



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS
EXAMEN DE MARKETING
MEJORAMIENTO 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:.....

Escija la alternativa correcta para las siguientes preguntas (40 PUNTOS, 5 PUNTOS CADA UNA)

- Los atributos subjetivos y objetivos que se usan en la comparación de productos y marcas son:
 - Fuentes de negocio
 - Criterios de evaluación
 - Factores ambientales
 - Fuerzas externas
- La fuerza impulsora para la satisfacción de una necesidad es:
 - Deseo
 - Motivación
 - Percepción
 - Disonancia Cognoscitiva
- Las características demográficas de la población se estudian en las:
 - Fuerzas competitivas
 - Fuerzas sociales
 - Fuerzas tecnológicas
 - Fuerzas demográficas
- La integración de elementos que da como resultado algo más grande que la simple suma de éstos es:
 - Concepto de marketing
 - Estrategia de CRM
 - Sinergia
 - Estrategia de mercado
- Fijar precios a productos que deben usarse con el producto principal, corresponde a la estrategia de precios:
 - Fijación de precios de producto cautivo
 - Precios de productos colectivos
 - Fijación de precios de subproductos
 - Fijación de precios por línea de productos
 - Fijación de precios de producto opcional
- Los impuestos sobre los bienes o servicios que ingresan a un país son:
 - Impuestos
 - Cuota
 - Aranceles
 - Proteccionismo
- Marcas nuevas introducidas en la misma categoría de productos es:
 - Marketing masivo
 - Productos no buscados
 - Extensión de línea
 - Multimarcas
- El tipo de publicidad que crea demanda primaria es:
 - Publicidad comparativa
 - Publicidad informativa
 - Publicidad persuasiva



h) Publicidad recordatoria

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

1. Detalle y defina el proceso de planeación estratégica en marketing
2. Detalle y defina todas las herramientas de relaciones públicas que tiene una empresa.
3. Detalle y defina el proceso de realización de compra de los individuos
4. De acuerdo a las característica citada, coloque el signo (+) en aquel tipo de influencia al momento de compra al que pertenece:

Característica	Psicológica	Situacional	Sociocultural
<i>Personalidad</i>			
<i>Percepción</i>			
<i>Efectos Temporales</i>			