

GRADO DE CIENCIAS CULINARIAS Y GASTRONÓMICAS

ASIGNATURA: MARKETING y
COMERCIALIZACIÓN

CONVOCATORIA: ENERO 2019

PROFESOR/A: ENRIC LOPEZ C.

TURNO: MAÑANA

MODELO B

APELLIDOS Y NOMBRE: ~~XXXXXXXXXX~~DNI: ~~XXXXXXXXXX~~

CURSO/GRUPO: 2º

NORMAS PARA LA REALIZACIÓN DE LA PRUEBA

- 2.- Se puede responder en el orden que se desee. No se acepta ninguna respuesta en lápiz.
- 3.- El tiempo máximo de realización de la prueba es de 120 minutos.
- 4.- Esta prueba se ha de entregar en todos los casos.

Criterios de corrección DE LA PRUEBA

- 1.- La prueba consta de 3 preguntas. Puntos totales respecto al global de la asignatura: 5.
- 2.- Criterios de evaluación: Argumentación, ejemplos, aplicación práctica, relación con otros contenidos y coherencia de las respuestas.

DESCRIPCIÓN DE LA PRUEBA

Bloque 1: (obligatoria, 2,5 puntos). Criterios de evaluación: Argumentación, ejemplos, aplicación práctica, relación con otros contenidos y coherencia de las respuestas.

Niveles de Proyección de la Identidad. Concepto de Identidad e Imagen. Niveles y sus herramientas. Implicaciones con el marketing operativo y estratégico.

Bloque 2: (dos de las tres, 1,25 puntos cada una). Si desarrolláis más de 2, NO se contará ninguna. Criterios de evaluación: Argumentación, ejemplos, aplicación práctica, relación con otros contenidos y coherencia de las respuestas.

1. **Investigación de Mercados.** La encuesta como técnica de investigación. Objetivos. Metodología. Requisitos principales. Escalas y tipos de preguntas. Implicaciones para el marketing.
2. **Servucción.** Indica qué es, cuáles son sus componentes, las diferencias con la "producción" y cómo pueden afectar (positiva o negativamente) desde el punto de vista del MK estas diferencias entre productos y servicios a nuestra actividad de marketing.
3. **Plan de Marketing.** Esquema. Fases. Acciones principales a realizar en cada fase.

CETT

FORMACIÓ: Ciencias culinarias y gastronómicas

CONVOCATÒRIA: Enero

ANY: 2019

ASSIGNATURA: MARKETING

PROFESSOR/A:

COGNOMS I NOM: [REDACTED]

DNI: [REDACTED]

BLOQUE 1

V/O/D/D (1)

La imagen de una empresa es como percibe la gente a esa empresa y la identidad es como quiere ser percibida la empresa.

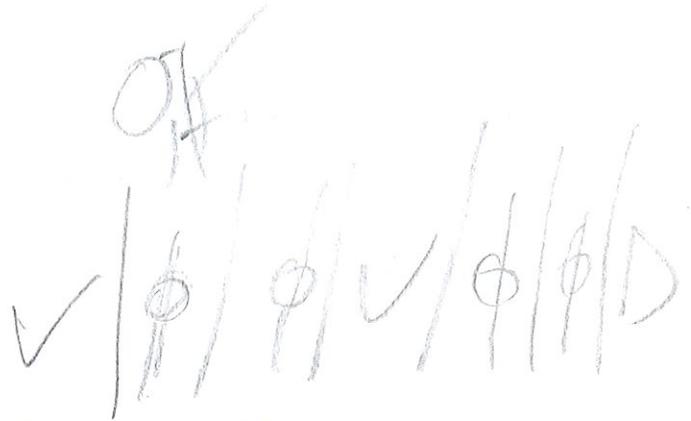
La imagen y la identidad se han de estudiar previamente en la fase estratégica se ha de consensuar que identidad va a tener la empresa. Se ha de crear un logo, una frase frase identificatoria que en los cuales se refleje la identidad de la empresa y sea fácil para los clientes o futuros clientes reconocerla.

Como por ejemplo la marca UDON, su logo está hecho con una tipografía moderna ~~que~~ dirigida hacia su target y utiliza los colores de la bandera de Japón que va acorde con su identidad ya que es un restaurante que sirve comida japonesa.

Como caso práctico si quisiese ~~abrir~~ abrir un restaurante de comida saludable diseñaría un logo con letras verdes o el fondo verde. El local estaría ambientado

en tonos verdes, ~~el~~ el menú estaría basado en una dieta a base de vegetales pero con la opción de poder añadir una proteína animal.

BLOQUE 2



1. La encuesta es una de las opciones más utilizadas para conseguir información de los clientes y así minimizar los ~~re~~ riesgos a la hora de tomar decisiones para nuestra empresa.

Los objetivos es conocer mejor a nuestros clientes para saber lo que necesitan porque el foco principal siempre es el cliente.

~~Las preguntas se pueden dividir en~~ han de ser
Las preguntas han de ser concretas, si la encuesta es por internet mejor una pregunta por página, no tratar temas tabú, no preguntar sobre temas muy personales, acordarse de poner el reglamento de privacidad, no dar opción a respuestas intermedias, si hay que poner preguntas de desarrollar las mínimas posibles porque los clientes usualmente →

CETT

FORMACIÓ: Ciencias culinarias y gastronómicas.

CONVOCATÒRIA: Enero

ANY: 2019

ASSIGNATURA: Marketing

PROFESSORA:

COGNOMS I NOM: [Redacted]

DNI: [Redacted]

son las que más pereza les da responder, la ortografía ha de ser revisada y no se pueden poner palabras mal sonantes.

Ejemplo: encuesta que vimos en clase sobre el Forum que estaba dividida en 3 partes: una más general con otras preguntas sobre el bar, otra más específica sobre la calidad del servicio y la comida y otra sobre sugerencias de mejora. La última parte se había de desarrollar en cambio en las dos primeras marcabas con una cruz si bien o mal.



2.

la servucción es la producción del marketing de servicios que es cualquier acción ~~de~~ intangible que ofrece una empresa a un cliente sin otorgarle la propiedad.

→ Diferencias con la producción:

- la servucción es intangible y la producción tangible
- En la servucción no se otorga propiedad al cliente y en la producción sí.
- la servucción no es consumible y la producción sí
- la servucción tiene una duración determinada y la producción no.



- En la servucción el cliente participe en el proceso y en la producción no.

-
Ejemplo: En el Parque Disney de París hay un restaurante inspirado en la película de "Ratatouille", cuando entras todo la decoración es mucho mas grande de lo habitual para que te sientas como el ratón de la película y esa es la experiencia que quiere el restaurante que sientas como cliente.