

UNIDADES TECNOLOGICAS DE SANTANDER
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ASIGNATURA: MARKETING ESTRATEGICO
TALLER PREPARATORIO TERCER PARCIAL
GUIA DE ESTUDIO No.3

Fecha de entrega: **Día del parcial** en horario de clase, hacerlo en hoja tamaño carta a **mano** con lapicero negro de preferencia. EL TRABAJO ES INDIVIDUAL. (20% Tercer corte) FUENTE BIBLIOGRAFICA: <http://www.marketing-xxi.com/Marketing-siglo-xxi.html>

Estimad@s estudiantes: Con base en los ejes temáticos 2 y 12 del link (Marketing del siglo XXI) y aplicando análisis y síntesis de los diferentes temas estudiados en clase, responde los siguientes cuestionamientos:

1. Qué es la auditoria de marketing y cuáles son los motivos de su utilización?
2. Plantee un ejemplo de Misión, Visión y valores para una organización dedicada al negocio del aprovechamiento del tiempo libre.
3. Cuáles son las variables que se deben considerar en un plan de marketing estratégico?
4. Explique las características de la auditoria de marketing.
5. Defina Marketing Estratégico.
6. Qué cualidades debe tener un auditor de marketing?
7. La matriz BCG parte de dos premisas, explíquelas.
8. Qué ventajas tiene realizar la auditoría por parte de un consultor externo?
9. Explique la Gestión del lobbies como herramienta de marketing estratégico
10. La dirección estratégica se divide en tres fases, menciónelas.
11. Mencione las etapas para la realización de una auditoria?
12. Cuál es la diferencia entre el marketing estratégico y el marketing operativo?
13. Cuáles son las fases de la auditoria de marketing?
14. Explique la matriz RMG, qué aplicación tiene, cuáles son sus variables y presente ejemplo.
15. Cuáles son las necesidades de información al realizar una investigación de mercados dentro del proceso de la auditoria de marketing?
16. Mencione diez acciones que se pueden empezar a realizar de cara a mejorar los resultados o mantenerse en primera línea de competitividad.
17. Mencione las leyes inmutables del marketing.
18. Qué es la auditoria comercial exprés y cuál es el objetivo?
19. Explique las cinco fuerzas competitivas que se interaccionan en el mundo empresarial, según Porter.
20. En 20 renglones haga un escrito sobre la importancia de aplicar estrategias de marketing en su quehacer diario, ya sea en el trabajo, estudio, hogar etc.

Para analizar:

“La verdadera educación consiste en obtener lo mejor de uno mismo. ¿Qué otro libro se puede estudiar mejor que el de la Humanidad?” Mahatma Gandhi (1869-1948) **Político y pensador indio.**