



EXAMEN SUSTITUTORIO

SEMESTRE -2006-II

CURSO : **MARKETING Y VENTAS**
PROFESORES : María Chiok Guerra
DÍA : Martes 12 de diciembre del 2006
HORA : 20:30 a 22:30 horas
NOTA : El examen es sin copias ni apuntes.
Está prohibido el préstamo de calculadoras, correctores u otro material

Apellido Paterno: Apellido Materno: Nombres:

A. Elija la respuesta más adecuada y coloque la letra que le corresponda en el recuadro: (6 ptos.)

- 1) **Las funciones básicas e imprescindibles en toda organización, son:**
 a) Producción
b) Producción, Comercialización, Personal y Planificación
c) Comercialización y Finanzas
d) Personal
e) a+c+d

- 2) **Las herramientas de comunicación mas importantes del Marketing son:**
 a) Promoción de ventas, Ventas
b) Publicidad y Relaciones Públicas.
c) Todas las anteriores
d) Ninguna de las anteriores
e) Sólo b

- 3) **Se denomina Miopía Mercadotécnica a centrar la atención en las necesidades del cliente y no en el producto.**
 a) Verdadero
b) Falso

- 4) **Las estrategias competitivas genéricas de una empresa pueden ser:**
 a) Liderazgo de costos
b) Diferenciación
c) Enfoque
d) Todas las anteriores
e) Ninguna de las anteriores

- 5) **Los cambios tecnológicos e Internet han hecho que cambie el Enfoque del Marketing:**
 a) De "consumidor individual" al Nuevo enfoque del Marketing: "masificación y estandarización"
b) De "masificación y estandarización" al Nuevo enfoque del Marketing: "consumidor individual"
c) De "consumidor individual" al Nuevo enfoque del Marketing: "consumidor social"
d) De "masificación y estandarización" al Nuevo enfoque del Marketing: "consumidor institucional"

- 6) **Son Clientes de la Empresa:**
 a) Los clientes finales
b) Los mayoristas y minoristas
c) Todas los anteriores
d) Sólo a
e) Ninguno de los anteriores

II. Desarrolle brevemente la diferencia entre los siguientes conceptos: (4 pts.)

- a. marketing y mercadotecnia.
- b. segmentación y posicionamiento
- c. emprendedor y empresario
- d. ingeniero informático y ingeniero de sistemas

III. Elija uno de los productos indicados en la siguiente lista y determine: a) mercado y segmentación, b) niveles del producto y sus componentes, c) definición con orientación al mercado, d) marca, e) slogan f) afiche promocional: (6 pts.)

- 1) Programa de intercambio estudiantil.
- 2) Club de Emprendedores URP
- 3) Talleres de la Escuela de Ingeniería Informática
- 4) Asociación de egresados de la Escuela de Ingeniería Informática

VI. Explique su opinión sobre la relación del curso de Marketing con su preparación como ingeniero informático. : (4 pts.)

AVISO: Los exámenes calificados se devolverán el viernes 15 de 3:00 a 3:30 p.m. en la Oficina 212 del Pabellón G