

**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL
 FACULTAD DE INGENIERIA ELECTRICA Y COMPUTACION
 LICENCIATURA EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN
 INVESTIGACION DE MERCAD
 I TERMINO 2014 PRIMERA EVALUACION**

Nombre: _____

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.

Firma

Número de Matrícula:

1. (20 puntos) Coloque la definición de los siguientes conceptos

a. Investigación Exploratoria	
b. Investigación Descriptiva	
c. Investigación Causal	
d. Datos Primarios	
e. Datos Puros	

2. (20 puntos) Establezca las diferencias entre los tipos de información

a. Hechos

.....

b. Pronósticos

.....

c. Relaciones

.....

d. Estimaciones

.....

**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL
 FACULTAD DE INGENIERIA ELECTRICA Y COMPUTACION
 LICENCIATURA EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN
 INVESTIGACION DE MERCAD
 I TERMINO 2014 PRIMERA EVALUACION**

3. (20 puntos) Explique el principio del iceberg en la investigación de mercado.

4. (10 puntos) Emparejar el proceso de planeación estratégica con las tareas de investigación de mercado

Proceso de planeación estratégica	Tareas de investigación de mercado	
A. Análisis del Mercado	Prueba de conceptos y productos	
B. Segmentación del mercado	Análisis de la demanda	
C. Análisis de la competencia	Estudios de beneficios y estilos de vida	
D. Estrategia de cartera de productos	Sistemas de apoyo a las decisiones de marketing	
E. Planeación Productos Nuevos	Estudios de calidad de servicios	
F. Estrategia de fijación de precios	Análisis de importancia y desempeño	
G. Comunicaciones de marketing integradas	Estudio de la eficacia de la publicidad	
H. Estrategia de distribución	Análisis del producto	
I. Análisis de información estratégica	Evaluación de oportunidades	
J. Control de la estrategia	Investigación de ciclos de tiempo	

5. (10 puntos) Explique que es un portal de información empresarial y cómo se usa en la investigación de mercados

.....

.....

.....

.....

.....

6. (20 puntos) Del siguiente caso: Astec sigue creciendo

Determine:
 Defina un problema de investigación

.....

.....

.....

.....

.....

Determine dos objetivos de investigación

.....

.....

.....

.....

.....