

EXAMEN DE ESTUDIO DE MERCADO, I TERMINO 7 Julio 2010 Nombre: \_\_\_\_\_

1.- CUAL de los siguientes es el concepto correcto de lo que debe reflejar una investigación de mercado

1.a.- Indique la razón de su selección 1b.- De un ejemplo aplicado

- a.- La evolución y la estrategia del proveedor
- b.- la opinión de la competencia
- c.- Los cambios en los hábitos de compra
- d.- Los cambios en la conducta del proveedor
- e.- Todos los anteriores
- f.- Ninguno de los anteriores

2. PARA QUE se utiliza la investigación de mercado. Señale las respuestas correctas

2.a.- Indique la razón de su selección 2b.- De un ejemplo aplicado

- 1. **Introducir** al mercado un nuevo producto o servicio
- 2. **Que los canales** de distribución sean más apropiados para el producto
- 3. **Conocer** la estrategia de promoción y publicidad
- 4. **Conocer** una situación específica del producto o servicio en el mercado

3.- CUALES de los siguientes **SON OBJETIVOS** de la investigación de mercado

3.a.- Indique la razón de su selección 3b.- De un ejemplo aplicado

- 1. Analizar el mercado de las materias primas e insumos para el proceso productivo.
- 2. Conocer los posibles efectos sobre las actividades pasadas.
- 3. Estudiar el mercado competidor
- 4. Caracterizar al usuario o target previa segmentación del mercado.
- 5. Limitar la cobertura geográfica a cubrir.

4.- QUE ES un Subproducto ?

4.a.- Describa un ejemplo explicativo 4.b.-C.- Explique la razón por la que surgen y existe estos negocios

5.- A QUIEN corresponde el siguiente concepto

5.a.- Indique la razón de su selección 5b.- De un ejemplo aplicado

Este es definido como el precio que hace que el consumidor ignore la diferencia económica entre el producto de referencia. Este precio se basa en el análisis del potencial de beneficios que puede esperar del consumidor de un determinado producto.

1.- Precio por Competencia 2.- Precio de venta deseable 3.- Precio máximo aceptable

6.- Indique QUE ES la investigación descriptiva;

6a.- De las opciones descritas, EN QUÉ CASOS las utiliza?, Señale la respuesta incorrecta

6b.- Indique la razón de su selección

6c.- De un ejemplo aplicado

- 1.- Cuando quiere conocer por qué está un producto en una situación específica en el mercado
- 2.- Cuando un producto va a lanzar una campaña publicitaria para vender más
- 3.- Cuando quiere conocer aspectos cuantitativos y cualitativos del mercado
- 4.- Cuando va a lanzar un producto al mercado

7.- Dentro de las fuentes de información, a quien corresponden los documentales?(multiple)

1.- Primaria 2.- Secundaria 3.- Personal 4.- Institucional 5.- Por excepción

7.a.- Indique la definición de su concepto 7b.- De un ejemplo aplicado de cada uno

8.- Que es la información cualitativa:

---

8.a.- De un ejemplo aplicado

9.- Cuales son los pasos básicos de la Investigación de mercado

10.- Cuales son los factores limitativos de la comercialización 10.- De un ejemplo aplicado



RUBRICA, EXAMEN ESTUDIO DE MERCADO, I TERMINO 7 Julio 2010 DOCENTE: Dr. GUSTAVO H GALIO MOLINA

1.- CUAL de los siguientes es el concepto correcto de lo que debe reflejar una investigación de mercado

1.a.- Indique la razón de su selección 1b.- De un ejemplo aplicado

1.- Selección correcta de la opción: a b c d e f: Seis puntos

1a.- Defina la razón de su selección: Razón Correcta 6 puntos, razón intermedia 3, razón incorrecta 0

1b.- Ejemplo explicativo aplicado: Ejemplo correcto 8, ejemplo intermedio 4, ejemplo incorrecto 0

