



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS
EXAMEN DE MARKETING
SEGUNDO PARCIAL DEL II TERMINO 2013-2014

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

COMPROMISO DE HONOR

Yo, al firmar este compromiso, reconozco que el presente examen está diseñado para ser resuelto de manera individual, que puedo usar una calculadora ordinaria para cálculos aritméticos, un lápiz o esferográfico; que solo puedo comunicarme con la persona responsable de la recepción del examen; y, cualquier instrumento de comunicación que hubiere traído, debo apagarlo y depositarlo en la parte anterior del aula, junto con algún otro material que se encuentre acompañándolo. No debo además, consultar libros, notas, ni apuntes adicionales a las que se entreguen en esta evaluación. Los temas debo desarrollarlos de manera ordenada.

Firmo al pie del presente compromiso, como constancia de haber leído y aceptar la declaración anterior.

"Como estudiante de ESPOL me comprometo a combatir la mediocridad y actuar con honestidad, por eso no copio ni dejo copiar".

FIRMA.....NÚMERO DE MATRÍCULA:.....PARALELO:.....

Escoja la alternativa correcta para las siguientes preguntas (30 PUNTOS, 5 PUNTOS CADA UNA)

1. Marcas extendidas a nuevas formas de una categoría de productos existente es una marca nueva. _____
2. 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
3. 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
4. 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
5. Marcas nuevas introducidas en la misma categoría de productos es:
 - a. Marketing masivo
 - b. Productos no buscados
 - c. Extensión de línea
 - d. Multimarcas
6. El tipo de publicidad que crea demanda primaria es:
 - a. Publicidad comparativa
 - b. Publicidad informativa
 - c. Publicidad persuasiva
 - d. Publicidad recordatoria

Desarrolle las siguientes preguntas (60 PUNTOS, 15 PUNTOS CADA UNA)

7. 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).
8. Detalle todas las herramientas de relaciones públicas que tiene una empresa.
9. Detalle la mezcla promocional de una empresa.
10. Detalle los pasos para realizar una investigación de mercado

Desarrolle las siguiente pregunta (10 PUNTOS)

11. Detalle los tipos de ejecución de mensaje publicitario y cite un ejemplo de la publicidad ecuatoriana.