



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL  
FACULTAD DE ECONOMIA Y NEGOCIOS



## FUNDAMENTOS DE MERCADEO

EXAMEN FINAL

I TÉRMINO 2011-2012

2 de septiembre de 2011

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

PROFESORA: Olga C. Martín Moreno, MMGC

**Escoja la alternativa correcta para las siguientes preguntas (10 puntos cada una):**

1. En la base de segmentación de mercados, el micromarketing consiste en establecer:
  - a) Diferentes productos a uno o más segmentos
  - b) Mismo producto a todos los consumidores
  - c) Diferentes productos a subgrupos de segmentos
  - d) Productos y programas de marketing adaptados a los gustos de individuos o lugares
2. Las características de los servicios son:
  - a) Indivisibilidad, variabilidad, intangibilidad, caducidad
  - b) Intangibilidad, inseparabilidad, variabilidad, caducidad
  - c) Caducidad, Intangibilidad, inseparabilidad, estabilidad
  - d) Variabilidad, caducidad, fiabilidad, intangibilidad
3. Las estrategias de fijación de precios en una empresa son:
  - a) Costo más margen, competencia, precio/valor
  - b) Mercado, costo más margen, precio/valor
  - c) Costo más margen, competencia, precio/calidad
  - d) Competencia, costo más margen, punto de equilibrio

**Desarrolle las siguientes preguntas (70 puntos):**

4. ¿Cuáles son los Objetivos de marketing que afectan las decisiones de fijación de precios?
5. Establezca y describa los requisitos para segmentar eficazmente
6. Establezca los niveles y detalle tipos de canales de distribución de marketing.
7. Realice la matriz estrategia de marca y describa cada una de las variables.
8. Detalle los pasos para escoger e implementar una estrategia de posicionamiento