

## ZERBITZUEN ETA BESTE UKIEZINEN MARKETINA

# KONTZEPTUEN EBALUAZIOA

### GALDERA BAKOITZEKO ERANTZUN BAKARRA DAGO

#### **1.- Zerbitzuen marketinak dituen ezaugarri bereizgarriak hauexek dira:**

- a) Ukiezintasuna, heterogeneitatea, banaezintasuna eta iraungitzea.
- b) Ukiezintasuna hautemandako arriskua eta la jabego eskualdaketa ezintasuna.
- c) pertsonalizazioa eta iraungitzea.
- d) Erabiltzailearen aldetiko inplikazio altua eta jabego eskualdaketa aukera.
- e) Eskaintzaren ezberdintasuna eta heterogeneitatea.

#### **2.- Iberiak eskaintzen duen Bilbotik Madrilerako airezko garraioa:**

- a) Produktutzat har daiteke, eta gehiago zehaztuz zerbitzutzat
- b) Alde ukiezina nagusitzen den zerbitzutzat har daiteke, alde ukigarria ere baduen arren
- c) Produktuari balioa eranstean dion zerbitzutzat jo daiteke; izan ere, bidaia egingo duen pertsonaren ziurgabetasuna edo hautemandako arriskua gutxitzen du.
- d) Aurreko guztiak
- e) a eta b erantzunak

#### **3.- Zerbitzuen Kudeaketa eta marketinaren esparruan hurrengo baieztapen hauetatik zein da FALTSUA?**

- a) Zerbitzuen marketinak barneko marketinaren eta marketin interaktiboaren garapena eskatzen du.
- b) Zerbitzuaren prestazioarekin lotutako ukigarritasunak garrantzia bizia hartzen du.
- c) Sektore jakinetan eta urterokotasuna saihesteko asmoz, prezioen diskriminazioak ohikoak dira.
- d) Zerbitzuen banaezintasunaren ezaugarriak bere ekoizpena kontsumoarekin elkartuta doala adierazten du eta biak aldiberean ematen direla.
- e) Aurreko bat ere ez.

**4.- S.A Txirrinda. errepideko eta mendiko bizikleta marka ezaguna da. Kirol materialeko banatzaile handien suposatzen duten mehatxuaren kontra egiteko asmoz, hurrengo merkataritza-akzioak burutzea erabaki du: erosleak aukeratutako modelo bi egunetan zehar probatzeko posibilitatea eskaintzea; erosketa egin eta sei hilabeteetan zehar doako berrikuspena (pieza eta eskulana) eta bost urtetan zeharreko piezetako bermea. Hurrengo baieztapenen artean zein da benetakoa?**

- Enpresa saiatzen da bere bizikletak erosteko orduan kontsumitzailearen somatutako arriskua gutxitzen.
- Eskaintako zerbitzu berriak aurre-salmentatzat jo daitezkeen zerbitzuak dira.
- Eskaintako zerbitzu berriek ez diote baliorik gehitzen produktuari aldaketarik saltzen dituen bizikletetan sartzen ez dutenez gero.
- Eskaintako zerbitzu berriak ez dira saldutako produktuaren parte bezala hartu behar.
- Aurreko bat ere ez.

**5.- Produktu digitalizatuak (posta-txartelak, liburuak, pelikulak, marrazkiak,...), bide elektronikoaren bitartez jasotzen diren “ondasunak” kontsidera daitezke; hori kontuan hartuta, aukeratu erantzun zuzena:**

- Ezin dira produktu bezala kontsideratu, erosteko eta jasotzeko aduanaren kontrola beharrezkoa ez delako.
- Ezin dira produktu bezala kontsideratu, euren edukiak ukiezinak direlako.
- Ezin dira produktu bezala kontsideratu, “ondasun” horiek merkaturatzeko araudia garatuta ez dagoelako.
- Zerbitzuak bezala kontsidera daitezke bakarrik, euren edukiak eskusiboki ukiezinak direlako.
- Banaketa kanala edozein izanda, produktu bezala kontsideratuko dira.

