

# ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

## EXAMEN FINAL DE MARKETING

Profesor: M.Sc. Iván Dávila Fadul

Nombre: \_\_\_\_\_

### PARTE I. Opciones Múltiples

(50 puntos).

1. Con respecto a las funciones del envase y embalaje, señale cual afirmación es falsa.
  - a. Signo para ser reconocido por el consumidor en el punto de venta.
  - b. Conservar el mantenimiento de sus cualidades.
  - c. Proteger o contener el producto durante el envío.
  - d. Todas las anteriores.
  - e. Ninguna de las anteriores.
2. El valor de la marca representa el valor creado por la relación entre la marca y el cliente a través del tiempo y que se refleja en una menor vulnerabilidad a las acciones de marketing.
  - a. Verdadero
  - b. Falso
3. El precio del producto debe ser coherente con:
  - a. La imagen de la compañía y la calidad de sus otros productos.
  - b. La imagen de la competencia y la calidad de sus otros productos.
  - c. No depende la imagen ni de la calidad.
4. El punto muerto calcula la cantidad de producto que ha de venderse para cubrir los costes fijos.
  - a. Verdadero
  - b. Falso
5. Con respecto a la fijación de objetivos de acuerdo al nivel de precios, señale cual afirmación es verdadera.
  - a. Soportar o evitar la competencia.
  - b. Supervivencia.
  - c. Conseguir una determinada participación de mercado.
  - d. Todas las anteriores.
  - e. Ninguna de las anteriores.
6. Una estrategia de nivel de precios altos ayuda a mantener la imagen del producto en la relación precio/calidad.
  - a. Verdadero
  - b. Falso
7. Con respecto a la distribución intensiva, señale cual afirmación es verdadera.
  - a. Mejor diálogo con el intermediario.
  - b. No producto en exclusiva.
  - c. Máximo número de puntos de ventas.
  - d. Todas las anteriores.
  - e. Ninguna de las anteriores.
8. El principal papel que desempeña la distribución dentro del programa de marketing de una empresa es el crecimiento individual o asociado para conseguir una posición de poder frente a fabricantes.
  - a. Verdadero
  - b. Falso

9. De acuerdo a las características de la propaganda, señale cual afirmación es falsa.
- Difunde ideas y pensamientos
  - Antepone la actitud para llegar a la conciencia.
  - Dice lo que hay que creer.
  - Todas las anteriores.
  - Ninguna de las anteriores.
10. La persuasión racional analógica, en esta se transmite los contenidos ya sabidos de forma diferente a la literal, con lenguaje figurado.
- Verdadero
  - Falso

## **PARTE II. Caso MNB**

**(50 puntos).**

### **Antecedentes**

MNB es un producto innovador patentado a nivel mundial desarrollado por un grupo muy avanzado y experto de bio-investigadores pertenecientes a la compañía multinacional española Maja, fabricado mediante extractos obtenidos de huesos de ganado. El fosfato cálcico activo obtenido de los mismos, ayuda a activar las células, mejora la forma física mientras disuelve el alcohol en la sangre.

Su utilización es recomendable cuando se empiezan a padecer los mareos típicos de una indigestión alcohólica tras un banquete, fiesta o aperitivo. Asimismo, es recomendable para prevenir la resaca y otros efectos posteriores derivados de la indigestión de alcohol, mientras mejora y reconstruye la situación del cuerpo.

MNB es la única bebida mineral absolutamente natural. Es una bebida beneficiosa para la salud y la única en el mercado destinada a disolver el alcohol ingerido. Proporciona un efecto estable y es un fuerte previsor de la ingestión alcohólica de bajo componente calorífico. Contiene elementos ricos en contenido mineral. Se puede transportar en cualquier sitio e ingerir a cualquier hora. "NO ES UN PRODUCTO MILAGROSO",

En la vida actual hay ciertas ocasiones en las que es difícil evitar beber con amigos o compañeros de profesión, clientes, etc..., y algunas veces no se puede evitar beber más de la cuenta. Cuando el alcohol llega al estómago, el cerebro empieza a titubear. <Sabe Ud. que entonces su cuerpo empieza a sufrir?> Con MNB, la filosofía de beber ha cambiado, desde la idea de sufrir bebiendo, a la idea de disfrutar bebiendo conservando una buena salud.

### **Funcionamiento y Utilización del MNB**

Las propiedades fundamentales del MNB son la disolución rápida del alcohol, y la recuperación veloz tras un estado de embriaguez; pero no solo eso sino que se puede utilizar para conservar un buen estado de salud aunque no se haya ingerido alcohol. Protege el estómago, los intestinos, la sangre y el hígado a efectos de la ingestión de alcohol.

Esto se consigue porque el MNB contiene minerales activos que añadidos al alcohol, lo suavizan, le quitan la fuerza evitando los vómitos, malestar general o la terrible resaca inherente al consumo de bebidas alcohólicas.

En Asia se utiliza como bebida refrescante que se consume en una dosis (6,5cms x 1,7cms). No se considera un producto farmacéutico, sino una bebida refrescante. Otros usos suavizar el sabor del alcohol y facilitador de la digestión. Se comercializa en farmacia de Japón.

### **Precios**

PVP sugerido: \$3.

### **Cuestiones a resolver:**

- De acuerdo a lo aprendido en clase, determine el segmento al cual esta dirigido el producto. (10 puntos)
- Desarrolle estrategia de producto y precios. (20 puntos)
- Desarrollar una política de distribución y comunicación para la incursión del producto en Ecuador. (20 puntos)