2. PARA QUE se utiliza la investigación de mercado. **Señale las respuestas correctas**

2.a.- Indique la razón de su selección 2b.- De un ejemplo aplicado

2.- Selección correcta de la opción: 1 2 3 4 : Seis puntos

2a.- Defina la razón de su selección: Razón Correcta 6 puntos, razón intermedia 3, razón incorrecta 0

2b.- Ejemplo explicativo aplicado: Ejemplo correcto 4, ejemplo intermedio 2, ejemplo incorrecto 0

3.- CUALES de los siguientes **SON OBJETIVOS** de la investigación de mercado

3.a.- Indique la razón de su selección 3b.- De un ejemplo aplicado

3.- Selección correcta de la opción: 1 2 3 4 : Seis puntos

3a.- Defina la razón de su selección: Razón Correcta 6 puntos, razón intermedia 3, razón incorrecta 0

3b.- Ejemplo explicativo aplicado: Ejemplo correcto 8, ejemplo intermedio 4, ejemplo incorrecto 0

4.- QUE ES un Subproducto ?

4.a- Describa un ejemplo explicativo 4.b.- Explique la razón por la que surgen y existe estos negocios

4.- Definición correcta de la opción: Seis puntos

4a.- Defina la razón de su selección: Razón Correcta 6 puntos, razón intermedia 3, razón incorrecta 0

4b.- Ejemplo explicativo aplicado: Ejemplo correcto 8, ejemplo intermedio 4, ejemplo incorrecto 0

5.- A QUIEN corresponde el siguiente concepto

5.a.- Indique la razón de su selección 5b.- De un ejemplo aplicado

Este es definido como el precio que hace que el consumidor ignore la diferencia económica entre el producto de referencia. Este precio se basa en el análisis del potencial de beneficios que puede esperar del consumidor de un determinado producto.

5.- Selección correcta de la opción: 1 2 3 4 : Seis puntos

5a.- Defina la razón de su selección: Razón Correcta 6 puntos, razón intermedia 3, razón incorrecta 0

5b.- Ejemplo explicativo aplicado: Ejemplo correcto 8, ejemplo intermedio 4, ejemplo incorrecto 0

6.- Indique QUE ES la investigación descriptiva;

6a.- De las opciones descritas, EN QUÉ CASOS las utiliza?, Señale la respuesta incorrecta

6b.- Indique la razón de su selección

6c.- De un ejemplo aplicado

6.- Definición del QUE ES: Definición correcta 4, definición intermedia 2, definición incorrecta 0

6a.- Opción solicitada, 4; Opción no solicitada 0.

6b.- Razón de la selección: Razón Correcta 6 puntos, razón intermedia 3, razón incorrecta 0

6c.- Ejemplo explicativo aplicado: Ejemplo correcto 6, ejemplo intermedio 3, ejemplo incorrecto 0

7.- Dentro de las fuentes de información, a quien corresponden los documentales?(multiple)

1.- Primaria 2.- Secundaria 3.- Personal 4.- Institucional 5.- Por excepción

7.a.- Indique la definición de su concepto 7b.- De un ejemplo aplicado de cada uno

7.- Selección correcta de la opción: 1 2 3 4 : Seis puntos

7a.- Definición de Documentales: Definición Correcta 6 puntos, Definición intermedia 3, Definición incorrecta 0

7b.- Ejemplo explicativo aplicado: Ejemplo correcto 8, ejemplo intermedio 4, ejemplo incorrecto 0

8.- Que es la información cualitativa:

8.a.- De un ejemplo aplicado

8.- Información cualitativa: Definición Correcta 10 puntos, Definición intermedia 5, Definición incorrecta 0

8a.- Ejemplo explicativo aplicado: Ejemplo correcto 10, ejemplo intermedio 5, ejemplo incorrecto 0

9.- Cuales son los pasos básicos de la Investigación de mercado

9.-Pasos correctos 20, cada paso correcto 4 puntos

10.- Cuales son los factores limitativos de la comercialización; De un ejemplo aplicado

10-Cada factor limitativo 5 puntos

10a.- Ejemplo explicativo aplicado: Ejemplo correcto 10, ejemplo intermedio 5, ejemplo incorrecto 0