

## **PREGUNTAS CORTAS SOBRE EL TEMA 2 DE DIRECCIÓN COMERCIAL**

1. ¿Qué teoría sobre el comportamiento de compra de los consumidores considera que los individuos compran los productos que maximizan su utilidad o satisfacción?  
ECONÓMICA
2. ¿Qué teoría sobre el comportamiento de compra de los consumidores se aplica preferentemente para el diseño de productos, envases y mensajes publicitarios?  
PSICOANALÍTICA
3. ¿Qué concepto de la teoría del aprendizaje se califica como positivo si la experiencia de compra ha sido satisfactoria y negativo en caso contrario?  
FORTALECIMIENTO
4. La forma en que el consumidor recoge, procesa e interpreta los estímulos sensoriales que genera su entorno se denomina:  
PERCEPCIÓN
5. La predisposición general que dirige el comportamiento de compra de los individuos se denomina:  
MOTIVACIÓN
6. En el modelo del comportamiento de compra individual la personalidad se considera como una variable:  
VARIABLE INTERNA
7. El estado afectivo del individuo ligado a su disposición a obrar de cierta forma ante algún estímulo se denomina:  
ACTITUD
8. En el modelo del comportamiento de compra individual la cultura se considera como una variable:  
VARIABLE EXTERNA
9. En el modelo del comportamiento de compra individual el precio se considera como una variable:  
VARIABLE DE MARKETING
10. Los grupos de trabajo son:  
GRUPOS FORMALES PRIMARIOS
11. El rol del iniciador en la compra familiar a qué corresponde:  
AL QUE INDICA LA NECESIDAD DE COMPRAR ALGO
12. ¿Cuáles son las diferencias de la compra industrial en relación a la individual?  
ÉNFASIS, COMPLEJIDAD Y TIPO DE RELACIÓN CLIENTE-VENDEDOR

13. Al conjunto de personas individuales u organizadas que necesitan un producto o servicio determinado, que desean o pueden desear comprarlo y que tienen capacidad para hacerlo, se denomina:

MERCADO

14. ¿Los grupos de interés cómo se clasifican en el modelo de los agentes y fuerzas del entorno?

MICROENTORNO

15. Según las características de los compradores los mercados se pueden diferenciar entre:

MERCADO DE CONSUMO (INMEDIATO, DURADERO), INDUSTRIAL Y SERVICIOS

16. ¿En qué problema de los servicios se encuentra el no poder transmitir la propiedad de los mismos?

INTANGIBILIDAD

17. ¿En qué problema de los servicios se emplea la medición de la satisfacción de los clientes para evitarlo?

HETEROGENEIDAD

18. ¿La implicación del cliente en la producción y la calidad final del servicio prestado qué tipo de problema origina?

INSEPARABILIDAD

19. ¿Cómo se denomina el modelo de localización que determina el límite del área comercial?

CONVERSE

20. ¿Quién formuló el modelo probabilística de comportamiento espacial?

HUFF