EXAMEN 1ER PARCIAL MPDDS 30/11/2009 Nombre:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

NO SE ADMITEN TACHONES, **LEA BIEN** LA PREGUNTA ANTES DE ASIGNAR SU RESPUESTA.

1.- Circule la respuesta correcta: El **MERCADO REAL** es todo individuo u organización:

1.- Que tiene interés manifiesto en utilizar su servicio?

2.-Que tiene poder de compra y medios financieros para pagar sus servicios?

3.- Que tiene o usa su producto o servicio y además posee los recursos económicos disponibles

4.- Que tiene características identificables y se acopla mejor a nuestro producto al cual satisfacemos su necesidad.?

5.-Todas las Anteriores

6.- Ninguna de las anteriores.

2.- A que Etapa corresponde la siguiente característica: **De Consolidación del Producto a la Madurez Tecnológica**

a.- Introducción al mercado b.- Desmarketing c.- Declinación del Mercado

d.- Crecimiento del mercado e.- Mantenimiento f.- Travesía del Desierto

2.- Cual de los siguientes **no forma parte del análisis del mercado**:

1.-Factores del Análisis inmediato de los datos a estructurar, basado en hechos históricos por comprobar

2.- Factores Socioculturales de actitud y comportamiento del entorno

3.-Factores de la Competencia que permiten conocer el desarrollo de sus productos

4.-Factores Tecnológicos como fuerza impulsadora para el desarrollo del producto

3.- Circule la respuesta correcta: Que es el **Mercado Secundario**:

1.- El grupo objetivo que mejor se adapta a nuestro producto o servicio?

2- A quien dirigimos nuestro mejor esfuerzo

3- A quien va a comunicar por efecto de cobertura

4- **El objetivo** del análisis DAFO es: Circule la respuesta incorrecta

1.- Aprovechar Oportunidades. 2.- Eliminar las amenazas 3.- Corregir Debilidades 4.-Todas 5.- Ninguna

6.-**Correlacione** los siguientes conceptos: Solo uno debe quedar en blanco, ya que no corresponde

1- Marca (\_\_) 2- Posicionamiento (\_\_) 3- Top of Mind (\_\_) 4- Promoción (\_\_) 5-Promesa Básica (\_\_)

a.- Aquel producto que es fácil de recordar, fácil de escribir y fácil de pronunciar

b.-El recordar rápidamente el nombre de la marca, en el momento de necesitar un producto o servicio

c.- Aquello que permite que el consumidor adquiera el producto en una menor cantidad de tiempo

d.-La forma en que se percibe un producto, bien o servicio en la mente del consumidor

7.- **Que es** un Sistema de Marketing Simple**:**

1.- Es la mejor forma de establecer la comercialización de un producto o servicio

2.- Es la forma más primitiva de comercializar un producto o servicio

3.- Es el que está formado por un conjunto de industrias y un conjunto de vendedores

4.- Todos los anteriores

8.- Escriba tres diferencias entre Marketing y Ventas

Marketing 1.­­\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_­­­­­­­­­­­­­ 2.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 3.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Ventas 1.­­\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_­­­­­­­­­­­­­ 2.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 3.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

10- Circule la respuesta correcta: Los **Beneficios de una buena segmentación** son:

1.- Poder identificar un nicho propio donde tenga competencia directa

2.-La posibilidad de crecer en segmentos con competidores

3.-El poder maximizar el uso de los presupuestos para gastos

4.-Focalizar mejor la estrategia de Marketing

5.- Desarrollar el posicionamiento para los mercados competidores

Desarrollado

1.- Circule la respuesta correcta: El **MERCADO REAL** es todo individuo u organización:

1.- Que tiene interés manifiesto en utilizar su servicio?

2.-Que tiene poder de compra y medios financieros para pagar sus servicios?

3.- Que tiene o usa su producto o servicio y además posee los recursos económicos disponibles X

4.- Que tiene características identificables y se acopla mejor a nuestro producto al cual satisfacemos su necesidad.?

5.-Todas las Anteriores

6.- Ninguna de las anteriores.

2.- A que Etapa corresponde la siguiente característica: **De Consolidación del Producto a la Madurez Tecnológica**

a.- Introducción al mercado b.- Desmarketing c.- Declinación del Mercado

d.- Crecimiento del mercado e.- Mantenimiento X f.- Travesía del Desierto

2.- Cual de los siguientes **no forma parte del análisis del mercado**:

1.-Factores del Análisis inmediato de los datos a estructurar, basado en hechos históricos por comprobar X

2.- Factores Socioculturales de actitud y comportamiento del entorno

3.-Factores de la Competencia que permiten conocer el desarrollo de sus productos

4.-Factores Tecnológicos como fuerza impulsadora para el desarrollo del producto

3.- Circule la respuesta correcta: Que es el **Mercado Secundario**:

1.- El grupo objetivo que mejor se adapta a nuestro producto? 2- A quien dirigimos nuestro mejor esfuerzo

3- A quien va a comunicar por efecto de cobertura X 4.- El grupo nicho de mercado

4- **El objetivo** del análisis DAFO es: Circule la respuesta incorrecta

1.- Aprovechar Oportunidades. 2 X Eliminar las amenazas 3.- Corregir Debilidades 4.-Todas 5.- Ninguna

6.-**Correlacione** los siguientes conceptos: Solo uno debe quedar en blanco, ya que no corresponde

1- Marca (\_a\_) 2- Posicionamiento (\_d\_) 3- Top of Mind (b\_\_) 4- Promoción (\_c\_) 5-Promesa Básica (\_\_)

a.- Aquel producto que es fácil de recordar, fácil de escribir y fácil de pronunciar

b.-El recordar rápidamente el nombre de la marca, en el momento de necesitar un producto o servicio

c.- Aquello que permite que el consumidor adquiera el producto en una menor cantidad de tiempo

d.-La forma en que se percibe un producto, bien o servicio en la mente del consumidor

7.- **Que es** un Sistema de Marketing Simple**:**

1.- Es la mejor forma de establecer la comercialización de un producto o servicio

2.- Es la forma más primitiva de comercializar un producto o servicio X

3.- Es el que está formado por un conjunto de industrias y un conjunto de vendedores

4.- Todos los anteriores

8.- Escriba tres diferencias entre Marketing y Ventas

**Marketing**  1.­\_Orientado al largo plazo­­­­­­­­­­­­­ 2.-\_Orientado a las necesidades del cliente 3.- Primero investiga, después desarrolla el producto

**Ventas**  1.­­Orientado al corto plazo­­­­­­­­­­­­­ 2.-Orientado a la necesidad del vendedor 3.- Primero desarrola el produco, luego busca quien lo compre

10- Circule la respuesta correcta: Los **Beneficios de una buena segmentación** son:

1.- Poder identificar un nicho propio donde tenga competencia directa

2.-La posibilidad de crecer en segmentos con competidores

3.-El poder maximizar el uso de los presupuestos para gastos

4.-Focalizar mejor la estrategia de Marketing X

5.- Desarrollar el posicionamiento para los mercados competidores