



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
EXAMEN DE MARKETING DE SERVICIOS
SEGUNDO PARCIAL DEL II TERMINO 2015-2016

APELLIDOS: _____ NOMBRES: _____
MATRÍCULA: _____ PARALELO: _____

COMPROMISO DE HONOR

Yo, _____ 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 la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas me comprometo a combatir la mediocridad y actuar con honestidad, por eso no copio ni deajo copiar.

Firma de compromiso del estudiante

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

RESULTADO DE EVALUACION A MEDIR:

- Tener una educación amplia para comprender el impacto de las soluciones de su carrera profesional en el contexto global, económico, ambiental y social.
- Comprender, desarrollar y ejecutar las herramientas de marketing que permitan una acertada comercialización y venta de productos y servicios, sean estos nuevos o existentes.

Escoja la alternativa correcta para las siguientes preguntas (40 PUNTOS, 5 PUNTOS CADA UNA)

- Establezca si la siguiente afirmación es verdadera o falsa: A medida que pasa el tiempo, la distribución de servicios se realiza a través de canales electrónicos y físicos. Sustente su respuesta**
 - Falso
 - Verdadero
- La estrategia de precios en la industria de servicios recae en tres pilares:**
 - Competencia, costos, valor añadido para el consumidor.
 - Costos, clientes de la competencia, vulnerabilidad.
 - Análisis del consumidor, costos, competencia.
 - Competencia, costos, servicio al consumidor.
- El objetivo de la comunicación de servicios es:**
 - Vencer la intangibilidad.
 - Hacer el marketing mix de servicios.
 - Informar al cliente acerca de la mala experiencia que tendrá.
 - Comunicar los servicios de la competencia.
- Un "blueprint" es:**
 - Una pieza táctica.
 - Un flujograma.
 - Un plano cartesiano.
 - Una herramienta de liderazgo.
- El marketing mix de comunicación de servicios incluye:**
 - Publicidad, relaciones públicas, material institucional, comunicación personal.
 - Diseño corporativo, publicidad, creatividad, promoción de venta.
 - Material institucional, diseño corporativo, relaciones públicas y ventas.
 - Diseño corporativo, publicidad, free press y creatividad.
- La implementación de un flujograma de servicios sirve para identificar las principales acciones de los consumidores. Sustente su respuesta.**
 - Verdadero
 - Falso

