

1,25

GRAU DE CIÈNCIES CULINÀRIES I GASTRONÒMIQUES

ASSIGNATURA: MARKETING I
COMERCIALITZACIÓ

CONVOCATÒRIA: GENER 2019

PROFESSOR/A: ENRIC LOPEZ C.

TORN: MATÍ

MODEL

A

COGNOMS I NOM: [REDACTED]

DNI: [REDACTED]

CURS/GRUP: 26CC6

NORMES PER A LA REALITZACIÓ DE LA PROVA

- 1.- Aquest és l'únic document que es pot tenir sobre la taula. Els fulls no es poden desgrapar.
- 2.- Es pot respondre en l'ordre que es vulgui. No s'accepta cap resposta en llapis.
- 3.- El temps màxim de realització de la prova és de 120 minuts.
- 4.- Aquesta prova s'ha de lliurar en tots els casos.

Criteris de correcció DE LA PROVA

- 1.- La prova consta de 3 preguntes, segons s'indica en cada bloc. Punts totals respecte al global de l'assignatura: 5.
- 2.- Criteris d'avaluació: Argumentació, exemples, aplicació pràctica, relació amb altres continguts i coherència de les respostes.

DESCRIPCIÓ DE LA PROVA

Bloc 1: (obligatòria, 2,5 punts). Criteris d'avaluació: Argumentació, exemples, aplicació pràctica, relació amb altres continguts i coherència de les respostes.

Nivells de Projecte de la Identitat. Concepte d'Identitat i Imatge. Nivells i les seves eines. Implicacions amb el màrqueting operatiu i estratègic.

Bloc 2: (dues de les tres, 1,25 punts cadascuna). Si desenvolpeu més de 2, NO es comptarà cap. Criteris d'avaluació: Argumentació, exemples, aplicació pràctica, relació amb altres continguts i coherència de les respostes.

1. **Branding.** Importància en l'estratègia de màrqueting. Relació amb el posicionament.
2. **Investigació de Mercats.** L'enquesta com a tècnica d'investigació. Objectius. Metodologia. Requisits principals. Escalles i tipus de preguntes. Implicacions per al màrqueting.
3. **Segmentació de Mercats.** Quina importància té aquest procés dins de l'activitat global de l'MK? Quines estratègies podem contemplar a partir de la segmentació?

Niveles de la proyección de la identidad.

Identidad. La identidad es el valor o comportamiento de la empresa, la imagen es lo que queremos mostrar a nuestros compradores.



Imagen

hay que tener muy clara la misión de nuestra empresa (que es lo que hacemos), la visión de nuestra empresa (objetivos de largo o corto plazo) estos conceptos son claves para la identidad de la empresa y la imagen que vamos a dar y también es importante los valores que nuestra empresa transmite.

Las estrategias para mostrar nuestra imagen puede ser mediante revistas, internet, Radio, publicidad en televisión. Elogios en coches o autobuses. Unas de las más importantes son la publicidad en la televisión y el internet que es lo más utilizado. En el marketing operativa determinamos, el plan de comunicación, el precio, P/S, etc. Esto ~~debe~~ implicarse con la proyección de la identidad y que no podemos realizar un marketing operativo sin tener clara nuestra identidad y la imagen que vamos a dar.



CETT

FORMACIÓ: 666

CONVOCATÒRIA: única

ANY: 2019

ASSIGNATURA: Marketing y comercialización

PROFESSOR/A: Enric Lopez C.

