


Comenzado el	sábado, 14 de diciembre de 2024, 17:38
Estado	Finalizado
Finalizado en	sábado, 14 de diciembre de 2024, 17:55
Tiempo empleado	17 minutos 46 s
Calificación	9,60 de 10,00 (96%)

Pregunta 1

Finalizado

Se puntúa 0,40 sobre 0,40

 Marcar pregunta

Una de las mejores formas de analizar el macroentorno es recurrir al análisis PEST que recoge los factores económico, políticos, tecnológicos y sociales.


Selecciona una:

- ☒ Verdadero
- ☐ Falso

Pregunta 2

Finalizado

Se puntúa 0,40 sobre 0,40

 Marcar pregunta

El concepto Marketing Mix engloba todas las herramientas y variables a disposición del marketing y en el que se reúnen los cuatro elementos básicos de su actividad: producto, precio, plaza y promoción.


Selecciona una:

- ☒ Verdadero
- ☐ Falso

Pregunta 3

Finalizado

Se puntúa 0,40 sobre 0,40

 Marcar pregunta

El Marketing Mix es un concepto que engloba todas las herramientas y variables a disposición del marketing y en el que se reúnen los cuatro elementos básicos de su actividad: producto, precio, plaza y promoción.

Selecciona una:

- ☒ Verdadero
- ☐ Falso

Comenzado el	sábado, 14 de diciembre de 2024, 17:38
Estado	Finalizado
Finalizado en	sábado, 14 de diciembre de 2024, 17:55
Tiempo empleado	17 minutos 46 s
Calificación	9,60 de 10,00 (96%)

Pregunta 1

Finalizado

Se puntúa 0,40 sobre 0,40

Marcar pregunta

Una de las mejores formas de analizar el macroentorno es recurrir al análisis PEST que recoge los factores económico, políticos, tecnológicos y sociales.

Selecciona una:

☒ Verdadero

☐ Falso

Pregunta 2

Finalizado

Se puntúa 0,40 sobre 0,40

Marcar pregunta

El concepto Marketing Mix engloba todas las herramientas y variables a disposición del marketing y en el que se reúnen los cuatro elementos básicos de su actividad: producto, precio, distribución (place) y publicidad/promoción.

Selecciona una:

☒ Verdadero

☐ Falso

Pregunta 3

Finalizado

Se puntúa 0,40 sobre 0,40

Marcar pregunta

El Marketing Mix es un concepto que englobe todas las herramientas y variables a disposición del marketing y en el que se reúnen los cuatro elementos básicos de su actividad: producto, precio, distribución (place) y publicidad/promoción.

Selecciona una:

☒ Verdadero

☐ Falso

Pregunta 4

Finalizado

Se puntúa 0,40 sobre 0,40

Marcar pregunta

El producto nace de una idea, su esencia está en la tangibilidad e intangibilidad. Ha sido creado para superar las expectativas de los clientes y consumidores.

Selecciona una:

☒ Verdadero

☐ Falso

Pregunta 5

Finalizado

Se puntúa 0,40 sobre 0,40

Marcar pregunta

En el ciclo de vida de un producto la fase de crecimiento supone un crecimiento de las ventas, aumento de los competidores, mucha información lo que requiere un esfuerzo por que el cliente recuerde nuestro producto o servicio.

Selecciona una:

☐ Verdadero

☒ Falso

Pregunta 6

Finalizado

Se puntúa 0,40 sobre 0,40

Marcar pregunta

En el ciclo de vida de un producto la fase de declive supone una reducción de las ventas, aumento de los competidores y un crecimiento negativo, lo que requiere un esfuerzo por que el cliente recuerde nuestro producto o servicio.

Selecciona una:

☐ Verdadero

☒ Falso

Pregunta 23

Finalizado

Se puntúa 0,40
sobre 0,40 Marcar
pregunta

El nicho de los precios bajos es interesante si uno logra afianzarse el primero en ese hueco de manera que ningún competidor puede desalojarte de esa categoría.

Selecciona una:

- ☐ Verdadero
- ☒ Falso

Pregunta 24

Finalizado

Se puntúa 0,40
sobre 0,40 Marcar
pregunta

Lo que caracteriza a la publicidad es básicamente la forma del mensaje, el canal o medio que los transmite, modo de procesar la información y el posicionamiento alcanzado por el mensaje en la mente del receptor.

Selecciona una:

- ☐ Verdadero
- ☒ Falso

Pregunta 25

Finalizado

Se puntúa 0,00
sobre 0,40 Marcar
pregunta

Entendemos por alcance a la proporción de personas de la población objetivo expuestas al menos a uno de los anuncios de una campaña insertados en un medio o soporte específico. También se define como el número absoluto de personas expuestas o alcanzadas una o más veces por los anuncios insertados en un determinado medio o soporte.

Selecciona una:

- ☐ Verdadero
- ☒ Falso