a la identificación del concepto de servicio.	Será censado en todo examen
UNIDAD 4. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS			
P.4.2 Realización de una investigación de mercados, aplicando correctamente todos los pasos.	Esencial	Contenido sintético , recibe cinco servicios. Es esencial ya que constituye una de las principales herramientas de la Mercadotecnia, la cual constituye el punto de partida para el desarrollo de estrategias de producto, precio, promoción y distribución. Es una herramienta muy práctica para el alumno. Requiere de tres especificaciones para tres ítems . La primera especificación se enfocará al cálculo del tamaño de la muestra ya sea para universos finitos o infinitos, la cual será identificada de cuatro opciones a partir de datos proporcionados en el ítem. La segunda especificación se enfocará a la identificación de la gráfica de barras o de pastel que corresponda a los datos tabulados de una sola pregunta del cuestionario. Dichos datos deben ser proporcionados en el ítem. La tercera especificación se enfocará a la identificación de la secuencia correcta de los pasos de una investigación de mercados.	Será censado en todo examen



TABLA DE JUSTIFICACIONES PARA EL EXAMEN SEMESTRAL

CONTENIDO A EVALUAR EN EL EXAMEN	IMPORTANCIA ASIGNADA	RAZONES QUE JUSTIFICAN LA DECISIÓN	OBSERVACIONES
C.4.1 Concepto de la investigación de mercados.	Esencial	Contenido rama , recibe dos servicios y da dos. Es esencial conocer y comprender el concepto para poder asimilar los beneficios que se obtienen de llevarla a cabo. Requiere de una especificación para un ítem . La especificación se enfocará a la identificación de la definición.	Será censado en todo examen
C.4.2 Objetivos de la investigación de mercados.	Importante	Contenido fuelle , da dos servicios. Es importante porque el conocer los diferentes objetivos que se pueden alcanzar con la investigación de mercados contribuye a valorar su importancia y utilidad. Requiere de una especificación para un ítem La especificación se enfocará a la identificación de los objetivos básicos de la investigación de mercados.	Insaculado
C.4.3 Importancia de la investigación de mercados.	Esencial	Contenido fuelle , da un servicio. Es esencial ya que comprender este contenido favorece su utilización y uso más continuo en todo tipo de negocios independientemente de su tamaño o giro. Requiere de una especificación para un ítem . La especificación se referirá a identificar la importancia de la investigación de mercados.	Será censado en todo examen
C.4.4 Pasos para la realización de la investigación de mercados.	Importante	Contenido fuelle , da dos servicios. Es importante porque establece la metodología correcta para obtener los mejores resultados de la aplicación de esta técnica. Requiere de una especificación para un ítem . La especificación se enfocará a identificar la descripción de algunos de los pasos de la metodología para la realización de la investigación de mercados.	Insaculado