**EXAMEN DE MEJORAMIENTO**

**RETAILING AND MERCHANDISING**

**NOMBRE: FECHA:**

1. **La clasificación del retailing se puede dar por: (2 pts.)**
   1. Actitudes, fuerza de ventas, localización, forma de venta
   2. Forma de venta, local comercial, fuerza de ventas
   3. Localización, forma de venta, existencia o no de establecimiento comercial.
   4. Ninguna de las anteriores
2. **Los productos de ATRACCION son: (2 pts.)**
   1. Los de compra impulsiva, y deben colocarse distantes para que el cliente recorra mayor superficie.
   2. Son los más vendidos, y necesitan una zona sin agobios y amplia.
   3. Son los más vendidos , y es mejor situarlos en cajas.
   4. Ninguna de las anteriores
3. **A que concepto corresponde la siguiente definición: es un sector económico que engloba a las empresas especializadas en la comercialización masiva de productos o servicios uniformes a grandes cantidades de clientes? (2 pts.)**
   1. Merchandising
   2. Retail
   3. Fuerza de ventas
   4. Negociación
4. **El área de atracción comercial TEORICA se define: (2 pts.)**
   1. En función del espacio y tiempo.
   2. En función del los mts. de distancia entre el domicilio del cliente y el establecimiento.
   3. En función de lo que tardaría en llegar el cliente al establecimiento.
   4. Todas las anteriores.
5. **Los Displays son: (2 pts.)**
   1. Las ilustraciones gráficas con objetivos publicitarios
   2. Repisas o estanterías que son concebidas para exhibir los artículos.
   3. Sistema de comunicación sonoro que emite grabaciones intermitentes.
   4. Ninguna de las anteriores
6. **Las 4 categorías de negocio del Balanced Scorecard son: (2 pts.)**
   1. Financiera, clientes, procesos globales, formación y crecimiento
   2. Clientes, procesos internos, formación y crecimiento.
   3. Financiera, clientes, formación y crecimiento.
   4. Ninguna de las anteriores
7. **Las orientaciones del comportamiento del consumidor son: (2 pts.)**
   1. Económica, de comportamiento, afectivo
   2. Emocional, afectiva, económica
   3. Económica, psicológica, motivacional.
   4. Ninguna de las anteriores
8. **Las variables internas que afectan el comportamiento del comprador son: (2 pts.)**
   1. Estilo de vida, economía, comportamiento, psicólogia
   2. Motivaciones, actitud, comportamiento, economía
   3. Actitud, comportamiento, aprendizaje, estilo de vida
   4. Ninguna de las anteriores
9. **Se denomina FACINGS a: (2 pts.)**
   1. Al conjunto total de unidades colocadas en varias filas, en profundidad.
   2. La unidad de producto visible por el cliente en la primera ultima de exposición de un estante
   3. La unidad de producto visible por el cliente en la primera fila de exposición de un estante.
   4. Ninguna de las anteriores
10. **Las variables externas que afectan el comportamiento del comprador son: (2 pts.)**
    1. Estilo de vida, economía, comportamiento, psicólogia
    2. Motivaciones, actitud, comportamiento, economía
    3. Actitud, comportamiento, aprendizaje, estilo de vida
    4. Ninguna de las anteriores
11. **Indique 5 funciones de los canales de distribución. (5 pts.)**
12. **Indique los 6 pasos del proceso de compra. (5 pts.)**
13. **Defina el concepto de TERRITORIOS e indique sus 4 características. (5 pts.)**
14. **Mencione y explique 3 aspectos de la gestión exitosa de la experiencia de compra. (5 pts.)**
15. **Indique y explique los 3 tipos de niveles en las góndolas. (5 pts.)**
16. **Indique las 3 maneras de disposición del mobiliario dentro de un establecimiento y explique únicamente la técnica que es más usada. (5 pts.)**