

EXAMEN SEGUNDO PARCIAL
ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

NOMBRE:

FECHA:

1. **Las técnicas cualitativas de una investigación exploratoria son? (2 pts.)**
 - a. Encuestas, entrevistas personalizadas, grupo de referencia
 - b. Entrevistas a profundidad, grupo focal, encuesta piloto
 - c. Video conferencias, entrevista a profundidad, grupo de referencia
 - d. Ninguna de las anteriores
2. **La habilidad del encuestado para responder preguntas con exactitud depende de: (2 pts.)**
 - a. El encuestado desee cooperar, el encuestado es olvidadizo
 - b. El encuestado es agresivo, el encuestado esta desinformado
 - c. El encuestado esta desinformado, el encuestado es olvidadizo
 - d. Ninguna de las anteriores
3. **Cuál es el tipo de investigación cuyo diseño se caracteriza por procedimientos formales y, comprende necesidades definidas de objetivos e información relacionadas con la investigación?: (2 pts.)**
 - a. Investigación exploratoria
 - b. Investigación concluyente
 - c. Investigación de mercado
 - d. Ninguna de las anteriores
4. **Los procedimientos probabilísticos son: (2 pts.)**
 - a. Muestra por conveniencia, muestra estratificada, muestra por conglomerados.
 - b. Muestra por juicios, muestra por prorratio, muestra aleatoria simple
 - c. Muestra por conveniencia, muestra por juicios, muestra por prorratio
 - d. Muestra aleatoria simple, muestra estratificada, muestra por conglomerados.
5. **Los aspectos de la planeación de las operaciones de campo son: (2 pts.)**
 - a. Programación del tiempo, programación de encuestas, programación de elementos, presupuesto
 - b. Presupuesto, medición del tiempo, personal, programación de encuestas
 - c. Programación del tiempo, presupuesto, personal, medición de las encuestas
 - d. Ninguna de las anteriores
6. **Un grupo focal típico dura entre: (2 pts.)**
 - a. 2 y 3 horas
 - b. 1.5 y 2 horas
 - c. 20 y 30 minutos
 - d. 40 a 45 minutos
7. **La renuencia de que un encuestado pueda responder con exactitud puede atribuirse a: (2 pts.)**
 - a. Error del tamaño de la muestra, error muestral.
 - b. Error de medición, error del tamaño de la muestra.
 - c. Error de no respuesta, error de medición.
 - d. Ninguna de las anteriores
8. **Los métodos de comunicación con los encuestados son: (2 pts.)**
 - a. Grupo focal, entrevistas personalizadas, entrevista telefónica, grupo de referencia.
 - b. Entrevista personal, entrevista telefónica, entrevista por correo, entrevista puerta a puerta.
 - c. Entrevista electrónica, entrevista por correo, entrevista telefónica, entrevista personal.
 - d. Ninguna de las anteriores.
9. **Algunos enfoques para tratar el sesgo que resulta de la renuencia de los encuestados a responder con exactitud son: (2 pts.)**
 - a. Enunciado contrarrestado, enunciado de respuesta, respuestas no aleatorias, enunciado directo.
 - b. Enunciado indirecto, enunciado claro, respuestas no aleatorias, respuestas clasificadas.

- c. Enunciado contrarrestado, enunciado indirecto, categorías de respuestas clasificadas, técnicas de respuestas aleatorias.
- d. Ninguna de las anteriores.

10. Las variaciones posibles para los grupos focales son: (2 pts.)

- a. Grupos extra grandes, grupos focales unilaterales, grupos moderador-participantes.
- b. Mini grupos, grupos focales bilaterales, grupos clientes-participantes.
- c. Mini grupos, grupos bifocales, grupos moderador-clientes.
- d. Ninguna de las anteriores.

11. Indique la definición de ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD. (5 pts.)

12. Mencione los 3 TIPOS DE DATOS de los encuestados. (5 pts.)

13. Mencione y explique los 3 tipos de preguntas que van desde formatos de respuestas no estructuradas a estructuradas. (5 pts.)

14. Mencione las 5 secciones de las que consta por lo general un cuestionario. (5 pts.)

15. Indique los 3 aspectos de los que depende el tamaño de la muestra. (5 pts.)

16. Defina en qué consiste el muestreo ESTRATIFICADO y elabore un pequeño ejemplo. (5 pts.)

17. Defina los siguientes términos:(10 pts.)

a. Elemento:

b. Población:

c. Unidad de muestreo:

d. Marco muestral:

e. Población del estudio: