- [ ] Los factores controlables de mercadotecnia son las variables que toda organización puede regular al dirigirse a un mercado.
- [ ] El mercado de organizaciones se puede clasificar en tres grandes categorías: industriales, de revendedores y de consumo.
- [ ] La mezcla comercial son una serie de atributos relacionada con el satisfactor, el precio, la distribución y la promoción.
- [ ] El mercado de consumo está integrado por compañías que vende a otras organizaciones, entre ellas industrias, mayoristas, detallistas, etc.
- [ ] Los factores controlables de mercadotecnia son conocidos también como mezcla comercial.
- [ ] Las variables no controlables de mercadotecnia son las fuerzas que limitan las decisiones de la empresa.
- [ ] No es necesario comprender la cultura, idiosincrasia, motivos o hábitos de compra de los consumidores.
- [ ] La mercadotecnia reconoce que existen diversos tipos de mercado en función de las personas u organizaciones que adquieren los bienes o servicios.
- [ ] La frase "conocer al consumidor es manipularlo" es verdadera.
- [ ] La segmentación geográfica se refiere a los rasgos socioeconómicos de la población.
- [ ] La segmentación por comportamiento del consumidor se basa en los motivos y hábitos de los consumidores.
- [ ] El mercado industrial se compone de todos los individuos y organizaciones que compran bienes y servicios que se utilizan en la elaboración de otros productos o servicios.
- [ ] La segmentación de mercado responde a la necesidad de cualquier organización de concentrar sus esfuerzos y recursos en segmentos a los cuales pueda satisfacer mejor.
- [ ] La investigación de mercados puede ser entendida como la búsqueda sistemática y objetiva de información del mercado para fundamentar la toma de decisiones de mercadotecnia.
- [ ] Las variables no controlables de la mercadotecnia son la tecnología, competencia, distribución, demografía, precio y economía.
- [ ] El mercado de revendedores está formado por distribuidores o intermediarios que adquieren bienes a fin de revenderlos.