

Profesor: Víctor Villamayor Ortíz

Fecha de tarea	Lunes 16 de marzo
Grado/Curso	1ro.
Materia	Marketing
E - Mail Prof.	victor.villamayor@cel.edu.py

TEMARIO:

1. Indique (X) la respuesta correcta: (2 ptos.)

- La publicidad de la competencia influye en las empresas con enfoques de Producción.
- Una empresa con enfoque de Producto crea productos según necesidades del cliente.
- Las empresas con enfoque en Ventas tienen una mejor evolución de la demanda.
- Las conductas de los clientes están previstas en empresas con enfoque de Marketing.
- El enfoque de Venta aumenta la cuota de mercado de sus productos/servicios.
- El aumento de productos similares y/o competitivos influye en los enfoques de Venta.
- Una empresa con enfoque en Producción depende de ventas anteriores.
- Los objetivos de ventas son las bases para construir enfoque de Marketing Social.

2. Evalúe los siguientes argumentos y dé EJEMPLO (Empresa y/o producto) (4 ptos.)

2a- La respuesta a un exceso de capacidad producida genera importantes esfuerzos de venta y promoción.

2b- En el futuro se debe considerar los intereses de la sociedad al tomar cualquier tipo de acciones de Mkt..

2c- En Marketing existe el riesgo cuando no existe una necesidad clara y cuando los clientes no saben lo que quieren.

2d- El enfoque de Ventas es válido con productos / servicios NO buscados.

3. El ENTORNO del MARKETING: (9 ptos.)

Escenario: Empresas/Productos activas en Paraguay.

Tiempo: Actualidad (marzo 2020)

Circunstancia: Epidemia COVID-19

Ejercicio: Elección libre de (1) una Empresa/Producto.

Considerar posibles AMENAZAS y/o OPORTUNIDADES (total 12 ejemplos) identificando cada actor y factor del Micro y Macro entorno.

Criterios de evaluación:

- Describe la Empresa/Producto de forma realista. 3 pts.
- Ejemplifica y fundamenta las Amenazas y Oportunidades. 6 pts.