



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS
EXAMEN DE MEJORAMIENTO DE MARKETING
EXAMEN DE MEJORAMIENTO DEL II TERMINO 2012-2013

APELLIDOS: _____ **NOMBRES:** _____
MATRÍCULA: _____ **PARALELO:** _____

“Como estudiante de FEN me comprometo a combatir la mediocridad y actuar con honestidad, por eso no copio ni dejo copiar”

Firma de compromiso del estudiante

Escoja la alternativa correcta para las siguientes preguntas (50 PUNTOS, 5 PUNTOS CADA UNA)

1. Establecer diferentes productos a uno o más segmentos es una estrategia de
 - a. Micromarketing
 - b. Marketing de segmento
 - c. Marketing masivo
 - d. Marketing de nicho
2. Las leyes relacionadas con la publicidad y promoción son
 - a) Fuerzas ambientales
 - b) Fuerzas regulatorias
 - c) Fuerzas competitivas
 - d) Fuerzas tecnológicas
3. La disonancia cognoscitiva es:
 - a) Confusión publicitaria
 - b) Tensión o ansiedad psicológica posterior a la compra
 - c) Ansiedad por las marcas escogidas
 - d) Publicidad comparativa
4. La integración de elementos que da como resultado algo más grande que la simple suma de éstos es:
 - a. Concepto de marketing
 - b. Estrategia de CRM
 - c. Sinergia
 - d. Estrategia de mercado
5. Fijar precios a productos que deben usarse con el producto principal, corresponde a la estrategia de precios:
 - a. Fijación de precios de producto cautivo
 - b. Precios de productos colectivos
 - c. Fijación de precios de subproductos
 - d. Fijación de precios por línea de productos
 - e. Fijación de precios de producto opcional
6. Marcas nuevas introducidas en la misma categoría de productos es:
 - a. Marketing masivo
 - b. Productos no buscados
 - c. Extensión de línea
 - d. Multimarcas
7. Un requerimiento para que ocurra Marketing es:
 - a) Una campaña publicitaria
 - b) Deseo y capacidad de satisfacer necesidades
 - c) Una oferta promocional
 - d) Un canal de distribución adecuado
8. Una actitud favorable hacia una marca y su compra invariable con el paso del tiempo es:
 - a) Lealtad a la marca
 - b) Marketing estratégico



- c) Fidelidad a una empresa
 - d) Capacidad de compra
9. Los impuestos sobre los bienes o servicios que ingresan a un país son:
- a) Impuestos
 - b) Cuota
 - c) Aranceles
 - d) Proteccionismo
10. El tipo de información recopilado antes de la realización de la investigación de mercados son los datos secundarios.
- a) Verdadero
 - b) Falso

Desarrolle las siguientes preguntas (50 PUNTOS, 10 PUNTOS CADA UNA)

- 11. Establezca y explique a través de ejemplos los objetivos de marketing que afectan las decisiones de fijación de precios en las empresas (diferentes a los dados en clase).
- 12. Establezca en detalle el proceso de planeación estratégica
- 13. Detalle las fuerzas ambientales que influyen en la organización, sus proveedores y sus clientes
- 14. Establezca los pasos para realizar control en marketing
- 15. Detalle los pasos para realizar una investigación de mercado