

EXAMEN DE PRIMER PARCIAL DE FUNDAMENTOS DE MERCADEO - FIEC

PROFESOR: Ing. Mónica González

FECHA: 10 de diciembre de 2010

NOMBRE:

1. Elija y encierre en un círculo la respuesta correcta (    puntos)
  - a) Cuáles son las características del comprador que influyen en su comportamiento de compra:
    1. Tipos de decisiones, Proceso de decisión involucrado
    2. Producto, precio, punto de venta, promoción
    3. Forma de vender un producto, Publicidad, Estrategias de venta
    4. Psicológicos , Culturales, Personales, Sociales
    5. Todas las anteriores
  - b) Para qué tipo empresas recomendaría marketing de frecuencia como forma de crear relaciones con los clientes:
    1. Hoteles
    2. Aerolíneas
    3. Supermercados
    4. Todas las anteriores
    5. Ninguna de las anteriores
  - c) Las principales fuerzas del macroentorno de las empresas son:
    1. Producto, precio, plaza, promoción
    2. Natural , Económico, Cultural, Demográfico, Político, Tecnológico
    3. Edad, Ingreso, Escolaridad, Personalidad, Actitud hacia el riesgo
    4. Alta Dirección, Finanzas, Investigación y Desarrollo, Compras, Producción, Contabilidad
    5. Ninguna de las anteriores
  - d) El microentorno de la empresa lo forman:
    1. Compras, Producción, Sistemas de Información, Contabilidad
    2. Mercados: de Consumo, Industriales, de Distribuidores, Gubernamentales, Internacionales
    3. Proveedores, Intermediarios de Mercadeo, Clientes, Competidores, Publico, la Compañía
    4. Empresas de Investigación de Mercados, Empresas de Medios de Comunicación, Empresas de Publicidad
    5. Ninguna de las anteriores
2. Indique si los siguientes enunciados son verdaderos o falsos escribiendo la letra V o la letra F (    puntos)
  - a) SIM es el software utilizado para realizar Investigación de Mercados
  - b) Las empresas realizan recompra directa cuando el jefe de compras trata directamente con el vendedor
  - c) Un cliente satisfecho es aquel cuyas expectativas del producto están por encima del desempeño percibido del producto
  - d) Tanto en los mercados de consumo como en los mercados industriales intervienen personas que asumen roles de compra y toman decisiones de compra para satisfacer necesidades
3. Una con lo que corresponda (    puntos)

Harley-Davidson	Emoción de los clientes al pujar por los productos a través de subastas
Red Bull	Un estilo de vida, deporte accesible, cerca del público, gente como uno
Amazon	H.O.G.
Ebay	Revitaliza el cuerpo y la mente
Nascar	Creamos fantasías: un lugar donde USA todavía funciona como se supone que debe hacerlo
Disney	Relación altamente personalizada con sus clientes, una relación uno-a-uno

4. El tiempo en percha de un juguete es de aproximadamente 1 año, por lo que Wild Planet debe diseñar y vender nuevos juguetes cada año. Para hacer diseños exitosos toma ideas de muchas fuentes. Una de ellas, aunque toma un poco más de tiempo y esfuerzo, es visitar a los niños en sus propias casas para verlos jugando en su ambiente natural. La empresa asume que para obtener una impresión real de los pensamientos de los niños todo tiene que ser real. Wild Planet también organiza estudios de "compra conmigo", lo cual consiste en dar a los niños \$30 y seguirlos en el centro comercial para ver cómo gastan el dinero.

En 1993 Daniel Grossman, fundador y director ejecutivo de Wild Planet, observó una creciente necesidad de desarrollar juguetes para niños más imaginativos, que los padres pudieran apoyar y que también les gustara a los niños. Por lo que Wild Planet no sólo escucha a los niños, también se preocupa profundamente y realiza investigaciones sobre lo que piensan los padres. La empresa tiene un panel de opinión de juguetes, o TOP. Consiste en una base de datos de miles de familias a quienes llaman para cuando necesitan opiniones sobre juguetes. Quizás el programa más emocionante e innovador de Wild Planet es el "Kid Inventor Challenge", una competencia anual en la que miles de niños presentan sus propias ideas de juguetes nuevos, la empresa selecciona las mejores para ser fabricados. Conocer las motivaciones de los niños resulta clave en el entorno actual.

- a) Cuáles son las diversas formas en que Wild Planet llega a conocer las opiniones de sus clientes?
- b) Las opiniones que se obtienen de la investigación de mercados justifican sus costos?
- c) Qué tipo de investigación es la que realiza Wild Planet al observar a los niños jugar en sus hogares?
- d) Qué tipos de enfoque de investigación de mercados utiliza Wild Planet?