INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN
CUESTIONARIO

1. DATOS GENERALES

Programa de Formación:	Tecnología en Desarrollo de Procesos de Mercadeo
Proyecto Formativo:	Estructuración de un Plan de Mercadeo de productos y servicios para Mipymes
Fase Proyecto	Análisis
Resultado de aprendizaje	Interpretar la situación actual del mercado a partir de resultados del diagnóstico
Actividad de Aprendizaje:	Identificar las variables del entorno empresarial teniendo en cuenta el comportamiento del mercado Reconocer los elementos de la cultura emprendedora acorde con las necesidades del sector productivo
Evidencia de Conocimiento:	respuesta a preguntas sobre: análisis situacional, entornos, direccionamiento estratégico.
Criterios de Evaluación: · Describe análisis situacional teniendo en cuenta tendencias del entorno · Relaciona las variables de mercadeo según entorno organizacional	
Duración de la evaluación: 2 horas	
Regional: **Centro de formación:** **No. De Ficha:** **Nombre del Instructor:** **Nombre del Aprendiz en formación: _____**	

2. INSTRUCCIONES PARA EL DILIGENCIAMIENTO:

Estimado Aprendiz: Le sugiero tener presente la información contenida en este Instrumento de Evaluación, el cual ha sido realizado para **recoger verificar y valorar** sus conocimientos. Lea cuidadosamente cada una de las preguntas y responda

De manera clara, concisa, precisa y preséntelas a su Facilitador. Usted debe:

- Analizar tranquilamente cada pregunta
- Diligencie los datos en tinta negra
- Solicitar explicación sobre aquellas palabras o expresiones que le generen dudas.
- Valoración: Esta prueba se considera aprobada si contesta acertadamente las preguntas planteadas

3. CUESTIONARIO:

Preguntas de relación de columnas.

1) Relacione los términos de la columna de la izquierda con las definiciones de la columna derecha.

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN
CUESTIONARIO

A. Macro ambiente o macro entorno general. Microambiente o micro entorno.	(C) Es el estudio del medio en que se desenvuelve la organización en un determinado tiempo, teniendo en cuenta factores internos y externos mismos que influyen en cómo se proyecta la empresa en su entorno.
B. Oportunidades	(I) Posibles nuevas leyes que afecten directa o indirectamente nuestra organización, políticas de concesiones de subvenciones y licencias, presión de grupos ecologistas y asociaciones de los consumidores entre otros.
C. Análisis situacional	(J) Nuevos hábitos, creencias y actitudes de la sociedad.
D. Precio, plaza, promoción y producto	(G) Son las capacidades especiales con que cuenta la organización internamente y que le permite tener una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.
E. Debilidades	(F) Son aquellas situaciones negativas que provienen del entorno externo y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización.
F. Amenazas	(B) Son aquellos factores externos que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno de la organización y permiten obtener ventajas competitivas.
G. Fortalezas	(D) Son variables del marketing mix o mezcla de mercadeo.
H. Entorno tecnológico	(K) Perspectivas de crecimiento económico, evolución tipo de interés, evolución de los precios, tasas de cambio entre otros.
I. Entorno político legal	(E) Son aquellos factores internos que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente en la organización.
J. Entorno socio cultural	(H) Investigaciones e innovaciones, herramientas o equipos que puedan afectar directa o indirectamente a nuestra organización.
k. Entorno económico:	(A) El desarrollo del análisis situacional comprende los siguientes escenarios de acción donde se desarrolla la organización:

Preguntas de Selección Múltiple

1) Dentro del análisis situacional se tienen en cuenta aspectos de dirección, productivos, comerciales y financieros, éstos están haciendo referencia a:

a) Análisis externo de la organización
b) Análisis Interno de la organización
c) Políticas de la organización
d) Objetivos organizacionales

2) Herramienta que permite conocer la realidad situacional de una empresa a través de componentes internos y externos
a) Matriz BCG
b) Matriz PEYEA
c) Matriz DOFA
d) Matriz IED

