



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL
FACULTAD DE ECONOMIA Y NEGOCIOS



FUNDAMENTOS DE MERCADEO

EXAMEN DE MEJORAMIENTO

I TÉRMINO 2011-2012

16 de septiembre de 2011

NOMBRE: _____ PARALELO: _____

PROFESORA: Olga C. Martín Moreno, MMGC

Escoja la alternativa correcta para las siguientes preguntas (50 puntos):

1. En la base de segmentación de mercados, el micromarketing consiste en establecer:
 - a) Diferentes productos a subgrupos de segmentos
 - b) Diferentes productos a uno o más segmentos
 - c) Mismo producto a todos los consumidores
 - d) Productos y programas de marketing adaptados a los gustos de individuos o lugares
2. La declaración de misión de una compañía debe ser:
 - a) Motivante, realista, específica
 - b) Competitiva, realista, específica
 - c) Competitiva, realista, general
 - d) Motivante, consecuente, general
3. La planificación estratégica de una compañía es:
 - a) Una planificación a corto plazo
 - b) Una planificación a largo plazo
 - c) Una planificación a ser modificada anualmente
 - d) Ninguna de las anteriores
4. 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:
 - a) Visión
 - b) Marketing
 - c) SBU
 - d) FODA
5. Las características de los servicios son:
 - a) Indivisibilidad, variabilidad, intangibilidad, caducidad
 - b) Caducidad, Intangibilidad, inseparabilidad, estabilidad
 - c) Variabilidad, caducidad, fiabilidad, intangibilidad
 - d) Intangibilidad, inseparabilidad, variabilidad, caducidad

Desarrolle las siguientes preguntas (50 puntos):

6. Establezca y describa los requisitos para segmentar eficazmente
7. Enumere y explique cada uno de los pasos para realizar una investigación de mercados.
8. Realice el modelo de conducta de los consumidores y explíquelo brevemente.
9. Establezca los niveles y detalle tipos de canales de distribución de marketing.
10. Realice la matriz estrategia de marca y describa cada una de las variables.