3.2.1 — El marketing mix y el ciclo de vida del producto

Programa: Comunicación Comercial (524113) | Competencia: Diseñar estrategias de comunicación con base en las características del producto o servicio y el mercado | Fase: Contextualización y apropiación — Bloque A (RAP 1)

Objetivo de la actividad:

Analizar los componentes del marketing mix (7P) y las 4C, y determinar la etapa del ciclo de vida del producto o servicio de la PYME, para identificar sus implicaciones en la estrategia de comunicación.

Nombre del aprendiz:		Fecha:	
PYME asignada:		Ficha:	

Rúbrica de evaluación:

N.°	Criterio de Evaluación	Puntaje Máximo	Puntaje Obtenido	Observaciones
1	Identifica correctamente los 7 componentes del marketing mix de la PYME	25		
2	Desarrolla la reflexión sobre las 4C desde la perspectiva del consumidor	20		
3	Determina con criterio técnico la etapa del ciclo de vida del producto o servicio	20		
4	Relaciona la etapa del ciclo de vida con el tipo de mensaje que necesita la comunicación	20		
5	Diligencia completamente el formato de análisis y redacta una conclusión coherente	15		
		100		

Escala de valoración cualitativa:

Excelente: 90 - 100	Bueno: 75 - 89	Aceptable: 60 - 74	Insuficiente: menor a 60

Observaciones generales del instructor:

Firma del aprendiz

Firma de la instructora