



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
EXAMEN DE MARKETING
PRIMER PARCIAL II TERMINO 2013-2014

APELLIDOS: _____ **NOMBRES:** _____
MATRÍCULA: _____ **PARALELO:** _____
PROFESORA: Olga C. Martín Moreno, MMGC

COMPROMISO DE HONOR

“Al firmar este compromiso, reconozco que el presente examen está diseñado para ser resuelto de manera individual, que puedo usar una calculadora *ordinaria* para cálculos aritméticos, un lápiz o esferográfico; que solo puedo comunicarme con la persona responsable de la recepción del examen; y, cualquier instrumento de comunicación que hubiere traído, debo apagarlo y depositarlo en la parte anterior del aula, junto con algún otro material que se encuentre acompañándolo. No debo además, consultar libros, notas, ni apuntes adicionales a las que se entreguen en esta evaluación. Los temas debo desarrollarlos de manera ordenada.

Como estudiante de FCSH me comprometo a combatir la mediocridad y actuar con honestidad, por eso no copio ni dejo copiar”

Firma de compromiso del estudiante

Firmo al pie del presente compromiso, como constancia de haber leído y aceptar la declaración anterior.

Primera Parte: Conteste y desarrolle las siguientes preguntas (10 puntos cada una; Total 50 puntos):

1. Establezca la diferencia entre exportación e inversión directa para realizar la introducción de un producto/ servicio en un país.
2. Detalle los componentes de la competencia que corresponden a la fuerza competitiva de las empresas.
3. Mencione las etapas de decisión de compra del consumidor.
4. Indique en detalle en qué consiste el Marketing para la sociedad
5. Explique el concepto de disonancia cognoscitiva y dé un ejemplo distinto al revisado en clase.

Segunda parte: Seleccione la respuesta correcta (5 cada una; Total: 20 puntos)

1. Los atributos subjetivos y objetivos que se usan en la comparación de productos y marcas son:
 - a) Fuentes de negocio
 - b) Criterios de evaluación
 - c) Factores ambientales
 - d) Fuerzas externas
2. La fuerza impulsora para la satisfacción de una necesidad es:
 - a) Deseo
 - b) Motivación
 - c) Percepción
 - d) Disonancia Cognoscitiva
3. Las características demográficas de la población se estudian en las:
 - a) Fuerzas competitivas
 - b) Fuerzas sociales
 - c) Fuerzas tecnológicas
 - d) Fuerzas demográficas
4. Los impuestos sobre los bienes o servicios que ingresan a un país son:
 - a) Impuestos
 - b) Cuota
 - c) Aranceles
 - d) Proteccionismo

Tercera parte: Desarrolle las siguientes preguntas (Total: 20 puntos)

1. Determine el proceso de planeación estratégica en detalle.
2. Detalle el primer trabajo que tuvo Amancio Ortega – Libro “De cero a Zara”