

BATERÍA DE PREGUNTAS PARA LA PRIMERA PRUEBA PARCIAL

Tema 1

1. Desde un punto de vista de marketing, los consumidores y usuarios buscan satisfacer sus necesidades y, las empresas y ofertantes, además de satisfacerlas, tratan de conseguir tres objetivos. Indica cuáles son estos objetivos y descríbelos brevemente.
2. Enumera las etapas de la evolución del marketing.
3. En la evolución del marketing se observan varias etapas. Describe la etapa de orientación hacia la producción y la etapa de orientación al marketing social.
4. En la evolución del marketing se observan varias etapas. Describe la etapa de orientación hacia el producto y la etapa de orientación al consumidor.
5. En la evolución del marketing se observan varias etapas. Describe la etapa de orientación hacia las ventas y la etapa de orientación al marketing social.
6. En la evolución del marketing se observan varias etapas. Describe la etapa de orientación hacia la producción y la etapa de orientación al consumidor.
7. Describe la diferencia entre marketing estratégico y marketing operativo.
8. Explica brevemente la diferencia entre marketing relacional y transaccional.
9. ¿Qué es el CRM (*Customer Relationship Management*)?

Tema 2

1. Explica la diferencia entre macroentorno y microentorno.
2. Enumera los elementos que integran el microentorno y el macroentorno.
3. ¿La propia organización, los proveedores y los intermediarios pertenecen al microentorno o al macroentorno? Describe brevemente estos tres elementos.
4. ¿La competencia y los grupos de interés pertenecen al microentorno o al macroentorno? Describe brevemente estos dos elementos (competencia y grupos de interés).
5. Enumera los distintos niveles de competidores que pueden existir. Pon un ejemplo.

6. ¿La demografía, la economía y el medioambiente pertenecen al microentorno o al macroentorno? Describe brevemente estos tres elementos.
7. Describe con un ejemplo los patrones de gasto identificados por Engel.
8. ¿Los factores tecnológicos, político-legales y culturales pertenecen al microentorno o al macroentorno? Describe brevemente estos tres elementos.

Tema 3

1. Explica mediante un ejemplo la diferencia entre *necesidad*, *deseo* y *demandas*.
2. Describe los tres tipos de análisis en relación con la demanda
3. Los factores culturales condicionan el comportamiento del turista. Describe estos factores culturales.
4. Dentro de los factores sociales que determinan el comportamiento del consumidor, se encuentran los grupos de referencia. ¿Qué son y qué tipos existen?
5. Dentro del factor social “*la familia*”, se distinguen diversos roles que cada miembro de la unidad familiar puede desempeñar en el proceso de compra. Descríbelos.
6. Los factores personales condicionan el comportamiento del turista. Describe estos factores personales.
7. Los factores psicológicos condicionan el comportamiento del turista. Describe estos factores psicológicos.
8. Expón brevemente las etapas del proceso de decisión de compra del consumidor.
9. Las necesidades se pueden clasificar en función de la rapidez con que se necesita satisfacer una necesidad y de su previsibilidad. Indica los tipos de necesidades que existen en esta clasificación.
10. Enumera las fuentes básicas de información disponibles para el consumidor.

Tema 4

1. ¿En qué consiste la segmentación de mercados?
2. ¿Qué son los nichos de mercados?
3. Indica los criterios de segmentación existentes. Pon un ejemplo de cada uno.

4. Indica los requisitos de los segmentos.
5. Indica las estrategias de segmentos existentes. Pon un ejemplo de cada una.
6. Enumera las estrategias de posicionamiento. Pon un ejemplo de cada una.
7. Describe la estrategia de posicionamiento “club exclusivo”. Pon un ejemplo.

Tema 5

1. Dentro del sistema de información de marketing cabe distinguir entre *datos internos*, *inteligencia de marketing* y la *investigación comercial*. ¿Qué son los datos internos?
2. Dentro del sistema de información de marketing cabe distinguir entre *datos internos*, *inteligencia de marketing* y la *investigación comercial*. ¿Qué es la inteligencia de marketing?
3. Dentro del sistema de información de marketing cabe distinguir entre *datos internos*, *inteligencia de marketing* y la *investigación comercial*. ¿Qué es la investigación comercial?
4. Enumera las fases del proceso de investigación comercial.
5. Describe los tres tipos de investigación que se pueden distinguir en función del grado de concreción con que se establecen los objetivos.
6. Indica los tipos de fuentes de información que existen.
7. El método de investigación hace referencia al modo en que se va a recoger la información primaria. ¿Cómo se puede recopilar esta información?
8. El cuestionario es un conjunto de preguntas que se presenta a un encuestado, en el que se pueden utilizar distintos tipos de variables. Enuméralas y pon un ejemplo de cada una.
9. ¿Qué son las mediciones cualitativas?
10. Dentro de las mediciones cualitativas destacan las *técnicas proyectivas* que, a partir de una serie de estímulos ambiguos y poco estructurados a un individuo, tratan de revelar aspectos inconscientes de su persona. Cita al menos tres tests que siguen estas técnicas proyectivas.

11. Los instrumentos mecánicos, son una serie de herramientas que permite la recogida de información que los cuestionarios y las mediciones cualitativas no pueden obtener. Cita al menos tres instrumentos mecánicos.
12. ¿Qué decisiones se toman en el plan de muestreo? Pon un ejemplo que ilustre cada una de estas decisiones.
13. Indica los tipos de muestreo que existen. Pon un ejemplo de cada uno.
14. Indica los distintos métodos de contacto que existen.
15. Enumera los tres condicionantes del método de previsión de ventas.
16. Imagina que te han encargado realizar una previsión de ocupación de un nuevo hotel que va a ser abierto y que, por tanto, no existe información acerca de sus ventas históricas. ¿A qué tipo de información recurrirías para realizar dicha estimación? Justifica tu respuesta.
17. Dentro del coste de la previsión, se dice que el coste de la inexactitud es semejante a un coste de oportunidad. ¿Por qué? Pon un ejemplo.
18. Haz un esquema de los tipos de métodos de previsión en base a información subjetiva.
19. Dentro de la previsión de ventas, enumera los tipos de encuestas que existen.
20. ¿Qué son las encuestas del diagnóstico de la gama de marketing?
21. Imagina que te vas a encargar de realizar una estimación de las ventas futuras de una cadena de agencia de viajes. Como primera medida, has decidido preguntar a los vendedores de dichas agencias. ¿Cuáles son las ventajas e inconvenientes de las encuestas a vendedores?
22. Describe el método Delfos.
23. ¿Qué son los diseños de experimentos?
24. Describe los métodos de previsión en base a información objetiva que existen.

Tema 6

1. Indica tres de los diversos aspectos a los que trata de dar respuesta la planificación comercial.

2. ¿Cómo se justifica la necesidad de aplicación de la planificación comercial en la actualidad?
3. Enumera las etapas de un plan de marketing.
4. ¿Cuál es la primera etapa de un plan de marketing? Descríbela.
5. ¿Cuáles son los requisitos que deben cumplir los objetivos en la planificación comercial?
6. ¿Cuáles son los instrumentos básicos del marketing que se utilizan para implementar las estrategias comerciales?
7. ¿Cuál es la última etapa de un plan de marketing? Descríbela.