|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | INSTITUCIÓN EDUCATIVA MARÍA JOSEFA ESCOBAR  RESOLUCIÓN MUNICIPAL No 082 DE ENERO 20 DE 2005  RESOLUCIÓN DE ESTUDIOS Nº 6027 DE JULIO 27 DE 2000  NIT: 811021159-4 DANE: 205360001254  ITAGÜI TELEFAX: 3718758 - 3716784 | GAPI |
| **CÓDIGO** | **ACTA GENERAL** | **VERSIÓN** |
| DI-F04 | 03 |

NOMBRE: \_\_ Néstor David Ramírez Patiño \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

GRUPO: \_\_\_\_\_\_\_\_\_11°\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

ASIGNATURA: \_\_\_Tecnología e informática\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

FECHA: \_\_\_Septiembre 16 de 2016\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Descripción de la actividad | Fecha de entrega o realización | Observación del docente | Firma docente | Firma acudiente | Firma coordinación |
| Diseño de un infográfico que consigne la información relevante a la temática trabajada de Mercadeo y las 4p´s | Octubre 3 | Deberá realizarse en el portal de PIKTOCHART, descargar el archivo en formato PNG y entregarse por correo electrónico. Dentro de la valoración se tendrá en cuenta aspectos como contenido, recursividad, creatividad y finalmente la sustentación. |  |  |  |
| Realización de una presentación en Powtoon acerca del siguiente caso donde se detallan las estrategias de marketing utilizadas para un producto o servicio:  **Las 4 P´s de la COCACOLA**  **Producto:** ¿Que vende Coca-Cola? La idea de esta bebida fue concebida el 8 de mayo de 1886 por el farmacéutico John Pemberton como un medicamento para el cerebro y los nervios, y actualmente es una bebida carbonatada de varios sabores. Pero la Coca-Cola no promociona una bebida carbonatada de sabores, ni mucho menos un medicamente. Ellos venden:   * La chispa de la vida * Esa chispa que no puede faltar en los momentos familiares. * Esa chispa que te acompaña con tus amigos durante los encuentros de fútbol. * La chispa que te ayuda a ser feliz * Una elección que puedes hacer. * Una de las cosas buenas de la vida.   **Precio**: ¿Qué precio tiene una Coca-Cola? Aquí es donde surgen varias presentaciones y sabores. Cada presentación está enfocada al momento en la que harás parte de ti esa "chispa de la vida": Con tu familia, en una fiesta, tu sólo, un niño, en un restaurant. Manejando varias medidas y presentaciones pueden manejar varios precios para cada bolsillo y momento.  **Plaza:** ¿Dónde venden Coca-Cola? Mejor dicho, ¿En qué país no se vende Coca-Cola? En Colombia están en cada rincón del país, en cada tienda de la esquina, en cada centro comercial, en estadios, restaurantes, bares, farmacias.  **Promoción:** Coca-cola no escatima en darse a conocer y permanecer en la mente de los consumidores. Desde sus orígenes registró su marca, patentó su fórmula y su envase con silueta de mujer. Invierte aproximadamente 5% de sus ventas en marketing. Hace publicidad en radio, televisión, patrocina eventos y equipos deportivos, utiliza enormemente la web, organiza desfiles, concursos, publica recetarios de cocina, se anuncia en espectaculares, vallas, tiendas. Utiliza y registra slogans. Innova siempre en lograr que su marca permanezca y sus ventas se incrementen. | Octubre 17 | Entrar a POWTOON y diseñar una presentación que cumpla con los requerimientos exigidos en la descripción de la actividad. Deberá ser lo mas gráfica posible y que sirva como apoyo para que un usuario cualquiera comprenda el tema fácilmente. |  |  |  |
| Realización de una presentación en Powtoon acerca del siguiente caso donde se detallan las estrategias de marketing utilizadas para un producto o servicio:  **Las 4 P´s de un Servicio de transporte “taxi transporte especiales”**  **Producto (servicio):** Es un servicio especialmente diseñado para las mujeres y personas con algún tipo discapacidad en el cual se les brindará toda nuestra atención y se cubrirán de forma rápida y segura todas las necesidades de transporte de este tipo de personas así como de las mujeres ofreciéndoles seguridad y calidad para su entera satisfacción todo esto mediante una central donde se recibirán las llamadas de los cliente ya sea por teléfono, mensaje de texto o por llamada de operador Claro.  Las características de este servicio son que estará exclusivamente dirigido a las personas antes mencionadas y no a personas del sexo masculino esto para brindar mayor seguridad a las personas y operadoras de los vehículos así como a los pasajeros de los mismos.  **Precio:** El precio sin duda es algo que se tendrá que manejar de manera cuidadosa ya que teniendo en cuenta que las personas con discapacidad a menudo suelen utilizar el servicio de taxi muy seguido esto debido a la necesidad que tienen de trasladarse de un lugar a otro ya sea por motivos de recibir algún tipo de terapia o por visitas a los centros médicos o simplemente porque para estas personas es más difícil trasladarse de un lugar a otro y en el caso de las mujeres que son la gran mayoría en nuestra ciudad por lo que es factible en ese sentido y necesario para las personas con capacidades diferentes ofrecer un precio más bajo que la competencia pudiéndolo manejar de la siguiente manera, por ejemplo, si nuestra competencia maneja un costo de un punto de la ciudad a otro digamos de 10.000 pesos, sería factible para nosotros bajar ese costo a 8000 o 9000 pesos por el mismo trayecto y así ayudaríamos a la economía de este tipo de personas y además ganaríamos clientes.  **Plaza:** La plaza de nuestro servicio será el área metropolitana integrando todos los municipios de Medellín, Bello, Itagüí, Envigado, Sabaneta y La Estrella en la cual se contará con una central o base que será la encargada de recibir las llamadas de los clientes y también fungirá como centro de atención a los mismos.  **Promoción:** Una vez teniendo en marcha el negocio se promoverá el servicio a través de un plan creativo de publicidad para lo cual se tienen varias maneras eficaces de comercializar la compañía como las siguientes:  1. Diseñar un logotipo  2. Ofrecer volantes o colocar carteles  3. Ofrecer tarjetas de viajero frecuente | Octubre 31 |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |