

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL
FACULTAD DE MECANICA Y CIENCIAS DE LA PRODUCCION
INVESTIGACION DE MERCADOS
EXAMEN FINAL

Prof. Ma. Elena Murrieta

Feb, 2011

Nombre:

Realizar los siguientes minicasos:

- 1. Elabore un breve cuestionario para medir el conocimiento y las actitudes para una nueva marca de cosméticos que se venderán a través de catálogos. (10 pts.)**

- 2. Usted ha sido contratado por un comercializador de partes electrónicas de automóviles, para investigar el mercado para sus productos en Europa. Tentativamente, la empresa ha fijado como objetivo a SAAB y Volvo, en Suecia; Fiat, en Italia; a Renault, en Francia, y a Audit, en Alemania, como sus clientes principales. Diseñe un enfoque para el uso de los datos secundarios para ayudar a los comercializadores en la evaluación de estos mercados. Además desarrolle una investigación primaria basada en focus group, indique como estaría integrada, objetivo y necesidades de información. (15 pts.)**

Responder si es Verdadero (V) o Falso (F).- (35 pts).

- 1. Un método de recolección de datos es la entrevista personal y la observación.- ().**

2. Un informe escrito de la investigación de mercado no debe indicar el método de muestreo que se uso.-().
3. Tanto las técnicas Descriptivas como las Inferenciales varían según el nivel de la escala de las variables analizadas.-().
4. Codificación es la asignación de símbolos numéricos a las respuestas, de acuerdo al software que procesará la información.-().
5. El reclutamiento es parte del proceso administrativo en una investigación de mercado.()
6. La obtención de la información es una etapa muy importante porque puede ser causa de errores en la investigación.()
7. El marco muestral no es la lista de los elementos de la población objetivo.-().
8. En las Técnicas Probabilísticas, las probabilidades son la base para la selección de las personas para la muestra.-()
9. Los tipos de fuentes de información no son primarias ni secundarias.()
10. Dependiendo del tipo de investigación puede ser exploratoria, descriptiva o causal.