

PREGUNTAS TIPO TEST MARKETING 14 SEPTIEMBRE 2020 - MIGUEL

- **Pregunta 1**



El método Delphi es un método objetivo de estimación de la demanda

FALSO, enfoque subjetivo, página 182

- **Pregunta 2**



Una idea no es un producto ya que no satisface necesidades

FALSO, página 47

- **Pregunta 3**



Las instituciones forman parte del microentorno

VERDADERO, pregunta 25

- **Pregunta 4**



El deseo suele aparece aparecer después de la necesidad

FALSO, pregunta 23

- **Pregunta 5**



Los mercados según el nº de competidores son: monopolio, oligopolio, competencia perfecta y competencia imperfecta

FALSO, competencia monopolística pregunta 22

- **Pregunta 6**



Las fusiones son acciones cooperativas para anticiparse a los cambios del entorno

FALSO, son maniobras estratégicas, página 166

- **Pregunta 7**



La personalidad es un criterio de segmentación específico y objetivo

FALSO, página 223, subjetivo y general

- **Pregunta 8**



El marketing es una forma de concebir y ejecutar la relación de intercambio

VERDADERO

- **Pregunta 9**



La utilidad en la relación de intercambio es objetiva por parte del que recibe algo

FALSO, es subjetiva, pagina 68

- **Pregunta 10**



Al hablar de servicios, a las 4P's tradicionales se le añaden personas, procesos y evidencias físicas

VERDADERO, pagina 96

- **Pregunta 11**



Las 4P's básicas del marketing son producto, precio, promoción y publicidad

VERDADERO

- **Pregunta 12**



La función comercial conecta la empresa al mercado

VERDADERO

- **Pregunta 13**



La OCU es una institución que regula la actividad comercial

VERDADERO

- **Pregunta 14**



La percepción es una variable selectiva por parte del consumidor

VERDADERO, pregunta 37

- **Pregunta 15**



El marketing 1x1 (one to one) tiene como objetivo una mayor cuota de cliente

VERDADERO, mayor rentabilidad, no se busca una mayor cuota de mercado

- **Pregunta 16**



Los detallistas venden al consumidor final

VERDADERO, pagina 141

- **Pregunta 17**



El aprendizaje es resultado de la experiencia en el proceso de decisión de compra

VERDADERO

- **Pregunta 18**



A mayor competencia mayor es la posibilidad de aplicar el Marketing

FALSO

- **Pregunta 19**



Cuando la demanda es excesiva aplica el Contramarketing

FALSO

- **Pregunta 20**



El índice de confianza del consumidor tiene una escala de 0 a 200

VERDADERO

- **Pregunta 21**



El precio es la variable del marketing que proporciona ingresos

VERDADERO, pregunta 14

- **Pregunta 22**



Los métodos de fijación de precios son costes, competencia y mercado

VERDADERO, pregunta 14

- **Pregunta 23**



La demanda primaria es la de las empresas que necesitan recursos para los consumidores

VERDADERO, PAGINA 178

- **Pregunta 24**



Al realizar un análisis externo (dentro del DAFO) detecto las oportunidades y debilidades

VERDADERO, página 766

- **Pregunta 25**

En el concepto de relación de intercambio intervienen como máximo 2 partes



FALSO, página 1005

- **Pregunta 26**



1 millón de consumidores requieren coches, y 2 Empresas que producen 2 y 3 millones:
es un mercado de compradores

FALSO, pregunta 23

- **Pregunta 27**



En los modelos exploratorios se realiza el contraste de la hipótesis para los que se diseña

FALSO, página 341

- **Pregunta 28**



La primera de las variables que se suele considerar en el marketing es el producto

VERDADERO

- **Pregunta 29**



La función logística explica los efectos umbral y saturación

VERDADERO, pregunta 6 libro

- **Pregunta 30**



La segmentación pone de relieve oportunidades de negocio existentes

VERDADERO, PREGUNTA 2 LIBRO

- **Pregunta 31**



El marketing no interviene en la creación de utilidad de Forma/Producto

FALSO, pregunta 6

- **Pregunta 32**



La distribución relaciona producción y consumo

VERDADERO, PREGUNTA 19

- **Pregunta 33**



La motivación interviene sobre todo en la primera fase del proceso de decisión de compra
(reconocer necesidad)

VERDADERO, página 266

- **Pregunta 34**



El mercado es el lugar físico o ideal en el que se produce la relación de intercambio

VERDADERO, página 127, pregunta 18

- **Pregunta 35**



Cuando la demanda está bloqueada aplico el Maximarketing

FALSO, pregunta 12, sería el megamarketing, página 1017

- **Pregunta 36**



Las variables no controlables del sistema comercial son mercado, competencia e intermediarios

FALSO, y suministradores y el entorno

- **Pregunta 37**



En la investigación comercial, los datos primarios son de los que ya se disponen

FALSO, serían los secundarios, pregunta 39

- **Pregunta 38**



Se suele realizar un test de mercado antes de un test de producto

FALSO, resumen libro página 10

- **Pregunta 39**



En el proceso de decisión de compra solo intervienen las variables internas y externas del consumidor

FALSO, también las 4 p's del marketing, pregunta 32

- **Pregunta 40**



El mercado de un producto lo componen los productos similares y sus sustitutivos

FALSO, y los clientes relevantes, página 128