

Cuestionario de Elección Múltiple sobre Marketing y Sistemas de Información:

1. ¿Por qué es importante la información para las empresas en la toma de decisiones comerciales?
 - a) Porque ayuda a reducir costos.
 - b) Porque permite comprender mejor las necesidades del cliente y las tendencias del mercado.
 - c) Porque facilita la gestión de recursos humanos.
 - d) Porque simplifica el proceso de producción.
2. ¿Cuál de los siguientes enunciados describe mejor el Sistema de Información de Marketing (SIM)?
 - a) Es un proceso automatizado que no requiere intervención humana.
 - b) Es un sistema que solo se utiliza para recolectar datos financieros.
 - c) Es un conjunto de procedimientos y métodos para la recopilación, análisis y distribución sistemática de información relevante para la toma de decisiones en marketing.
 - d) Es una herramienta exclusiva para grandes corporaciones.
3. ¿Cuáles son los subsistemas que integran el Sistema de Información de Marketing (SIM)?
 - a) Sistema de Evaluación y Sistema de Logística.
 - b) Sistema de Comunicación y Sistema de Producción.
 - c) Sistema de Registro de Datos Internos, Sistema de Inteligencia de Marketing, Sistema de Investigación de Marketing y Sistema de Apoyo a las Decisiones de Marketing.
 - d) Sistema de Finanzas y Sistema de Recursos Humanos.
4. ¿Cuál es una de las funciones principales del Sistema de Registro de Datos Internos dentro del SIM?
 - a) Recolectar información sobre la competencia.
 - b) Monitorear las tendencias del mercado.
 - c) Recopilar datos internos sobre ventas, inventario y finanzas.
 - d) Proporcionar datos sobre las preferencias del consumidor.
5. ¿Qué etapa del proceso de investigación comercial implica definir claramente el problema que se va a abordar?
 - a) Diseño del plan de investigación.
 - b) Recopilación de datos.
 - c) Análisis de datos.
 - d) Presentación de resultados.
6. ¿Cuál es una de las principales fuentes de información secundaria utilizadas por las empresas en la investigación comercial?
 - a) Encuestas.
 - b) Entrevistas en profundidad.
 - c) Informes gubernamentales.
 - d) Observación directa.
7. ¿Cuál es uno de los procedimientos para obtener y tratar datos de fuentes de información secundaria?
 - a) Realizar experimentos de laboratorio.
 - b) Realizar encuestas a clientes potenciales.
 - c) Recopilar datos a través de internet y bases de datos.
 - d) Observar el comportamiento de los consumidores en tiendas físicas.
8. ¿Cuál es el objetivo principal del proceso de investigación comercial?
 - a) Recopilar datos para llenar bases de datos.
 - b) Presentar resultados detallados a la gerencia.

- c) Identificar oportunidades de mercado y problemas empresariales.
 - d) Generar informes para los accionistas.
9. ¿Qué función cumple el Sistema de Inteligencia de Marketing dentro del Sistema de Información de Marketing (SIM)?
- a) Analizar datos financieros.
 - b) Monitorear y recopilar información sobre el entorno competitivo, las tendencias del mercado y los cambios en las preferencias del consumidor.
 - c) Administrar los recursos humanos de la empresa.
 - d) Gestionar la cadena de suministro.
10. ¿Cuál es uno de los beneficios de utilizar fuentes de información secundarias en la investigación comercial?
- a) Proporcionar datos específicos sobre las necesidades individuales de los clientes.
 - b) Ahorrar tiempo y recursos al utilizar datos ya existentes.
 - c) Garantizar la máxima precisión y fiabilidad en los datos recopilados.
 - d) Limitar la cantidad de información disponible para la toma de decisiones.