

Examen Estudio de Mercado Nombre: \_\_\_\_\_ Julio 10 – 2010

I Termino Paralelo II : \_\_\_\_\_ NO SE ACEPTAN TACHONES

**1.-EXPLIQUE QUE ES UN PRODUCTO SUSTITUTO Y PORQUE SE LO DESARROLLA: 5 puntos (Correcto 2.5 y 2.5, Intermedio 1.25 y 1.25, Incorrecto 0 y 0)**

**2.- QUE ES EL SISTEMA DE MARKETING SIMPLE. CLARIFIQUELO CON UN EJEMPLO (5) (Correcto 2.5 y 2.5, Intermedio 1.25 y 1.25, Incorrecto 0 y 0)**

Concepto.- \_\_\_\_\_

Ejemplo.- \_\_\_\_\_

**3.- A QUE TIPO DE PRODUCTO QUIEN CORRESPONDE EL SIGUIENTE CONCEPTO. (5) (Correcto 2.5 y 2.5, Intermedio 1.25 y 1.25, Incorrecto 0 y 0)**

6.1 Explique la razón de su selección 6.2 Realice un ejemplo.

Estudia las cantidades que suministran los productores del bien que se va a ofrecer en el mercado.

Analiza las condiciones de producción de las empresas más importantes

**a.-Principal b.- Subproducto C.- Sustituto d.-Complementario e.-Todos f.-Ninguno**

**4.- A quien corresponde el siguiente concepto (10)** 6.1 Explique la razón de su selección 6.2 Realice un ejemplo.

Personas físicas o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales, de bienes muebles o inmuebles, productos, servicios, actividades, sea cual sea su naturaleza, - pública o privada, individual o colectiva- de aquellos que lo producen, facilitan, suministran o expiden

a.-Mercado Primario b.-Proveedor c.-Distribuidor d.- Fabricante e.-Consumidor f.-Intermediario

---

**5a.- DENTRO DEL MECANISMO DE FORMACION Y FIJACION DE PRECIO, A QUIEN CORRESPONDE EL SIGUIENTE CONCEPTO: (10) 5b.- Realice un ejemplo explicativo (5)**

Este es calculado en función del Análisis del Punto de Equilibrio y marca cual es el nivel de precios que deberán tener los productos para garantizar que la empresa se encuentre en una situación financiera en relación con las metas de crecimiento económico que tiene prevista para el periodo considerado

**a.-Precio de venta Deseable b.-Precio Máximo Aceptable c.-Precio de la Competencia d.-Ninguno**

**6.- CUALES DE LOS SIGUIENTES FORMAN PARTE DE LA CADENA DE DISTRIBUCION A NIVEL DE: (5)**

6.1 Explique la razón de su selección 6.2 Realice un ejemplo explicativo,

1.- Puerta de fabrica 2.-Mayorista 3.- Minorista 4.- Proveedor 5.-Consumidores

**7.-QUE DEBE REFLEJAR UNA INVESTIGACION DE MERCADO: Señale la incorrecta (10)**

7.1 Explique la razón de su selección 7.2 Realice un ejemplo explicativo,

a.- Cambios en la conducta del consumidor b.-Los cambios en los hábitos de compra  
c.- Cambios en como se elabora el producto d.-La opinión de los consumidores

**8.- Señale la respuesta correcta: El objetivo MAS importante de la investigación de mercado es (10)**

8.1 Explique la razón de su selección 8.2 Realice un ejemplo explicativo,

a.- Saber como piensa la competencia  
b.- Conocer como desarrolla la estrategia nuestros competidores  
c.-Obtener datos importantes sobre nuestro mercado y la competencia  
d.- Saber donde tiene ubicada sus oficinas y quien los administra

**9.- Cual de los siguientes, en la segmentación de empresas no es un procedimiento de compra (10)**

9.1 Explique la razón de su selección 9.2 Realice un ejemplo explicativo,

a.- Empresas centralizadas o descentralizadas b.- Con estructura de poder empresarial  
c.- Empresas con compra de urgencia d.- Empresas con políticas de compra.

**10.- Cual de los siguientes no son segmentación basado en las respuestas del cliente (10)**

10.1 Explique la razón de su selección 10.2 Realice un ejemplo explicativo,

a.- Beneficios b.- Características c.- Servicios d.- Precio e.-Lealtad f.- Utilización.

---