

TEST UNIDAD 3: ¿Cómo puedo aplicar el marketing a mi idea de negocio?

1. Con el estudio de mercado, la empresa pretende:

- a. Analizar los precios de la competencia.
- b. Determinar la aceptación o el rechazo del mercado ante un nuevo producto o servicio.
- c. Adquirir los factores de producción más eficientes.

Determinar la aceptación o el rechazo del mercado ante un nuevo producto o servicio.

2. ¿Cómo se halla la cuota de mercado?

- a. $\text{Mercado potencial actual} / \text{Mercado actual real} \times 100$.
- b. $\text{Mercado actual total} / \text{Mercado actual de una empresa} \times 100$.
- c. $\text{Mercado actual de la empresa} / \text{Mercado del sector} \times 100$.

Mercado actual de la empresa / Mercado del sector $\times 100$.

3. ¿Cuál de las siguientes preguntas está incluida en el esquema de las cuatro acciones de la estrategia del océano azul?

- a. ¿Qué variables de la competencia es necesario imitar?
- b. ¿Qué variables no rentables hay que mantener?
- c. ¿Qué variables que nuestro sector considera inalterables pueden eliminarse?

¿Qué variables que nuestro sector considera inalterables pueden eliminarse?

4. La competencia en el mercado es:

- a. Técnica económica basada en imponer nuestro producto en un mercado de consumo.
- b. Concurrencia de productos distintos en el mismo mercado.
- c. Concurrencia en el mismo mercado de distintos oferentes de bienes o servicios.

Concurrencia en el mismo mercado de distintos oferentes de bienes o servicios.

5. Las fases de emprendimiento según el método Lean Startup son:

- a. Crear-medir-aprender.
- b. Crear un producto mínimo viable.
- c. Medir-crear-disrumpir.

Crear-medir-aprender.

6. Las fases del ciclo de vida de un producto son:

- a. Introducción, crecimiento, declive, madurez.
- b. Introducción, madurez, declive.
- c. Introducción, crecimiento, madurez, declive.

Introducción, crecimiento, madurez, declive.

7. Algunas de las formas de experimentar el PMV con los consumidores son:

- a. Vídeos en YouTube, blogs, recomendaciones de prescriptores, etc.
- b. Utilizando una franquicia.
- c. Abriendo una nueva tienda física.

Vídeos en YouTube, blogs, recomendaciones de prescriptores, etc.

8. ¿Cuál de las siguientes acciones es clave para conseguir que la comunicación sea lo más eficaz posible?

- a. Identificar el segmento adecuado.
- b. Elegir un medio de comunicación conveniente.
- c. Las dos respuestas anteriores son correctas.

Las dos respuestas anteriores son correctas.

9. Si una empresa decide ser pionera en la prestación de un servicio, está aplicando:

- a. Una estrategia de diferenciación.
- b. Una estrategia de movimientos anticipados.
- c. Una estrategia de liderazgo en costes.

Una estrategia de movimientos anticipados.

10. Para que la promoción sea eficaz se deben tener en cuenta algunos elementos clave, como:

- a. La posición de la empresa en el mercado y las fuentes de información primarias.
- b. El precio y la estrategia de marketing, entre otros.
- c. El medio de comunicación y el mensaje, entre otros.

El medio de comunicación y el mensaje, entre otros.