



Examen Final

Semestre Académico 2006-1

Curso : **MARKETING Y VENTAS**
Grupo : 1
Profesor(es) : Maria Chiok Guerra
Fecha : 4 de julio del 2006
Hora : 20:30 – 22:30
Duración de la prueba: 2 horas

NOTAS: El examen se realiza sin copias ni apuntes.
No esta permitido el préstamo de correctores u otro material.
Se solicita escribir con letra legible (por letras difíciles de leer se bajaran 2 pts.)

Apellido Paterno: _____ Apellido Materno: _____ Nombres: _____

I. Elija la respuesta más adecuada y coloque la letra que le corresponda en el recua y en el cuadernillo justifique su respuesta: (5 pts.)

1) El objetivo más importante para que una empresa tenga éxito debe ser: **Concentrarse en ...**

- ☐ a) Tener mas utilidades
b) Vender mas que el año anterior
c) Capacitar a sus trabajadores
d) Atraer a sus consumidores y conservarlos
e) Todas las anteriores

2) De las siguientes indique cuales son herramientas de promoción mas importantes del Marketing:

- ☐ a) Promoción de ventas y Publicidad
b) Publicidad y Relaciones Industriales.
c) Promoción de Ventas
d) Tercera respuesta más Venta
e) Todas las anteriores

3) Indique cuales de los enunciados son fases del uso de Internet en el Marketing son:

- ☐ a) Publicación de Invitaciones a eventos
b) Captura de base de datos
c) Personalización de necesidades
d) Todas las anteriores
e) Ninguna de las anteriores

4) La importancia del Mix de Marketing se debe a:

- ☐ a) Que al estar determinada por el juego de la oferta y demanda, provoca una respuesta deseada en el mercado meta
b) Que son variables que se pueden controlar
c) Que son coherentes entre si, así como, con el Segmento Objetivo y el Posicionamiento pretendido
d) Que los consumidores compran cuando hay muchos factores de Marketing
e) Todas las anteriores

5) La importancia del Marketing por Internet se debe a:

- ☐ a) Que ha superado al Mix de Marketing
b) Complementa el Mix de Marketing
c) Es un medio que utiliza el Mix de Marketing
d) Todas las anteriores
e) Ninguna de las anteriores

II. Desarrolle brevemente: (4 ptos.)

1. Diferencie los contenidos de una página Web de una empresa de venta software según los niveles de un producto.
2. Qué es inteligencia de negocios en una empresa, justifique su necesidad
3. Ventajas y desventajas de hacer Marketing por Internet
4. Formas de identificación y medición de la satisfacción del cliente

III. Considerando la Página Web de la Escuela de Ingeniería Informática como un producto determine para cada uno de los siguientes mercados: 1) estudiantes de secundaria, 2) egresados, 3) estudiantes del pregrado: (3 ptos.)

- a) contenidos que debería tener
- c) un slogan adecuado
- d) afiche promocional

IV. Suponiendo que usted y su grupo de trabajo desea iniciar una Empresa de Desarrollo de Software, especifique alternativas y justifique su elección sobre las siguientes decisiones: (4 ptos.)

- a) Producto (s) a desarrollar y Mercados
- b) Formas de distribución
- c) Estrategias de Promoción
- d) Estrategia de ventas Personales

V. Considerando que es de interés de la Facultad de Ingeniería promover un Concurso de Ideas de Negocios, con plazo hasta el 9 de agosto, responda a las siguientes preguntas: (4 ptos.)

- a) Brinde su opinión sobre la importancia actividad para los estudiantes y determine por lo menos dos objetivos para realizar esta actividad
- b) Detalle los aspectos más importantes del Mix Marketing que deben considerarse

Los exámenes calificados se devolverán el viernes 08 de 3:00 a 3:30 p.m. en la Oficina 212 del Pabellón G