

Preguntas Bloque 5

Ejercicios tipo 1: Preguntas teóricas de desarrollo

1. El mercado: ¿Qué es? ¿Cómo se clasifica?
2. La investigación de mercados: ¿Qué es? ¿Qué etapas sigue?
3. Sobre el consumidor: ¿por qué es necesario analizarlo? ¿cómo se realiza su análisis? ¿Qué tipos de compra pueden realizarse? ¿qué factores afectan a la decisión de compra?
4. ¿Qué es el Marketing-Mix? Comente brevemente el concepto y las variables que lo constituyen.
5. El producto en el Marketing-Mix: concepto y dimensiones.
6. El producto en el Marketing-Mix: gama de productos, línea de productos y valoración de las mismas.
7. Identificación del producto: concepto de marca y su relación con el envasado y la etiqueta.
8. El ciclo de vida del producto: concepto y etapas.
9. El precio en el Marketing-Mix: concepto, mecanismos de establecimiento y estrategias de fijación de precios.
10. La promoción en el Marketing-Mix: concepto y formas de dar a conocer el producto.
11. La distribución en el Marketing-Mix: concepto, canales de distribución y estrategias de distribución.
12. El comercio electrónico: concepto, tipos y ventajas en comparación con el comercio tradicional.
13. La ética empresarial y su relación con el marketing