



# Institución Educativa Juan XXIII

Resolución de Aprobación 11 75 del 31 de octubre de 2012  
Resolución de Aprobación Media Técnica: 1263 del 7 de Febrero de 2017

DANE: 105001006556 – NIT: 900585184-1

## PLAN DE APOYO

ASIGNATURA/AREA: Economía y Política	FECHA:
PERIODO: 3	GRADO(S): Decimos
NOMBRE DEL DOCENTE: Dayan López B	
NOMBRE DEL ESTUDIANTE:	
FECHA DE ENTREGA: 8 de noviembre	FECHA DE SUSTENTACIÓN: 9 de noviembre
Objetivo de aprendizaje: Identificar los procesos económicos en diferentes eventos de la historia como momento para entender los procesos actuales.	
Recursos: hojas de bloc, lápiz, borrador, regla, lápices de colores, textos de biología, internet.	

### ACTIVIDADES

1. Colocarse al día con el cuaderno
2. Repasar las temáticas vistas y consultar las dudas que tenga al respecto.
3. Realizar un listado de productos con obsolescencia programada y con publicidad engañosa argumentando cada uno.
4. Responder las siguientes preguntas y argumentar cada respuesta.
5. Sustentar el día de la entrega

1. La obsolescencia programada es cuando las empresas convierten intencionalmente algo útil en inútil, las empresas hacen esto para poder:

- A. Recobra importancia en el mercado.
- B. Vender más y obtener más ganancias
- C. Beneficiar a los clientes y usuarios
- D. Para poder competir con otras marcas por calidad.

2. La publicidad es la herramienta tradicional directa del marketing y tiene los objetivos de divulgar un producto para estimular su consumo, transmitir un mensaje positivo con relación a una marca y fortalecer la presencia de una empresa en el mercado.

Teniendo en cuenta lo anterior NO es una característica de la publicidad

- A. responde al objetivo de la empresa para posicionarla.
- B. Incitar el consumo del producto apelado a los sentimientos y necesidades de los consumidores.
- C. Destacar las características del producto frente a otros similares
- D. Convencer al consumidor a través de apariencias para obtener más ganancias.

3. A la hora de llevar a cabo una campaña publicitaria se destacan determinados aspectos sobre el producto para llamar la atención del consumidor potencial y de esta manera aumentar el nivel de ventas. No obstante, esto se hace de manera desleal al poner de relieve ciertas características que no concuerdan con la realidad de lo que se ofrece en el mercado.

Según el texto anterior esa definición hace parte de

- A. Estrategias éticas empresariales para mejorar la competitividad entre empresas
- B. Publicidad engañosa para obtener mayores ganancias
- C. Cumplimiento de las necesidades de los clientes para satisfacer su demanda
- D. Publicidad con el fin de convencer al cliente de la calidad de sus productos.