

[Página Principal](#) / [Mis cursos](#) / [20236](#) / [MERCADEO Y PUBLICIDAD](#) / [20236 | 8S | 2B | GERENCIA DE MERCADEO Y PUBLICIDAD - CTP - 018A2](#) / [Actividades Evaluativas](#)
/ [Semana 4 - Parcial](#)

Comenzado el	domingo, 29 de octubre de 2023, 21:52
Estado	Finalizado
Finalizado en	domingo, 29 de octubre de 2023, 22:20
Tiempo empleado	28 minutos 13 segundos
Puntos	19.00/20.00
Calificación	76.00 de 80.00 (95%)

Pregunta 1

Finalizado Puntúa 1.00 sobre 1.00

La ventaja competitiva como una ventaja que la organización logra en relación con otras en el mercado.

Seleccione una:

- Verdadero
 Falso

Pregunta 2

Finalizado Puntúa 0.00 sobre 1.00

La Estrategia de liderazgo en costos es una estrategia orientada a un grupo muy particular de clientes sobre la base de algún atributo diferenciador del producto o servicio.

Seleccione una:

- Verdadero
 Falso

Pregunta 3

Finalizado Puntúa 1.00 sobre 1.00

conjunto de esfuerzos y técnicas enfocadas al equipo humano de una empresa u organización.

Seleccione una:

- a. Gerencia comercial
- b. Coaching
- c. Entrenamiento comercial
- d. Ninguna de las anteriores

Pregunta 4

Finalizado Puntúa 1.00 sobre 1.00

De las siguientes cual no hace referencia a una fase la planeación publicitaria

Seleccione una:

- a. Análisis de la situación
- b. Objetivos publicitarios
- c. Estrategia publicitaria
- d. Análisis de la competencia

Pregunta 5

Finalizado Puntúa 1.00 sobre 1.00

La Estrategia de enfoque está orientada a un grupo muy particular de clientes sobre la base de algún atributo diferenciador del producto o servicio.

Seleccione una:

- Verdadero
- Falso

Pregunta 6

Finalizado Puntúa 1.00 sobre 1.00

Como gerentes de mercadeo es fundamental tener esas competencias para mejorar los equipos que aportan al cumplimiento de las metas y estrategias planteadas.

Seleccione una:

- Verdadero
- Falso

Pregunta 7

Finalizado Puntúa 1.00 sobre 1.00

Los gerentes de marketing deben analizar los planes de marketing ya que estos reciben el impacto de factores externos que son incontrolables

Seleccione una:

- Verdadero
- Falso

Pregunta 8

Finalizado Puntúa 1.00 sobre 1.00

Estrategia se basa en la identificación y desarrollo de nuevos segmentos de mercados para los productos que tiene la empresa.

Seleccione una:

- a. Estrategia de desarrollo de nuevos mercados
- b. Estrategia de penetración
- c. Estrategia gerencia repetitiva
- d. Ninguna de las anteriores.

Pregunta 9

Finalizado Puntúa 1.00 sobre 1.00

Es una herramienta útil para las organizaciones que sean marcado objetivos de crecimiento del mercado

Seleccione una:

- a. Matriz de Ansoff
- b. DOFA
- c. Matriz de Gerenciamiento

Pregunta 10

Finalizado Puntúa 1.00 sobre 1.00

La Estrategia de liderazgo en costos es una estrategia orientada a un grupo muy particular de clientes sobre la base de algún atributo diferenciador del producto o servicio.

Seleccione una:

- Verdadero
- Falso

Pregunta 11

Finalizado Puntúa 1.00 sobre 1.00

ventaja exclusiva de nuestra empresa, por la cual existe un mercado que pagaría algo más por acceder a producto o servicio con exclusividad. Esto hace referencia una :

Seleccione una:

- a. Ventaja en diferenciación
- b. Ventaja competitiva
- c. Ventaja Comparativa
- d. Ventaja de costos

Pregunta 12

Finalizado Puntúa 1.00 sobre 1.00

La Estrategia de enfoque está orientada a un grupo muy particular de clientes sobre la base de algún atributo diferenciador del producto o servicio.

Seleccione una:

- Verdadero
 Falso
-

Pregunta 13

Finalizado Puntúa 1.00 sobre 1.00

una estrategia publicitaria debe estar alineada con los objetivos de mercadeo para lograr el cumplimiento de los retos propuestos por la organización.

Seleccione una:

- Verdadero
 Falso
-

Pregunta 14

Finalizado Puntúa 1.00 sobre 1.00

En el mercadeo es necesario que el gerente de mercadeo y publicidad, tenga ciertas habilidades de liderazgo para poder conducir los recursos que apoyan en el desarrollo de la estrategia

Seleccione una:

- Verdadero
 Falso
-

Pregunta 15

Finalizado Puntúa 1.00 sobre 1.00

Las 7P se basan en las variables de las 4 Ps y se agregan 3 nuevas variables como lo son People ,Physical evidence, Process

Seleccione una:

- Verdadero
 Falso
-

Pregunta 16

Finalizado Puntúa 1.00 sobre 1.00

El liderazgo de un gerente de marketing debe estar fundamentado en un equilibrio emocional, tolerancia y analítica

Seleccione una:

- Verdadero
 Falso
-

Pregunta 17

Finalizado Puntúa 1.00 sobre 1.00

La gerencia se define como el grado diferencial de influencia, ya sea a nivel formal como a nivel informal.

Seleccione una:

- Verdadero
 Falso
-

Pregunta 18

Finalizado Puntúa 1.00 sobre 1.00

En el desarrollo del mercado es imprescindible lograr la diferenciación por otros medios y esta diferenciación nos la pueden dar los procesos implementados para la prestación de los servicios.

Seleccione una:

- Verdadero
- Falso

Pregunta 19

Finalizado Puntúa 1.00 sobre 1.00

Son una herramienta que nos permite conocer el cumplimiento de las acciones trazadas, el comportamiento y el desempeño, al ser comparado con un nivel o parámetro esperado.

Seleccione una:

- a. tácticas de mercadeo
- b. Estrategias gerenciales
- c. Indicadores de Gestión
- d. Ninguna de las anteriores

Pregunta 20

Finalizado Puntúa 1.00 sobre 1.00

los cambios tecnológicos lo cual afectan directamente las estrategias de la organización lo cual pueden afectar las ventas y utilidades Verdadero

Seleccione una:

- Verdadero
- Falso

[← Semana 3 - Taller](#)

[Ir a...](#)

[Semana 7 - Taller ►](#)