

EXAMEN DE MEJORAMIENTO
ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

NOMBRE:

FECHA:

- 1. Cuáles son los componentes del sistema de marketing? (2 pts.)**
 - a. Variables dependientes, mezcla de marketing
 - b. Factores situacionales, medidas de desempeño
 - c. respuestas de comportamiento, variables independientes
 - d. Todas las anteriores
- 2. 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
- 3. Dentro del diseño de investigación se debe especificar: (2 pts.)**
 - a. Tipo de información, fuentes de datos, encuestadores, tema
 - b. Tema, procedimientos, fuentes de datos, análisis de recolección de datos.
 - c. Objetivo, tema de estudio, procedimiento, análisis de recolección de datos
 - d. Ninguna de las anteriores
- 4. 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.
- 5. La investigación Concluyente puede ser: (2 pts.)**
 - a. Descriptiva, longitudinal.
 - b. Causal, transversal
 - c. Explorativa, de monitoreo
 - d. Descriptiva, causal
- 6. Los diseños de investigación descriptiva pueden utilizarse en las siguientes fuentes de datos: (2 pts.)**
 - a. Datos secundarios, simulación, experimentos
 - b. Simulación, formulación de preguntas a encuestados, experimentos
 - c. Formulación de preguntas a encuestados, simulación, datos secundarios
 - d. Ninguna de las anteriores
- 7. 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
- 8. La escala NOMINAL es: (2 pts.)**
 - a. Aquella que mide si un objeto o evento tiene, o no, más o menos de una característica que algún otro objeto o evento.
 - b. Aquella en la cual los números sirven sólo como etiquetas para identificar o clasificar por categorías objetivos o eventos.
 - c. Aquella que tiene todas las propiedades de una escala de intervalos más un punto cero absoluto.
 - d. Todas las anteriores.
- 9. La Clasificación de las fuentes potenciales de error es: (2 pts.)**
 - a. Características a corto plazo del encuestado, factores situacionales, factores de recolección de datos
 - b. Medición de factores del instrumento, factores de análisis de datos.

- c. Ninguna de las anteriores
- d. Todas las anteriores.

10. 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

11. Indique la diferencia entre VALIDÉZ Y CONFIABILIDAD de un proceso de medición. (5 pts.)

12. Mencione los 3 métodos para estimar la confiabilidad. (5 pts.)

13. Indique las 5 características de las técnicas cualitativas dentro de una investigación explorativa. (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.)