**6.- Zerbitzuaren kalitate teknikoa zerari dagokio:**

- zerbitzuak *ZER* eskaintzen duen.
- Zerbitzua *NOLA* eskaintzen den.
- Zerbitzua *NOIZ* eskaintzen den.
- Zerbitzua *NORK* eskaintzen duen.
- Zerbitzua *NON* eskaintzen den.

**7.- Zerbitzuaren kalitate funtzionala honi dagokio:**

- zerbitzuak *ZER* eskaintzen duen.
- Zerbitzua *NOLA* eskaintzen den.
- Zerbitzua *NOIZ* eskaintzen den.
- Zerbitzua *NORK* eskaintzen duen.
- Zerbitzua *NON* eskaintzen den.



Universidad del País Vasco Euskal Herriko Unibertsitatea

Departamento de Economía Financiera II  
(Economía de la Empresa y Comercialización)



OCW 2015

**8.-Hurrengo proposamenen artetik, zein zerbitzuz dauka kustomizatua izateko posibilitate gehien:**

- a) Garraio publikoak
- b) Janari arineko Jatetxe batek (Fast Food)
- c) Eraikin pribatuko diseinu arkitektonikoak
- d) Eraikin-bloketako diseinu arkitektonikoak
- e) Zerbitzu telefonikoak

**9.-Hurrengo proposamenen artetik, zein zerbitzuz dauka kustomizatua izateko posibilitate gutxien:**

- a) Ikasgai partikular pribatuak
- b) Lege-aholkularitza pertsonalizatuta
- c) Txakurren ile-apaindegi zerbitzua
- d) Garraio publikoa
- e) Elite-kirolarientzako osasuneko aholku partikularra

**10.- IDH-a zera da (giza garapenaren indizea):**

- a) Herrialdeen giza garapenaren adierazle bat, Nazio Batuen Programak Garapenerako landutakoa (PNUD).
- b) Herri baten erakargarritasun turistikoa neurtzen duen indizea.
- c) Gaixotasun kronikoko detekzio goiztiarreko erreminta bat.
- d) Gastu sozialera bideratutako aurrekontuaren zenbatekoa ezartzeko matrize bat.
- e) Aurreko bat ere ez.

**11.- Giza garapenaren (IDH-aren) indizeak hurrengo hiru dimentsioak gehitzen ditu:**

- a) bizi-itzaropena, *per capita* errenta eta genero-berdintasuna.
- b) analfabetismoa, gosea eta gaixotasunak.
- c) azpiegiturak, *per cápita* dauden ibilgailuak eta *per cápita* dauden etxebizitzak.
- d) osasuna, heziketa eta bizitza-estandarra.
- e) errenta, aurrezkiak eta biztanleagatikiko ondarea.

**12.- Haurren publizitatearen gaineko Kode deontologikoak zera bilatzen du:**

- a) umeei zuzendutako mezu engainagarrien difusioa saihestea.
- b) gurasoei bere seme-alaben aurrean zintzotasunez eta era sentikorrean lan egin dezaten laguntzea.
- c) umeei eguneko ordu gehiegitan telebista ikus dezatela saihestea.
- d) umeak eskolan ematen ez diren edukietan hezteak.
- e) Aurreko guztiak.

**13.- Haurren publizitatearen gaineko Kode deontologikoaren funtzio nagusia hau da:**

- a) sortzaileei eduki sozialetan oinarritutako publizitate-kanpainak garatzen laguntzea.
- b) gurasoei bere seme-alaben aurrean zintzotasunez eta era sentikorrean lan egin dezaten laguntzea.
- c) umeek eguneko ordu gehiegitan telebista ikus dezatela saihestea.
- d) umeak eskolan ematen ez diren edukietan hezteak.
- e) anuntzianteei umeen aurrean zintzotasunez eta era sentikorrean lan egin dezaten laguntzea.

**14.- Banaketaren funtzioak ekoizpen eta kontsumoaren artean ematen den aldea gaititu behar du, zeinak kontsideratu behar duen:**

- a) banaketa fisikoa.
- b) denborazko banaketa.
- c) aukeran banaketa.
- d) Aurreko guztiak.
- e) Aurreko bat ere ez.