3) Dentro del estudio del entorno de mercadeo cuál de los siguientes factores NO Influye en el entorno económico:
a) La renta
b) La inflación
c) Devaluación
d) La tasa de natalidad

4) La Matriz DOFA nos ayuda a conocer
a) Debilidades, Optimismo, Finanzas y Astucia
b) Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas
c) Debilidades, Opciones, funciones y Amenazas
d) Debilidades, Opciones, Fabricación y Análisis

5) Es el proceso a través del cual se declara la visión y la misión de la empresa, se analiza la situación interna y externa de ésta, se establecen los objetivos generales, y se formulan las estrategias y planes necesarios para alcanzar dichos objetivos.
a) Planeación estratégica
b) PCI
c) POAM
d) Investigación estratégica

6) Somos una EPS que trabaja de manera permanente por el a bienestar de los usuarios y la sociedad a través de la prestación de servicios y la excelente calidad fomentando el desarrollo humano de todos nuestros colaboradores. Esta definición se refiere a:
a) Diagnóstico de la empresa
b) Misión
c) Visión
d) Filosofía empresarial

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN
CUESTIONARIO

7) Es la representación gráfica de la estructura de una organización. Representan las estructuras departamentales y, en algunos casos, las personas que las dirigen, hacen un esquema sobre las relaciones Jerárquicas en la organización.
   a) Empresa
   b) Análisis empresarial
   c) Organigrama
   d) Contexto empresarial

8) Son un conjunto de acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo que se llevan a cabo para lograr un determinado fin o misión. Desarrollan una ventaja competitiva de una empresa y la acentúan, de forma que ésta logre crecer y expandir su mercado reduciendo la competencia.
   a) Tácticas
   b) Estrategias
   c) Objetivos
   d) Hipótesis

9) La estructura Organizacional se refiere a:
   a) Las normas que influyen en una empresa
   b) Es el financiamiento de una Organización
   c) Es la forma como se dividen, agrupan y coordinan las actividades en la organización
   d) Son las funciones que delega el jefe a sus empleados

10) Cuáles son los tipos de objetivos
   a) Objetivos financieros y objetivos de mercadeo
   b) Objetivos específicos y objetivos generales
   c) Objetivos realistas y objetivos medibles
   d) Objetivos alcanzables y objetivos coherentes

11) Que significa la Misión
   a) Es la razón de ser de la organización que enfoca los esfuerzos para conseguir los propósitos fundamentales
   b) Le permite lograr la rentabilidad a las organizaciones
   c) Es como la organización visualiza sus objetivos en el largo plazo
   d) La misión de un periódico no es vender es informar

12) El direccionamiento estratégico de una organización se define:
   a) Media, mediana, moda y varianza
   b) Misión, visión, políticas, objetivos, programas, metas, estrategias y tácticas
   c) Plan de mercadeo, estrategias, tácticas
   d) Mezcla de mercadeo: producto, precio, plaza y promoción

13) La visión es:

a) Propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa.
b) Son acciones que se llevan a cabo con el fin de alcanzar determinados objetivos
c) El camino al cual se dirige la empresa a largo plazo
d) Como se encuentra en la actualidad el negocio

14) El mercadeo es una actividad cuya finalidad es:
a) Lograr una mayor participación en el mercado a través de la misión y la visión
b) Convencer a las personas que adquieran algo que no necesitan
c) Satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores mediante intercambio
d) Orientar a la empresa a lograr sus objetivos.

Preguntas de verdadero y falso.

15) La misión de una empresa es la expectativa de lo que se espera lograr por la organización, dentro del marco de tendencias de futuro y acorde con los cambios del entorno. (F)

16) Los niveles jerárquicos de la organización se clasifican en: Estratégico, Táctico y Operativo. (V)

17) La sigla DOFA quiere decir Dimensiones, Objetos, Favores y Análisis (F)

18) Los indicadores de gestión son generados por la International Organización for Standarization (F)

4. EVALUACIÓN:

Observaciones: _____
Recomendaciones: _____
Juicio de Valor: _____
Observaciones del Instructor: _____

Ciudad y Fecha:	Instructor: _____ Aprendiz: _____