



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL
FACULTAD DE ECONOMIA Y NEGOCIOS



MARKETING

EXAMEN PARCIAL

II TÉRMINO 2011-2012

29 de noviembre de 2011

NOMBRE: _____ PARALELO: _____

PROFESORA: Olga C. Martín Moreno, MMGC

Escoja la alternativa correcta para las siguientes preguntas (5 puntos cada una):

1. El conjunto de ramos y productos que definen a la empresa es una:
 - a. Unidad estratégica de negocios
 - b. Fase de planeación
 - c. Mezcla de Marketing
 - d. Cartera de negocios
2. Las incontables fuerzas ambientales son:
 - a. Sociales, económicas, tecnológicas, competitivas, regulatorias
 - b. Económicas, culturales, tecnológicas, regulatorias, sociales
 - c. Competitivas, sociales, económicas, tecnológicas, morales
 - d. Tecnológicas, económicas, regulatorias, culturales, competitivas
3. El poder de compradores y vendedores es una fuerza de tipo
 - a. Regulatoria
 - b. Económica
 - c. Tecnológica
 - d. Competitiva
4. Un curso de acción a largo plazo es:
 - a. La misión de la empresa
 - b. La definición de objetivos de la empresa
 - c. La estrategia de una empresa
 - d. El rol de marketing de una empresa

Desarrolle las siguientes preguntas (20 puntos cada una):

5. Establezca el proceso de decisión de compra y explique cada paso.
6. Establezca en detalle las diferentes estrategias que existen para entrar a mercados locales.
7. Detalle con un ejemplo en qué consiste el liderazgo de opinión al momento de describir el comportamiento del consumidor.
8. Establezca los lineamientos para definir la misión de una empresa.