



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL
EXAMEN DEL PRIMER PARCIAL
Investigación y Desarrollo

Nota: ____/40

"Como estudiante de Espol, combato la mediocridad por eso no copio ni dejo copiar" Firma: _____

Nombre: _____ Fecha: 3 de julio de 2013

Profesor: MSc. Glenda Jácome López

Tema 1. Seleccione el literal correcto (26 pts.)

1. La información que provee una investigación disminuye el riesgo en la _____ en la del gerente frente a oportunidades o problemas.
2. Cuando usted plantea el problema están involucradas dos fases el _____ y la _____
3. Una investigación de mercados se utiliza cuando _____
4. En la etapa de _____ se ordena, clasifica y estudio los datos obtenidos.
5. Algunas de las tareas para definir el problemas son: _____, _____, otras.
6. Cuando el investigador hace una especie de pronóstico lo hace a través de _____
7. Dado que los objetivos implican acciones tomar, al redactarlos debe utilizarse _____
8. Cuando utiliza datos como las ventas, campañas publicitarias anteriores, está usando _____ para su investigación exploratoria.
9. La investigación _____ tiene características como diseño planificado y preparado con anticipación, usa métodos como encuesta, grupos enfoque, otros.
10. Cuando se utiliza una campaña publicitaria, se selecciona un grupo si se lo expone un número de veces a esta publicidad para luego registrar si su comportamiento esto se lo hace por unos meses, estamos utilizando el diseño experimental _____.
11. Usted es invitado al lanzamiento de un nuevo producto, donde lo puede degustar. La empresa ha colocado a observadores para registrar ciertos aspectos como reacción, número de veces que lo consume, etc. que tipo de observación se está utilizando _____, _____ y _____
12. Mercado de prueba donde el productos se distribuye por canales normales y no se tiene ninguna consideración especial, hablamos del mercado de pruebas _____.
13. En un centro comercial se encuentra una isla que proporciona muestras gratis de un nuevo pastel de una marca conocida. Existe un observador que anota aspectos que crea son relevantes de la interacción entre el cliente y la prueba de la muestra gratis. Qué tipo de observación es _____, _____ y _____

- | | |
|-------------------------------|--|
| a) cuasiexperimental | p) Verbos |
| b) descriptiva | q) encubierta |
| c) Experimental verdadero | r) estándar |
| d) Estudio de casos | s) verbos en infinitivo |
| e) causal | t) Datos secundarios internos |
| f) Entrevistas con expertos | u) Simulado |
| g) Preguntas directrices | v) Formulación de la investigación |
| h) Natural | w) Objetivos generales |
| i) Recopilación de datos | x) estructurada |
| j) Toma de decisiones | y) Objetivos específicos |
| k) No estructurada | z) Abierta |
| l) Artificial | aa) Enunciado |
| m) Datos secundarios externos | bb) Cambios de estrategias de promoción y publicidad |
| n) No estructurada | |
| o) Análisis de los datos | |

Tema 2. Caso de estudio (14 ptos)

La empresa Slinea fabricante y distribuidor de cortinas, actualmente ve como su mercado se reduce debido a una competencia informal. Es así como requiere información de su mercado sobre:

1. ¿Cuáles son los factores por lo que el cliente se decide por una empresa?
2. ¿Cuáles son las tendencias y características que buscan en el producto?
3. ¿Selecciona a su proveedor por precio, calidad o recomendación?
4. ¿Cuál es la publicidad más adecuada?

Como investigador debe realizar la investigación para ello debe plantear:

El objetivo general de la investigación (5 puntos)

Formule 2 objetivos específicos de la investigación (5 puntos)

Para los dos objetivos específicos formulados cual sería la información requerida (4 puntos)