Guia de practica - Conceptos básicos de estrategia de marketing

Nombre: _____

Fecha: _____

Puntaje: _____

1.

¿Qué es una estrategia de marketing?

1. Conjunto de acciones tácticas para vender más
2. Plan integral que define cómo alcanzar objetivos de mercado
3. Solo publicidad
4. Análisis de competidores

2.

¿Cuál de los siguientes NO es un objetivo SMART?

1. Aumentar ventas un 20% en 6 meses
2. Ser la empresa más conocida del mundo
3. Reducir costos un 10% antes de diciembre

3.

La segmentación de mercado consiste en:

1. Elegir un solo cliente
2. Vender a todos
3. Dividir el mercado en grupos con necesidades similares
4. Hacer publicidad masiva

4.

¿Cuál es el nombre del análisis que evalúa fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas?

Respuesta: _____

5.

¿Qué es el público objetivo o 'target'?

1. Todos los consumidores
2. Los competidores
3. Los proveedores
4. Grupo específico al que se dirige la estrategia

6.

La propuesta de valor de una empresa es:

1. La razón por la que un cliente debe elegirla sobre la competencia
2. El precio más bajo
3. Su logo
4. Su número de empleados

7.

¿Cuáles son las 4P del marketing mix?

1. Producto, Precio, Publicidad, Personal
2. Producto, Precio, Plaza, Promoción
3. Precio, Plaza, Promoción, Personas
4. Producto, Plaza, Proveedores, Presupuesto

8.

¿Cómo se llama la representación semificticia del cliente ideal basada en datos reales?

Respuesta: _____

9.

¿Para qué sirve la investigación de mercado?

1. Para eliminar competidores
2. Para conocer necesidades y comportamientos de los consumidores
3. Para aumentar precios
4. Para reducir personal

10.

El posicionamiento de marca se refiere a:

1. El lugar físico donde se vende
2. El tamaño de la empresa
3. El número de productos
4. La imagen que ocupa en la mente del consumidor respecto a la competencia

11.

¿Qué significa diferenciarse en marketing?

1. Ser igual que los competidores
2. Bajar precios siempre
3. Copiar a la competencia
4. Ofrecer características únicas que aporten valor

12.

¿Qué acrónimo se usa para recordar que los objetivos deben ser Específicos, Medibles, Alcanzables, Relevantes y con Tiempo?

Respuesta: _____

13.

Una ventaja competitiva sostenible es aquella que:

1. Es única y difícil de copiar por los competidores
2. Puede imitarse fácilmente
3. Dura solo un mes
4. Se basa solo en el precio

14.

¿Cuál es la etapa del ciclo de vida del producto donde las ventas crecen rápidamente?

1. Introducción
2. Crecimiento
3. Madurez
4. Declive

15.

Los canales de distribución se refieren a:

1. La publicidad
2. Los precios
3. Los empleados
4. Las rutas que sigue el producto desde el fabricante al consumidor

16.

¿Qué sigla representa el retorno de la inversión en marketing?

Respuesta: _____

17.

¿Cuál de las siguientes es una herramienta de promoción?

1. Calidad del producto
2. Empaque
3. Precio
4. Descuentos

18.

El precio de un producto debe basarse en:

1. Solo los costos
2. Solo la demanda
3. Lo que quiera el dueño
4. El valor percibido por el cliente y la competencia

19.

¿Cuál es la diferencia entre estrategia y táctica?

1. Estrategia es a largo plazo y táctica a corto plazo
2. Son lo mismo
3. Táctica es más importante
4. Estrategia se aplica solo a precios

20.

El plan de marketing debe incluir:

1. Solo el presupuesto
2. Solo la publicidad
3. Lista de clientes
4. Objetivos, estrategias y acciones detalladas