ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
FACULTAD DE CIENCIAS NATURALES Y MATEMÁTICAS
Departamento de Matemáticas
PRIMERA EVALUACIÓN DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO
Guayaquil, 27 de noviembre de 2012

Nombre:……. Firma……Paralelo…

Cada tema equivale a un 10% de la nota total.

1. Defina Investigación de Mercado.

2. Complete: De acuerdo a su clasificación, una investigación de mercado puede usarse

   para…….o para ……..

3. Maque con un ✓ las actividades requeridas para la definición del problema de investigación de mercado.

   ☐ Elaboración de una metodología.

   ☐ Discusiones con los directivos.

   ☐ Entrevistas con expertos.

   ☐ Pilotaje.

4. Maque con un ✓ los problemas que necesitan una investigación de mercado.

   ☐ Determinar las cualidades del producto que valoran más los consumidores.

   ☐ Identificar el proceso de compra de los clientes.

   ☐ Diseñar una estrategia para aumentar la rentabilidad del negocio.

   ☐ Seleccionar la metodología adecuada para administrar los recursos del negocio.

5. Responda verdadero o falso

   a. La entrevista a profundidad es un procedimiento concluyente. ( )
   b. Los diseños concluyentes utilizan muestras grandes. ( )
   c. Los diseños longitudinales son más confiables que los transversales. ( )
   d. La técnica proyectiva es un procedimiento exploratorio directo. ( )

6. Mencione dos ventajas y dos desventajas de los datos secundarios.

VENTAJAS	**DESVENTAJAS**

7. Complete: Los diseños conclusivos descriptivos, se clasifican en método de…… y método de...……..

8. Maque con un ✓ los métodos de observación por modo de aplicación.

   ☐ Análisis de contenido.

   ☐ Inventario.

   ☐ Encubrimiento.

   ☐ Estructurado.

9. Compare la encuesta telefónica con la encuesta por correo respecto a:

    a. El anonimato percibido.

    b. La tasa de respuesta.

10. Explique dos objetivos de un cuestionario.