

## Autoevaluación Módulo 1 Introducción al Marketing

### 1) Verdadero o falso

El Marketing es una disciplina que no cuenta con antecedentes en los tiempos pasados, es un fenómeno de los tiempos actuales. V – F **FALSO**

Todas las empresas pueden y deben aplicar el Marketing. V – F. **VERDADERO**

Las empresas centran sus acciones en las ventas, es lo único que importa. V- F **FALSO**

Los deseos son genéricos y están en función de los gustos individuales. V – F **FALSO**

El papel del Marketing es hacer innecesaria la tarea de venta. Su objetivo es llegar a conocer tan perfectamente a los clientes que lo que se ofrezca se venda solo. V – F

**VERDADERO**

### 2) Complete la grilla

**M**ARKETING

**A** BRIGO

**M**ERCADO

**K** OTLER

**N**ECESIDAD

**E**S **T**RATEGIA

**S**OCI **A**L

\_I NTERCAMBIO

G USTO

- 1) Disciplina que busca generar valor a sus clientes con el objeto de fidelizarlos.
- 2) Necesidad básica
- 3) Lugar de encuentro de la Oferta y la Demanda
- 4) Apellido de uno de los principales autores que tratan la disciplina, contemporáneo.
- 5) Carencia
- 6) Una de las orientaciones en su evolución.
- 7) Uno de los procesos con lo que se identifica la materia.
- 8) Base del Marketing
- 9) Diferencial personal que determina el deseo.

### **3) Marcar lo que se considera correcto**

El Marketing se centra en:

- a. Los clientes X
- b. Las ventas
- c. Los resultados
- d. Los recursos
- e. Los gustos

En la etapa de Orientación a la producción

- a. La oferta era igual a la demanda X
- b. La demanda era mayor que la oferta
- c. La oferta superaba la demanda
- d. No había oferta
- e. No había demanda

Para que se produzca el intercambio marque las que considere

- a. Que existan dos partes X
- b. Que cada parte posea algo que pueda tener valor para la otra parte.X

- c. Que cada parte sea capaz de comunicarse y hacer entrega X
- d. Que cada parte tenga la libertad de aceptar o rechazar la oferta X
- e. Que cada parte considere deseable negociar con la otra parte X

En el proceso del Marketing, los cinco pasos estaría dados para:

- a. Para transformar y generar valor X
- b. Para que los clientes no se vayan
- c. Captar a cambio valor de los clientes
- d. Generar más y más utilidades
- e. Ninguna de las opciones

Selección múltiple con única respuesta o varias en algunos casos cuando crea conveniente

1. El marketing dentro de la empresa

- A. Es absolutamente necesario para que esta pueda desarrollar su imagen y por ende vender más
- B. Es algo que se puede achicar presupuesto y no necesario que este
- C. Es una moda

2. En Argentina...

- A. Ninguna ley regula el tamaño de la empresa
- B. Hay leyes y resoluciones que las ampara y regulan
- C. Existen pero nadie les presta atención

3. Las ventas...

- A. Mira lo que necesita el vendedor y es ese su objetivo
- B. se centran en las necesidades del cliente: tener el producto
- C. lo importante es que el cliente venga, y después, que venga otro, y otro...
- D. no acelera la compra con promociones y descuentos; prefiere la compra reflexionada a la impulsiva

4. El marketing ..

A. utiliza estrategias de comunicación "pull"

B. Hacer todo lo posible para que el cliente compre

C. no todo vale para que el cliente compre

D. todo vale para que el cliente compre

5. ¿El marketing sirve para...

A. vender más

B. para que te conozcan más