

**EXAMEN DE MEJORAMIENTO
RETAILING AND MERCHANDISING**

NOMBRE:

FECHA:

1. **La clasificación del retailing se puede dar por: (2 pts.)**
 - a. Actitudes, fuerza de ventas, localización, forma de venta
 - b. Forma de venta, local comercial, fuerza de ventas
 - c. Localización, forma de venta, existencia o no de establecimiento comercial.
 - d. Ninguna de las anteriores
2. **Los productos de ATRACCION son: (2 pts.)**
 - a. Los de compra impulsiva, y deben colocarse distantes para que el cliente recorra mayor superficie.
 - b. Son los más vendidos, y necesitan una zona sin agobios y amplia.
 - c. Son los más vendidos , y es mejor situarlos en cajas.
 - d. Ninguna de las anteriores
3. **A que concepto corresponde la siguiente definición: es un sector económico que engloba a las empresas especializadas en la comercialización masiva de productos o servicios uniformes a grandes cantidades de clientes? (2 pts.)**
 - a. Merchandising
 - b. Retail
 - c. Fuerza de ventas
 - d. Negociación
4. **El área de atracción comercial TEORICA se define: (2 pts.)**
 - a. En función del espacio y tiempo.
 - b. En función del los mts. de distancia entre el domicilio del cliente y el establecimiento.
 - c. En función de lo que tardaría en llegar el cliente al establecimiento.
 - d. Todas las anteriores.
5. **Los Displays son: (2 pts.)**
 - a. Las ilustraciones gráficas con objetivos publicitarios
 - b. Repisas o estanterías que son concebidas para exhibir los artículos.
 - c. Sistema de comunicación sonoro que emite grabaciones intermitentes.
 - d. Ninguna de las anteriores
6. **Las 4 categorías de negocio del Balanced Scorecard son: (2 pts.)**
 - a. Financiera, clientes, procesos globales, formación y crecimiento
 - b. Clientes, procesos internos, formación y crecimiento.
 - c. Financiera, clientes, formación y crecimiento.
 - d. Ninguna de las anteriores
7. **Las orientaciones del comportamiento del consumidor son: (2 pts.)**
 - a. Económica, de comportamiento, afectivo
 - b. Emocional, afectiva, económica
 - c. Económica, psicológica, motivacional.
 - d. Ninguna de las anteriores
8. **Las variables internas que afectan el comportamiento del comprador son: (2 pts.)**
 - a. Estilo de vida, economía, comportamiento, psicología
 - b. Motivaciones, actitud, comportamiento, economía
 - c. Actitud, comportamiento, aprendizaje, estilo de vida
 - d. Ninguna de las anteriores
9. **Se denomina FACINGS a: (2 pts.)**
 - a. Al conjunto total de unidades colocadas en varias filas, en profundidad.

- b. La unidad de producto visible por el cliente en la primera ultima de exposición de un estante
- c. La unidad de producto visible por el cliente en la primera fila de exposición de un estante.
- d. Ninguna de las anteriores

10. Las variables externas que afectan el comportamiento del comprador son: (2 pts.)

- a. Estilo de vida, economía, comportamiento, psicología
- b. Motivaciones, actitud, comportamiento, economía
- c. Actitud, comportamiento, aprendizaje, estilo de vida
- d. Ninguna de las anteriores

11. Indique 5 funciones de los canales de distribución. (5 pts.)

12. Indique los 6 pasos del proceso de compra. (5 pts.)

13. Defina el concepto de TERRITORIOS e indique sus 4 características. (5 pts.)

14. Mencione y explique 3 aspectos de la gestión exitosa de la experiencia de compra. (5 pts.)

15. Indique y explique los 3 tipos de niveles en las góndolas. (5 pts.)

16. Indique las 3 maneras de disposición del mobiliario dentro de un establecimiento y explique únicamente la técnica que es más usada. (5 pts.)