

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL
FACULTAD DE INGENIERIA ELECTRICA Y COMPUTACION
LICENCIATURA EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN
MARKETING PARA DESARROLLADORES DE SOFTWARE
I TERMINO 2014 PRIMERA EVALUACION

Nombre: _____

Compromiso de Honor

Yo, _____ al firmar este compromiso, reconozco que el presente examen está diseñado para ser resuelto de manera individual, que puedo usar una calculadora ordinaria para cálculos aritméticos, un lápiz o esferográfico, que solo puedo comunicarme con la persona responsable de la recepción del examen, y, cualquier instrumento de comunicación que hubiere traído, debo apagarlo y depositarlo en la parte anterior del aula, junto con algún otro material que se encuentre acompañándolo. No debo además, consultar libros, notas, ni apuntes adicionales a las que se entreguen en esta evaluación. Los temas debo desarrollarlos de manera ordenada.

Firmo al pie del presente compromiso, como constancia de haber, leído y aceptar la declaración anterior.

Firma

Número de Matrícula:

1. (20 puntos) Mediante **ejemplos** explique lo que son:

a) Deseos	
b) Demandas	
c) Necesidades	
d) Segmento del Mercado	

2. (10 puntos) Incluir en el siguiente cuadro **los elementos de la matriz BCG Consulting**

Tasa de crecimiento de mercado	Alta		
	Baja		
		Alta	Baja
		Participación relativa de mercado	

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL
FACULTAD DE INGENIERIA ELECTRICA Y COMPUTACION
LICENCIATURA EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN
MARKETING PARA DESARROLLADORES DE SOFTWARE
I TERMINO 2014 PRIMERA EVALUACION

3. (20 puntos) Emparejar las siguientes ideas, colocar en el espacio en **blanco el literal que corresponde a la definición indicada**

A. Concepto de producción	Idea que los consumidores prefieren productos que ofrecen lo mejor en calidad, desempeño y características	
B. Concepto de marketing social	Filosofía de la dirección de marketing, según la cual el logro de las metas de la organización depende de la determinación de las necesidades y los deseos de los mercados metas.	
C. Concepto de producto	Idea que los consumidores no compraran una cantidad suficiente de los productos de la organización	
D. Concepto de venta	Una empresa debe tomar buenas decisiones de marketing considerando los deseos de los consumidores	
E. Concepto de Marketing	Idea que los consumidores prefieren productos que están disponibles y que son muy costeables	

4. (10 puntos) Coloque la definición de los siguientes tipos de **marketing y elabore un ejemplo de cada uno.**

	Definición	Ejemplo
Marketing 1.0		
Marketing 2.0		
Marketing 3.0		

5. Del siguiente caso e Bay Inc., identifique y explique dos (2) **factores de macro entorno** y dos (2) **factores de micro entorno**