

COORDINACIÓN TÉCNICA ADMINISTRATIVA
No.14-06-08CHICHICASTENANGO, QUICHÉ.

GUÍAS DE APRENDIZAJE A DISTANCIA COVID-19

Nombre del Centro Educativo: I.N.E.E.B., “PEM. DANIEL ADÁN GARCÍA BARRIOS”
Código del Establecimiento: 14-06-0298-45 Mes de Aplicación: Septiembre
Nombre del Director: PEM. LUIS GILBERTO YAX TZUL No. de Tel. 58767600

Docente: Marla Soledad Gutiérrez Rodas	No. de Tel. 57788994
Grado: Tercero Básico	Sección: A
Nombre del estudiante:	Clave:
Área: Comercio Y servicios (Técnicas de Comercialización y mercadeo)	
Fecha de aplicación: del 1 al 14 de septiembre de 2020	

1. COMPONENTE CURRICULAR

Tema a desarrollar: Las Cuatro C's de marketing

Competencia(s) Desarrolla habilidades de emprendimiento productivo para beneficio de su comunidad

Indicador(es) de logro: propone ideas para mejorar los aspectos del marketing relacionados a su comunidad

2. COMPONENTE METODOLÓGICO

Metodología: Aprendizaje basado en destrezas cognitivas

Desarrollo del tema Las Cuatro C's de marketing

. Las “cuatro P” del marketing ahora son las “cuatro C”

Las cuatro P's: Producto, Promoción, Plaza y Precio, muy importante en lo que se refiere al lanzamiento, desarrollo de un nuevo producto, o reposicionamiento. y esto se debe al reciente giro dado a poner el foco absoluto sobre el consumidor, ya que de él depende el éxito final de la combinación de estos conceptos.

Así, hay que cambiar esas cuatro P's y sustituirlas por “las cuatro C's”, que giran alrededor del cliente, de sus necesidades y satisfacción, dejando un poco de lado el producto en sí, ya que éste se amoldará a lo que el consumidor quiere:

1. El Producto por el Consumidor. Lauterborn propone cambiar el enfoque del producto hacia el consumidor, buscar a los consumidores y descubrir sus necesidades; y es entonces cuando se debe fabricar el producto a comercializar.

2. El Precio por el Costo-beneficio. La mejor relación en este binomio es una prioridad, por delante de la preocupación obsesiva por el precio.

3. La Plaza por la Conveniencia. En estos tiempos de marketing online o a través del móvil, hay que estudiar atentamente la conveniencia del consumidor en su traslado para adquirir bienes o servicios más que en los canales más fáciles o convenientes para la empresa.

4. La Promoción por la Comunicación. Cuando la publicidad y el marketing pierden efectividad ante el bombardeo masivo, la respuesta es la comunicación. Se debe establecer una relación bi-direccional con el cliente, que debe ser un individuo con una necesidad que debe ser satisfecha, al tiempo que se cumplen los objetivos de la organización.

Actividad No. 1 Realice un esquema con las Cuatro C's

Actividad No. 2. Busque el significado de estas palabras en su diccionario

1. Binomio:

2. Consumidor:

3. Masivo :

4. Direccional:

Actividad No. 3. Busque recortes acerca de diferente publicidad de productos

Actividad No. 4 Realice el siguiente cuadro comparativo

LAS CUATRO P´s	LAS CUATRO C´s

Modalidad. Se utilizará la plataforma SOY INEEB, la red social WhatsApp, para la inducción, explicación, socialización y evaluación de los temas, así como el numero personal, por medio de llamadas telefónicas, para la resolución de dudas e inquietudes acerca de las actividades a realizar

3. COMPONENTE DE EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

A. Herramienta De Evaluación De Desempeño:

Portafolio (deberá guardar sus hojas de trabajo en un folder)

B. Herramienta De Evaluación De Observación:

(Uso exclusivo del docente) **Lista de cotejo**

Se evaluará el trabajo que realizo según los siguientes criterios:

1. Trabaja de forma creativa y estética el esquema
2. Busca el significado de las palabras en el diccionario
3. Las imágenes tienen relación con la publicidad
4. Enfoca el cuadro comparativo con los temas solicitados
5. Cumple con las normas ortográficas

Mecanismo de Reforzamiento: - Resolución de dudas y acompañamiento de docente por teléfono o WhatsApp (57788994) en horario de 7:30 am a 12:30 pm.