**Examen parcial Estudio de Mercado Nombre:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Dic 02 - 2009**

**1.-EXPLIQUE QUE ES UN SUBPRODUCTO Y PORQUE SE LO DESARROLLA: (5)**

**2.- QUE ES LA INDUSTRIA. CLARIFIQUELO CON UN EJEMPLO (5)**

Concepto.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Ejemplo.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

3.- **A QUE TIPO DE PRODUCTO QUIEN CORRESPONDE EL SIGUIENTE CONCEPTO. (5)**

Estudia las cantidades que suministran los productores del bien que se va a ofrecer en el mercado. Analiza las condiciones de producción de las empresas más importantes

**a.-Principal b.- Subproducto C.- sustituto d.-Complementario e.-Todos f.-Ninguno**

4.- **CUAL DE LOS SIGUIENTES NO SON UNA SEGMENTACION DEMOGRAFICA. (10)**

1. Genero 2.Edad 3. Nivel socioeconómico 4.Profesion 5.Ocupacion 6.Ciclo de vida del producto

5.- **DENTRO DEL MECANISMO DE FORMACION Y FIJACION DE PRECIO, A QUIEN CORRESPONDE EL SIGUIENTE CONCEPTO: (10)**

Este es calculado en función del Análisis del Punto de Equilibrio y marca cual es el nivel de precios que deberán tener los productos para garantizar que la empresa se encuentre en una situación financiera en relación con las metas de crecimiento económico que tiene prevista para el periodo considerado

**a.-Precio de venta Deseable b.-Precio Máximo Aceptable c.-Precio de la Competencia d.-Ninguno**

**6.- CUAL DE LOS SIGUIENTES NO FORMA PARTE DE LA CADENA DE DISTRIBUCION A NIVEL DE: (5)**

1.- Puerta de fabrica 2.-Mayorista 3.- Minorista 4.- Proveedor 5.-Consumidores

7.- **INDIQUE LOS BENEFICIOS DE UNA BUENA SEGMENTACION (10)**

**1.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 3.-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**8.-QUE DEBE REFLEJAR UNA INVESTIGACION DE MERCADO: Señale la incorrecta (10)**

a.- Cambios en la conducta del consumidor b.-Los cambios en los hábitos de compra

c.- Cambios en como se elabora el producto d.-La opinión de los consumidores

**9.- Señale la respuesta correcta: El objetivo MAS importante de la investigación de mercado es (10)**

a.- Saber como piensa la competencia

b.- Conocer como desarrolla la estrategia nuestros competidores

c.-Obtener datos importantes sobre nuestro mercado y la competencia

d.- Saber donde tiene ubicada sus oficinas y quien los administra

**10.- Cual de los siguientes, en la segmentación de empresas no es un procedimiento de compra (10)**

a.- Empresas centralizadas o descentralizadas b.- Con estructura de poder empresarial

c.- Empresas con compra de urgencia d.- Empresas con políticas de compra.

**11.- Cual de los siguientes no son segmentación basado en las respuestas del cliente (10)**

a.- Beneficios b.- Características c.- Servicios d.- Precio e.-Lealtad f.- Utilización.

d.- Cuando los pedidos de 1 comprador son un alto % de las ventas de 1 proveedor.

**12.- A quien corresponde el siguiente concepto (10)**

Personas físicas o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales, de bienes muebles o inmuebles, productos, servicios, actividades, sea cual sea su naturaleza, - pública o privada, individual o colectiva- de aquellos que lo producen, facilitan, suministran o expiden

a.-Mercado Primario b.-Proveedor c.-Distribuidor d.- Fabricante e.-Consumidor f.-Intermediario