

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.
 - Seducción.**
 - 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.