

INVESTIGACIÓN y COMERCIALIZACIÓN SOLUCION DEL EXAMEN DE SEPTIEMBRE (03109101)

CUESTIÓN TEÓRICO-PRÁCTICA 1

1) Orientación al mercado/cliente.- Principio de soberanía del consumidor, adaptarse a las exigencias del cliente como clave del éxito comercial y supervivencia a largo plazo. Actividades de marketing estratégicas y operativas, investigación comercial, rentabilidad. *Cuadro de las distintas orientaciones de gestión de marketing.*

2) Situaciones competitivas.- La OM/OC es prioritaria para el caso de sectores con una alta intensidad competitiva, como el oligopolio diferenciado (definición) y la competencia monopolística (en menor grado), y mucho menos importante en aquellas situaciones donde la intensidad es más baja (oligopolio indiferenciado, competencia perfecta -> posibles acuerdos) o nula (monopolio temporal o duradero). *Cuadro de las situaciones competitivas.*

3) Tipo de producto.- Existen productos y servicios donde la adaptación al cliente es más factible porque se preserva la rentabilidad pese al incremento de los costes de marketing (debido a que el consumidor está dispuesto a desembolsar una buena cantidad). Un ejemplo es una casa o un traje hecho a medida. Por otra parte, en los productos de consumo masivo y frecuente, donde el desembolso es mucho menor, las posibilidades de clientización total se reducen muchísimo. Por ejemplo, los refrescos (no es posible elegir la cantidad de cafeína o gas,...).

CUESTIÓN TEÓRICO-PRÁCTICA 2

I. Las etapas del AOM son:

Líneas maestras corporativas.

Definición del mercado de referencia. Concesiones para territorios nacionales en Europa (mercado de consumo y organizacional).

Apreciación del entorno. Cambio cultural al cambiar las costumbres de uso del móvil.preciación del consumidor. Precio que están dispuestos a pagar los consumidores.preciación de la competencia. Acuerdos de los ganadores de licencias y reacciones de los perdedores de licencias. Pronóstico de ventas.

Evaluación de la oportunidad.

2. Orientación tecnológica, innovación como clave del éxito comercial.

Explicar esta orientación.