Comenzado e	sábado, 14 de diciembre de 2024, 17:38
Estado	Finalizado Finalizado
Finalizado e	sábado, 14 de diciembre de 2024, 17:55
	17 minutos 46 s
emplead	
Calificació	9,60 de 10,00 (96%)
Pregunta 1 Finalizado	Una de las mejores formas de analizar el macroentorno es recurrir al análisis PEST que recoge los factores económico, políticos, tecnológicos y sociales.
Se puntúa 0,40	Selecciona una:
sobre 0,40	O Verdadero
Marcar pregunta	● Falso
Pregunta 2 Finalizado	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: prod
Se puntúa 0,40	Selecciona una:
sobre 0,40	O Verdadero
Marcar pregunta	○ Falso
Pregunta 3 Finalizado	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 activ
Se puntúa 0,40	Selecciona una:
sobre 0,40	O Verdadero
Marcar pregunta	○ Falso

Comenzado e	sóbado, 14 de diciembre de 2024, 17:38
	in Finalizado
Finalizado er	s śźbado, 14 de diciembre de 2024, 17:55
Tiempo empleado	o 17 minutos 46 s
Calificación	1 9,60 de 10,00 (96%)
Pregunta 1 Finalizado	Una de las mejores formas de analizar el macroentorno es recurrir al análisis PEST que recoge los factores económico, políticos, tecnológicos y sociales.
Se puntua 0.40	Selectiona una:
sobre 0,40	○ Verdadero
P Narcar progunta	
Pregunta 2 Finalizado	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.
Se puntúa 0.40	Selecciona una:
sobre 0,40	○ Verdadero
P Marcar pregunta	○ Falso
Pregunta 3	
Finalizado	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, distribución (place) y publicidad/promoción.
Se puntúa 0,40	Selections una:
sobre 0.40	○ Vardadero
P Marcar	○ Falso
pregunta	
Pregunta 4	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.
Finalizado	
Se puntúa 0,40 sobre 0,40	Selecciona una:
Marcar	○ Verdadere
pregunta	○ Falso
Pregunta 5	
Pregunta 3 Finalizado	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.
Se puntúa 0,40	Selecciona una:
sabre 0,40	© Verdadero
Y Marcar	○ Falso
pregunta	- Filed
Pregunta 6	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.
Finalizado	
Se puntúa 0,40	Selectiona una:
sobre 0,40	O Verdadero
P Marcar pregunts	O Folso

Pregunta 7 Finalizado Se puntúa 0,40 sobre (),40 V Mercer pregunta	Los productos de consumo son aquellos que están destinados al consumo personal y en los hogares. Selecciona una: Verdadero Falso
Pregunta 8 Finalizado Sa pontúa 0.40 sobre 0.40 Marcar pregunta	Los productos se pueden dasificar por: Su naturaleza Su naturaleza Su desareo o utultzación Grado de necesidad que sea tene de ellos Arctinó de compra Ferma de producción Durchitálad Nivel de tecnologia Cuidado que requiere Expectativas de beneficio Pelgrosidad Ubicación del mercado meta Propiedad Inductrial Selección una: Verdadero Pelsos
Pregunts 9 Finalizado Se puntia (14) sobre 0,40 F Narcar pregunta	El comportamiento del consumidor puede venir definido por su ocupación, personalidad y autoconcepto y sus intereses entre otras cuestiones. Selecciona una: Verdadero Falso
Pregunta 10 Finalizado Se puntús 0,40 sobre 0,40 V Marcar pregunta	Entre los atributos principales del producto podemos encontrar la calidad, sus características y el estilo y el diseño. Selecciona una: Verdadero Falso
Pregunts 11 Finalizado Se puntia 0.40 sobre 0.40 V Marcar pregunta	Una marca es un nombre, un término, una señal, un simbolo, un diseño o una combinación de alguno de estos elementos que identifica bienesy servicios de un vendedor o grupo de vendedores, y los diferencia de sus competidores. Selecciona una: Verdadero Folso

Pregunta 12 Finalizado Se puntia ().40 sobre 0,40 P Marcar pregunta	Una de las funciones del empaquetado es proporcionar información sobre el producto que sirva para aumentar el nivel de ventas. Selecciona una: Verdadero Folso
Precunta 13 Finalizado Se puntúa 0.40 sobre 0.40 V Marcar pregunta	Entendemos por mercado meta como aquel que esta conformado por los segmentos del mercado potencial que han sido seleccionados en forma específica, como destinatarios de la gestión de marketing, es el mercado que la empresa desea y decide captar. Selecciona una: Verdadero Falso
Progunta 14 Finalizado Se puntúa 0.40 sobre 0.40 P Marcar pregunta	Los beneficios de la investigación son los siguientes: Reducir la incertidumbre para la toma adecuada de decisiones Proporcionar información necesaria y real Ayudar a conocer el mercado meta Ayudar a determinar el tipo de producto a servicio que debe fabricarse/crearse
	Selectiona una: O Verdadero O Falso
Pregunta 15 Finelizado Se puntia 0:40 sobre 0:40 P Marcar pregunta	Una de las razones por las que se segmenta el mercado es que permite logra una satisfacción de las necesidades y deseos de los consumidores de manera eficiente al mismo tiempo que se cumplen los objetivos de la empresa. Selecciona una: Verdadero Falso
Prequinta 16 Pinalizado Se puntúa 0.40 sobre 9.40 V Maccar pregunta	¿Qué podemos posicionar? Marcas Productos Personas Personas Porseas Poíses Selecciona una: ② Verdadero
Pregunta 17 Finalizado Se puntais 0.40 sobre 0,40 Y Marcar pregunta	Una de las leyes del posicionamiento es la de la exclusividad. Des empresas o productos no pueden mantener la misma palabra en la mente del cliente. Selacciona una: Vercidadero Falso

Pregunta 18 Finalizado	La mejor manera de conquistar a nuestra sociedad super comunicada es el mensaje supersimplificado.
Se puntúa 0,40 sobre 0,40 Marcar pregunta	Seleccione uno: Verdadero Falso
Progunta 19 Finalizado Se punita (I.40) sobre 0.40 Y Marcar pregunita	El objetivo primordial de la publicidad es elevar las expectativas y crear la ilusión de que el producto o servicio realizará los milagros que se esperan. Selecciona una: Verdadero Falso
Pregunta 20 Finalizado Se puntúa 0.40 Sobre 0.40 Y Mercer prégunta	La mente humana promedio no puede ocuparse más que de cinco categorias (unidades) al mismo tiempo. Selecciona una: Verdadero Falso
Pregunta 21 Finalizado Se puntria 0.40 sobre 0.40 **Marcar pregunta**	Las personas recuerdan mejor conceptos de posición que nombres Selecciona una: Verdadero Falso
Pregunta 22 Finelizado Se puntúa 0,40 sobre 0,40 V Marcar pregunta	El poder de la organización se deriva del poder del producto. La posición que el producto ocupa en la mente del cliente. Selecciona una: Verdadero Falso

receptor.
o el número absoluto de personas expuestas o alcanzadas una o más veces por los anuncios insertados en un determinado