

Investigación & Desarrollo

Septiembre 2 del 2010

30

Estudiante: _____

Temas

1. Conteste V o F según corresponda (10 puntos)
 - a. El trabajo de campo consiste en planificar las actividades a realizarse para obtener la información por parte del mercado ()
 - b. Luego de tomar la encuesta y analizar resultados defino el grupo objetivo al que deseo vender mi producto ()
 - c. Previo a lanzar mi producto al mercado debo establecer costos vs. beneficios en términos monetarios para poder establecer un precio de venta ()
 - d. Los organigramas son una fuente autorizada de consulta de las empresas donde se indica la relación de jerarquía entre los diferentes departamentos ()
 - e. Podemos entrar a competir con nuestro producto en el mercado sin necesidad de estar constituidos legalmente como empresa ()
 - f. Para establecer una buena campaña promocional del producto debo determinar costos de la propaganda a utilizar ()
 - g. El ciclo de vida de un producto son: Introducción, crecimiento, madurez y declinación ()
 - h. La segmentación psicográfica divide a los individuos por grupos que se diferencian en estilos de vida, personalidad y clase social ()
 - i. El Buzzmarketing es la comunicación directa de boca en boca ()
 - j. Si no puedo realizar las encuestas directamente, puedo solo enviarlas por mail para obtener posteriormente la información ()

2. Conteste (5 puntos)
 - a. Por qué es importante segmentar el mercado? (2 puntos)
 - b.Cuál es la diferencia entre mercado objetivo y mercado meta? (2 puntos)
 - c. Es conveniente una guerra de precios?, argumente su respuesta (1 punto)

3. Desarrolle el siguiente caso práctico (15 puntos)

La universidad ha obtenido un auspicio de \$ 1.500 para una campaña de concientización de control de la natalidad en los jóvenes, el proyecto estará a cargo de los estudiantes y al final de todas las propuestas presentadas se elegirá la mejor, por tanto; el dinero deberá orientarlo exclusivamente a gastos propios del proyecto. El tiempo estimado para ejecutar todo el proyecto es de 2 meses. Indique su estrategia de desarrollo:

- Segmentación del mercado (indique cuáles y por qué las eligió)
- 3 preguntas claves de su encuesta
- Estrategia de publicidad y Medios publicitarios en los que se apoyará
- Desglose de manera general los gastos en los que incurrirán para llevar a cabo este proyecto
- Cronograma de distribución de tiempos por actividad