

# FACULTAD DE CIENCIAS ECÓNICAS

## TEMARIO DEPRUEBA DE GRADO:

### GRADO BACHILLERATO PRUEBA DE GRADO: MERCADEO

#### Descripción

- A. Examen escrito con duración de cuatro horas
- B. El estudiante contestara el 100% del examen.
- C. Podrá versar sobre el concepto o la aplicación de cualquiera de los temas siguientes:
  - I. Aspectos generales de marketing
    - Definición de marketing
    - Conceptos centrales de marketing
    - Estrategias de marketing
  - 2. Planeación estratégica
    - Diseño de objetivos y estrategias
    - Matriz BCG (Boston Consulting Group)
    - Proceso de marketing
    - Cuatro Ps de la mezcla de marketing
  - 3. Entorno del marketing
    - Microentorno
    - Macroentorno
  - 4. Administración de la información de marketing
    - Sistemas de información de marketing
    - Investigación de mercadeo
  - 5. Conducta de compra del consumidor
    - Factores influyentes en la conducta
    - Jerarquía de las necesidades de Maslow
    - Mercados industriales y compradores industriales
  - 6. Segmentación de mercadeos
    - Niveles de segmentación de mercados: masivo, de segmento de consumo, de nicho, micromarketing, industriales.
    - Selección de mercados meta
    - Posicionamiento y propuestas de valor
  - 7. Estrategias de productos y servicios
    - Definición de productos y servicios, niveles, características, atributos, marca, empaque, etiquetado y servicios de apoyo.
    - Decisiones de la línea de productos

# FACULTAD DE CIENCIAS ECÓNICAS

## TEMARIO DEPRUEBA DE GRADO:

8. Desarrollo de nuevos productos
  - ✓ Proceso de desarrollo
  - ✓ Ciclo de vida
9. Fijación de precios
  - ✓ Factores internos y externos
  - ✓ Curva de la demanda
10. Canales de marketing
  - ✓ Funciones del canal
  - ✓ Sistemas verticales de marketing
  - ✓ Venta al detalle y al por mayor
11. Comunicaciones integradas de marketing
  - ✓ Publicidad
  - ✓ Promociones de ventas
  - ✓ Relaciones públicas
  - ✓ Ventas personales
  - ✓ Marketing directo
12. Análisis de mercados (\*)
  - ✓ Mercado relevante
  - ✓ Demanda primaria
  - ✓ Demanda selectiva
13. Medición del mercado (\*)
  - ✓ Potencial de mercado total
  - ✓ Potencial de mercado relativo
  - ✓ Pronósticos de ventas
  - ✓ Análisis de rentabilidad y productividad (\*)
  - ✓ Medición de rentabilidad del producto
  - ✓ Análisis de la productividad

### D-Bibliografía Recomendada

1. Kotler, P. (2017) Fundamentos de Marketing. (13 ed) México: Pearson (DISPONIBLE EN BIBLIOTECA DIGITAL McGrawHill y Person)
2. Guitinan, P-, Gerencia de Marketing, Estrategias y Programas (\*), Editorial McGraw Hill, Colombia, 2004 (DISPONIBLE EN BIBLIOTECA FÍSICA LA 6 EDICIÓN DE 1998. 658.8 G946g6)

3. Stanton, W. (2007) Fundamentos de Marketing. (14 ed) México: McGraw Hill (DISPONIBLE EN BIBLIOTECA FÍSICA 658.8 S7922f14)
4. Mullins, J. (2007) Administración de Marketing, Un enfoque en la toma estratégica de decisiones. (5 ed) México: McGraw Hill. (NO DISPONIBLE)