EXAMEN DE PRIMER PARCIAL DE FUNDAMENTOS DE MERCADEO - FIEC

PROFESOR: Ing. Mónica González FECHA: 29 de noviembre de 2011

NOMBRE:

1. Elija y encierre en un círculo la respuesta correcta (10 puntos)
2. Las 4 herramientas que usa la estrategia de Marketing son:
   1. Demográfico, Encuesta, Precio, Mercado
   2. Producto, Precio, Plaza, Promoción
   3. Precio, Características sicológicas del cliente, Expectativas, Deseos
   4. Todas las anteriores
3. Las fuerzas del Microentorno de la empresa son
   1. Demográfico, Económico, Tecnológico, Político, Cultural, Natural
   2. Entender Mercado, Diseñar estrategia, Crear relación y captar valor de los clientes
   3. Proveedores, Compañía, Clientes, Competencia, Público, Intermediarios Mkt.
   4. Ninguna de las anteriores
4. Indique los principales pasos de la planeación estratégica
   1. Definir la Misión de la empresa, Diseñar la cartera de negocio
   2. Planear estrategias de Marketing, de Ventas, Finanzas, etc, para alcanzar las metas propuestas
   3. Fijar los objetivos y metas que la empresa desea alcanzar
   4. Todas las anteriores
5. La UEN que tiene muy alta participación en un Mercado con una tasa de crecimiento muy pobre se ubica según la matriz BCG en:
   1. Estrella
   2. Signo Interrogación
   3. Vaca de dinero en efectivo
   4. Perro
   5. Ninguna de las anteriores
6. Características del comprador NASCAR que influyen en su decisión de compra
   1. Edad y etapa de ciclo vida
   2. Ocupación
   3. Situación económica
   4. Estilo de vida
   5. Todas las anteriores
7. Indique si los siguientes enunciados son verdaderos o falsos escribiendo la letra V o la letra F (10 puntos)
   1. Los vendedores son los principales responsables de la labor de Marketing en una empresa
   2. La labor de Marketing empieza antes de que la compañía tenga un producto
   3. El Marketing es más un gasto que una inversión
   4. La tarea del Marketing es vender el producto que está con mayor inventario en la empresa
   5. La labor de generar y satisfacer las necesidades de los clientes corresponde a toda la organización
8. Responda (10 puntos)
   1. Ilustre con un ejemplo la miopía del marketing
   2. Explique el siguiente gráfico:
   3. Qué es la “propuesta de valor” de una empresa
   4. Que es la mezcla de marketing, en que variables puede influir desde el punto de vista del comprador y del vendedor
   5. Cuáles son las fuerzas del macroentorno de la empresa?
9. Harley-Davidson (10 puntos)
   1. Cuál es la oferta de mercado
   2. Cuáles son los elementos clave de las labores que realiza para crear relaciones con sus clientes
10. Amazon (10 puntos)
    1. Cuál es la oferta de mercado
    2. Cuáles son los elementos clave de las labores que realiza para crear relaciones con sus clientes