COGNOMS I NOM: [REDACTED]

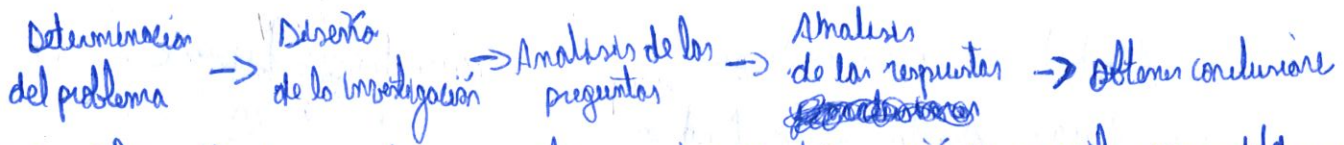
DN: [REDACTED]

El Branding es importante en la estrategia de marketing, es hacer o continuar tu marca, llevando a cabo una serie de parámetros que hay que tener en cuenta, se tiene que tener en cuenta: la objetividad, el posicionamiento (lugar donde se sitúa nuestra empresa, opiniones de posibles o existentes clientes, ya sea mediante encuesta online ^(internet) como offline (entrevistas...)) la marca o logo tiene que identificarse con la empresa, tiene que transmitir hacia los consumidores y que la marca cuando lo vean se quede grabada, hay que tener en cuenta el diseño hay entre tipografía, colores, etc. un ejemplo es netflix, una compañía que nos da servicios como ver muchas variedades de series, películas y documentales netflix es caracterizado por su logo y con una tipografía muy simple con colores sencillos. tiene mucha relación con el posicionamiento ya que el posicionamiento es donde se sitúa la empresa? para que consumidores vendemos? cuales son nuestros competidores?

Si no hay un posicionamiento, no podrás hacer un buen branding, por ejemplo si yo ~~quiero~~ tengo una empresa que se dedica a vender juguetes, tengo que saber que esos juguetes va destinada para ciertos personas (niños) con líneas características determinadas, con esos sabremos como construir mi marca o logo que sea mas llamativa, mas colorada, que si es posible poner algun dibujo, para llamar la atención a ese tipo de clientes.

DOT

2. La investigación de mercados es importante en el plan de Marketing para determinar nuestros objetivos, dentro de la investigación de mercados debemos tener en cuenta una serie de parámetros como:



La investigación de mercados es analizar y buscar información en concreto para determinar empresas, con el objetivo de Reducir Riesgo en la toma de decisiones. Un error en la serie de parámetros puede que tu empresa tome decisiones equivocadas.

La IM tiene que ser precisa, detallada. ~~en el diseño de la investigación tendremos~~ ~~temas de información~~ en la ~~determinación~~ determinación del problema tendremos técnicas de información para obtener nuestros objetivos. Pueden ser técnicas cuantitativas (determinación de la calidad de personas o puede ser técnicas cualitativas (determinación de datos) se pueden realizar del método online (encuestas, paneles, etc.) o del método offline (entrevistas en profundidad, entrevistas en grupo, "focus group"...) también ~~pueden ser~~ las técnicas de información puede ser detallado o concreto dependiendo de que ~~temas~~ técnicas de información usamos, por ejemplo si tengo claro que voy hacer una técnica cualitativa dando yo voy a realizar una encuesta en esta encuesta habra que tener en cuenta una serie de parámetros para obtener una buena matriz de la encuesta, habra que preguntar clara preciso, no ser repetitivo no preguntar preguntas incomoda... → habra que hacer una codificación para las preguntas y respuestas para obtener una buena matriz. Ex:

P1 ¿Estás satisfecho con la clase de marketing?

- preguntas cerradas
- 1. Satisfecho - 1
- 2. Insatisfecho - 2

P2 Es adecuado el contenido?

- 1. Sí - 1
- 2. No - 2

P3 ¿Qué cambiarías de la clase de MK?

- 1. metodología - 1
- 2. memorización - 2
- 3. otros - 3

- Sexo
- 1. hombre - 1
 - 2. mujer - 2

Matriz

NE	Edad	Sexo	P1	P2	P3
1	19	2	2	2	3
2	20	2	1	1	2
3	22	1	1	1	1

Mediante estas encuestas podremos obtener la información deseada, pero ponerlo en practica y tener la posibilidad de Reducir Riesgo.

1/0/0/4/1/1

9,75