**15.- Marketin ekologikoaren ikuspegitik, ontzi-kudeaketarako Gordailu-Sistemak (SDDR) zera inplikatzeko du:**

- a) zaborra erretzeko erraustegien erabilera.
- b) borondatezko hondar-bilketa sistemaren erabilera, herritarren borondate onaren mende dagoena.
- c) gordailuan kontsumitzaileari ontzi bakoitzagatik kobratzea, ontziaren itzultzearekin batera itzuliko dena.
- d) bere berrerabilpenerako hondakinen erreperazioerako sistema baten ezarpena.
- e) Aurreko bat ere ez.

**16.-Merkatuarekin loturiko zirkunstantziei dagokionez, marketin turistikoaren bi dimentsioak hauek direla esan dezakegu:**

- a) dimentsio mikroekonomiko eta makroekonomikoa
- b) dimentsio hautemangarri eta ukiezina.
- c) Dimentsio sozial eta kulturala.
- d) Hotel-dimentsioa eta garraiobidea.
- e) herria eta hiri dimentsioak

**17.- Osasun-zerbitzuaren kalitatea honen mende dago:**

- a) osasun jarduerarako erabilitako baliabide teknikoak.
- b) osasun jarduerarako erabilitako baliabide materialak.
- c) osasun jarduerarako erabilitako giza baliabideak
- d) osasun zerbitzua eskaini ahal izateko ingurunea, bereziki lekua eta unea.
- e) Aurreko guztiak.

**18.- Banku erlazionalaren ikuspegitik banku-zerbitzuaren prestazioaren bereizkuntzarako lehiakortasun oinarria da:**

- a) teknologia berrien erabilera.
- b) tratuatutako apustua eta pertsonalizatutako arreta.
- c) banku-bulego modernoaren irekitzea.
- d) inbertsioen, ondarearen kudeaketa eta finantzazio operazioen aholkularitza.
- e) ondare ukigarrien, ukiezinen eta interes tasen operazioak.

**19.- “Osagarritasuna” zerbitzu turistikoaren berezko ezaugarria da. Kontzeptu hau honi dagokio:**

- a) oporretarako pakete osoaren erosketak.
- b) goi-denboraldiko gehiegizko eskaria.
- c) zerbitzu turistikoaren katea egituratzen duten zerbitzuen batuketak.
- d) eskaintzako alderdi hautemangarrien (instalazioen) eta ukiezinen arteko zuzeneko elkartea.
- e) oinarrizko zerbitzuetik abiatuta eskaintza osatzeko posibilitatea.

**20.- Orokorrean produktu ala zerbitzu posibleei buruzko ideiak...:**

- a) iturri ezberdinetan dute jatorria, salmenta indarra, banatzaile ala bezeria adibidez.
- b) era aktiboan estimulatuta eta koordinatuta behar dira, bai merkataritza zuzendaritzaren bitartez ala horretarako bereziki sortutako batzorde baten bitartez.
- c) berez sortu daitezke nahiz eta hori ohikoena ez izan.
- d) metodo ezberdinen bitartez estimulatuta daitezke.
- e) Aurreko guztiak.

**21.- Barne Marketina hurrengo agenteen arteko ematen diren erlazioen kudeaketaz arduratzen da:**

- a) enpresa eta akziodunak.
- b) enpresa eta bere hornitzaileak.
- c) enpresa eta bere *stakeholder*-ak.
- d) enpresa eta bere enplegatutak.
- e) Aurreko guztiak.

**22.- Marketin ekologikoaren ikuspegitik, kontuan hartzeko hiru dimentsioak dira:**

- a) ekonomikoa, soziala eta ingurunea.
- b) ingurunearena, kulturala eta solidaritatea.
- c) baliabide naturalak eta hondakinen-kudeaketa.
- d) teknologikoa, politikoa eta kulturala.
- e) aurreko bat ere ez.



Universidad Euskal Herriko  
del País Vasco Unibertsitatea

Departamento de Economía Financiera II  
(Economía de la Empresa y Comercialización)



OCW 2015

-----

**ERANTZUNAK:**

- 1. a
- 2. d
- 3. b
- 4. a
- 5. e
- 6. a
- 7. b
- 8. c
- 9. d
- 10. a
- 11. d

- 12. e
- 13. e
- 14. d
- 15. c
- 16. a
- 17. e
- 18. b
- 19. c
- 20. e
- 21. d
- 22. a