

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL
FACULTAD DE INGENIERIA ELECTRICA Y COMPUTACION
LICENCIATURA EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN
MARKETING PARA DESARROLLADORES DE SOFTWARE
I TERMINO 2016 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. **(10puntos)** 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 2016 PRIMERA EVALUACION

3. **(10 puntos)**Emparejar las siguientes estrategias de marketing impulsadas por el cliente
1. Segmentación
a) Colocar la oferta de mercado en la mente de los clientes metas
 2. Mercado Meta
b) Elegir el segmento o los segmentos a los que se desee ingresar
 3. Diferenciación
c) Dividir todo el mercado en grupos más pequeños
 4. Posicionamiento
d) Diferenciar la oferta de mercado con el fin de crear mayor valor para el cliente
- I. 1 a, 2 b, 3 c, 4 d
II. 1 b, 2 c, 3 a, 4 d
III. 1 c, 2 b, 3 d, 4 a
IV. 1 d, 2 c, 3 a, 4 b
4. **(10 puntos)**Cuando se divide el Mercado en diferentes grupos según la clase social, el estilo de vida o las características de la personalidad es una segmentación
- a) Por Género
 - b) Por Ingresos
 - c) Psicográfica
 - d) Conductuales
5. **(10 puntos)** Emparejar las siguientes variables de segmentos en mercados de consumidores
1. Geográficas
a) Exitoso
 2. Demográficas
b) Mujer
 3. Psicográficas
c) Urbano
 4. Conductuales
d) Consumidor habitual
e) Mayores 25 años
f) Católicos.
6. **(40 puntos)**Del siguiente caso Prius., identifique y explique dos (2) **factores de macro entorno** y dos (2) **factores de micro entorno**