EXAMEN DE ESTUDIO DE MERCADO, I TERMINO 27 Nov 2012 Nombre:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1.-Indique 4 aspectos que debe reflejar una investigación de mercado

1.a.-Escriba un ejemplo aplicado

a.- \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ c.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

b.- \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ d.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2. PARA QUE se utiliza la investigación de mercado. **Indique 4 enfoques apropiados**

a.- \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ c.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

b.- \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ d.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

3.- Indique **4** **OBJETIVOS** de la investigación de mercado

a.- \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ c.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

b.- \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ d.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

4.- QUE ES un Producto Complementario ?

4.a- Describa un ejemplo explicativo 4.b.-C.- Explique la razón por la que surgen y existe estos negocios

5.-A QUIEN corresponde el siguiente concepto

5.a.-Indique la razón de su selección 5b.- De un ejemplo aplicado

Este es definido como el precio que hace que el consumidor ignore la diferencia económica entre el producto de referencia. Este precio se basa en el análisis del potencial de beneficios que puede esperar del consumidor de un determinado producto.

1.- Precio por Competencia 2.- Precio de venta deseable 3.- Precio máximo aceptable

6.- Indique QUE ES la investigación descriptiva;

6a.- EN QUÉ CASOS las utiliza?,

6b.- De un ejemplo aplicado

1.- Concepto:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1.- Concepto:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

7.- Dentro de las fuentes de información, a quien corresponden los documentales?(multiple)

1.- Primaria 2.-Secundaria 3.- Personal 4.- Institucional 5.- Por excepción

7.a.-Indique la definición de su concepto 7b.- De un ejemplo aplicado a uno de ellos

8.-Que es la información cualitativa:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

8.a.-De un ejemplo aplicado

9.- Que es Mercado Primario,y Secundario, Mercado Potencial, Real y En Proceso

Describa un ejemplo aplicado

10.- Cuales son los factores limitativos de la comercialización 10.- De un ejemplo aplicado