



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL  
FACULTAD DE ECONOMIA Y NEGOCIOS



## FUNDAMENTOS DE MERCADEO

EXAMEN PARCIAL

I TÉRMINO 2011-2012

Jueves 8 de Julio del 2011

NOMBRE: \_\_\_\_\_ PARALELO: \_\_\_\_\_

### Examen del Primer Parcial

**Escoja la alternativa correcta para las siguientes preguntas (40 puntos):**

- Un producto con baja participación de mercado se localiza en la matriz BCG en:
  - Perro
  - Estrellas
  - Vaca de dinero
  - Ninguna de las anteriores
- La declaración de misión de una compañía debe ser:
  - Motivante, realista, específica
  - Competitiva, realista, específica
  - Competitiva, realista, general
  - Motivante, consecuente, general
- La planificación estratégica de una compañía es:
  - Una planificación a corto plazo
  - Una planificación a ser modificada anualmente
  - Una planificación a largo plazo
  - Ninguna de las anteriores
- La unidad de la empresa que tiene misión y objetivos aparte y que se puede planear con independencia de los demás negocios de la empresa es:
  - Visión
  - SBU
  - Marketing
  - FODA

**Desarrolle las siguientes preguntas (30 puntos):**

- Enumere y explique cada uno de los pasos para realizar una investigación de mercados.
- ¿Qué diferencia existe entre el concepto de venta y el de marketing?
- Realice el modelo de conducta de los consumidores y explíquelo brevemente.

**Desarrolle el siguiente caso (30 puntos)**

- Suponga que usted es el director de marketing del Grupo Nestlé en Ecuador, y está realizando un estudio para realizar un nuevo posicionamiento de su producto de café soluble "Nescafé Clásico". Determine detalladamente cada uno de los pasos de la segmentación, determinación y posicionamiento del mercado que usted realizaría.