

## TEMA 5: MAYORISTAS Y MINORISTAS

### PRUEBA DE EVALUACIÓN

1. Indique cuál de los siguientes no es un mayorista de servicios limitados:
  - a. Mayorista general.
  - b. Cash and carry.
  - c. Mayorista sobre camión.
  - d. Mayorista de despacho.
  - e. Mayorista de estantería.
  
2. Indique cuál de las siguientes no es una decisión de marketing habitual que pueden tomar los mayoristas:
  - a. Expansión a los mercados exteriores.
  - b. Especialización.
  - c. Integración vertical.
  - d. Desarrollar líneas de productos propias.
  - e. Segmentar el mercado de consumidores.
  
3. Indique cuál de las siguientes no es una tendencia de la distribución mayorista:
  - a. Reducción de costes.
  - b. Aumento de la cuota de mercado.
  - c. Inversión en tecnologías.
  - d. Aumento del tamaño medio.
  - e. Generación de valor añadido.
  
4. Indique cuál de los siguientes es un minorista que habitualmente opera sin establecimiento:
  - a. Concept store.
  - b. Factory outlets.
  - c. Pop-up store.
  - d. Vending.
  - e. Hipermercado.
  
5. Indique cuál de los siguientes no es una modalidad de venta domiciliaria:
  - a. A puerta fría.
  - b. En reunión.
  - c. En excursión.
  - d. Venta callejera.
  - e. Concertada.

6. La modalidad de comercio electrónico destinado y promovido por consumidores se suele denominar:
- B2C.
  - Con2Con.
  - A2A.
  - C12C1.
  - C2C.
7. Indique cuál de los siguientes no es un tipo de infomediario:
- Directorios on-line.
  - Outlets on-line.
  - Sitios web evaluadores.
  - Motores de búsqueda on-line.
  - Editoriales on-line.
8. La estrategia de desarrollo que se realiza con los productos actuales en nuevos establecimientos ubicados en las áreas de mercado en las que ya venía operando la empresa, se denomina:
- Penetración en la categoría.
  - Expansión geográfica
  - Penetración de mercado.
  - Diversificación.
  - Extensión.
9. El tipo de merchandising que promueve la imagen del propio distribuidor y fomenta la tienda espectáculo ayudando a la venta visual a través de un ambiente agradable, se denomina:
- Gestión.
  - Presentación.
  - Psicológico.
  - Sedución.
  - Experiencial.
10. Indique cuál de las siguientes no es una tendencia de la distribución minorista:
- Low cost.
  - Disminución de la competencia intertipo.
  - Outsourcing.
  - Smart shopping.
  - Aumento de las marcas de distribuidor.

## DIRECCIÓN Y DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

### BIBLIOGRAFÍA:

- ✓ KOTLER, P; ARMSTRONG, G.; CÁMARA, D. Y CRUZ, I. (2000): *Dirección de Marketing*. 10ª edición, edición del milenio. Prentice-Hall, Madrid.
- ✓ MARTÍNEZ-LÓPEZ, F.; MARAVER, G. (2009): *Distribución Comercial*. Ed. Delta, Madrid.  
Capítulos 7, 8, 9 y 10.
- ✓ MIQUEL, S; PARRA, F; L'HERMIE, C; MIQUEL, M.J. (2008): *Distribución Comercial*. 5ª edición, Ed. ESIC, Madrid.
- ✓ MOLINILLO JIMÉNEZ, S. (coord.) (2014): *Distribución Comercial Aplicada*. 2ª edición, ESIC, Madrid.
- ✓ SANTESMASES, M. (2012): *Marketing: conceptos y estrategias*. 6ª edición, Ed. Pirámide, Madrid.
- ✓ STERN, L; EL - ANSARY, A.L; COUGHLAN, A.T; CRUZ, I. (1999): *Canales de Comercialización*. Ed. Prentice Hall, Madrid
- ✓ VÁZQUEZ, R.; TRESPALACIOS, J.A. (2006): *Estrategias de Distribución Comercial*. Ed. Thomson, Madrid.