EXAMEN DE ESTUDIO DE MERCADO, I TERMINO 12 Dic 2010 Nombre:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1.-CUAL de los siguientes es el concepto correcto de lo que debe reflejar una investigación de mercado

a.- La evolución y la estrategia del proveedor b.-la opinión de la competencia

c.-Los cambios en los hábitos de compra d.-Los cambios en la conducta del proveedor

e.- Todos los anteriores f.-Ninguno de los anteriores

1.a.-Indique la razón de su selección 1b.- De un ejemplo aplicado

2. PARA QUE se utiliza la investigación de mercado. **Señale las respuestas correctas**

1. **Introducir** al mercado un nuevo producto o servicio
2. **Que los canales** de distribución sean más apropiados para el producto
3. **Conocer** la estrategia de promoción y publicidad
4. **Conocer** una situación especifica del producto o servicio en el mercado

2.a.-Indique la razón de su selección 2b.- De un ejemplo aplicado

3.- CUALES de los siguientes **SON** **OBJETIVOS** de la investigación de mercado

1. Analizar el mercado de las materias primas e insumos para el proceso productivo.
2. Conocer los posibles efectos sobre las actividades pasadas.
3. Estudiar el mercado competidor
4. Caracterizar al usuario o target previa segmentación del mercado.
5. Limitar la cobertura geográfica a cubrir.

3.a.-Indique la razón de su selección 3b.- De un ejemplo aplicado

4.- Dentro de las fuentes de información, a quien corresponden los documentales?(multiple)

1.- Primaria 2.-Secundaria 3.- Personal 4.- Institucional 5.- Por excepción

4a.-Indique la definición de su concepto 4b.- De un ejemplo aplicado de cada uno

5.- Indique QUE ES la investigación descriptiva;

5a.- De las opciones descritas, EN QUÉ CASOS las utiliza?, Señale la respuesta incorrecta

1.- Cuando quiere conocer por qué esta un producto es una situación específica en el mercado

2.- Cuando un producto va a lanzar una campaña publicitaria para vender mas

3.- Cuando quiere conocer aspectos cuantitativos y cualitativos del mercado

4.- Cuando va a lanzar un producto al mercado

5b.-Indique la razón de su selección 5c.- De un ejemplo aplicado