

COMUNICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

Duración: 90 minutos

CÓDIGO: 01563023

CONVOCATORIA: Junio 2011 1ª semana

TIPO DE EXAMEN: B

1. ¿En qué fase de la implantación del e-business los clientes pueden colaborar directamente, a través de Internet, en el diseño de los productos? P.194

A) Información B) Transacción C) Integración D) Participación

2. ¿Cuál de las siguientes NO es una característica básica del sector turístico? P.319

A) Estacionalidad de la demanda B) Escasa inversión en activo fijo C) Comportamiento cambiante del consumidor D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta

3. Las empresas oferentes del llamado "time-sharing" son empresas de: P.328

A) Alojamiento B) Distribución C) Transporte aéreo D) Transporte ferroviario

4. En el ámbito de la administración de la empresa, la determinación del lugar concreto que ocupa cada elemento patrimonial hace referencia a: P.7

A) La organización B) La dirección C) El control D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta

5. ¿Cuál de los siguientes es un tipo de planificación según su naturaleza? P.11

A) Programas B) Planificación a corto plazo C) Planificación a largo plazo D) Planificación a medio plazo

6. Señale la respuesta INCORRECTA. Las reglas: P.14

A) Son normas que ordenan que se haga o no se haga una determinada cosa B) No tienen carácter imperativo C) Pueden considerarse como la formulación más simple de un plan D) Pueden o no formar parte de un procedimiento

7. ¿Cuál de los siguientes NO es uno de los principios señalados por Porter para lograr un cierto posicionamiento estratégico como ventaja competitiva de la empresa? P.89

A) Establecimiento de una meta adecuada B) Presentar a los clientes una oferta de valor única C) Materialización de la estrategia en una cadena de valor distintiva D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta

8. ¿Cuál de las siguientes estrategias es conocida con el nombre de estrategia competitiva? P.92

A) Estrategia corporativa B) Estrategia de negocio C) Estrategia funcional D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta

9. Los diagramas que representan la estructura de una organización, se llaman: P.28

A) Organigramas B) Cronogramas C) Crucigramas D) Programas

10. El establecimiento de los estándares a aplicar: P.31

A) Es la última etapa del proceso de control en la empresa B) Consiste en establecer una serie de medidas que se consideren adecuadas o normales a la actividad objeto de control C) Debe permitir fijar en términos generales los objetivos a alcanzar D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta

11. Una investigación aplicada, ¿puede ir precedida de un análisis de los costes y beneficios que se esperan de ella? P.46

A) No, nunca B) Sí, siempre y necesariamente C) Sí, casi siempre D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta

12. El microentorno del marketing incluye, entre otros: P.64

A) El estado tecnológico B) Los competidores C) El sistema económico D) El entorno político

13. La anticipación y satisfacción de las necesidades de los consumidores es característica de: P. 78

A) La discriminación de precios B) La fijación estratégica de precios C) La orientación al mercado D) La determinación del presupuesto

14. El elemento tecnológico que se encarga de la traducción o interpretación desde la lógica propia de los datos e informaciones de la empresa a la lógica externa del negocio es el: P.158

A) Servidor web B) Servidor de aplicaciones C) Servidor de negociaciones D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta

15. ¿En qué tipo de comercio electrónico una empresa actúa de proveedor de otra, siendo ésta última cliente de la primera?

A) Business to Business B) Business to Consumer C) Customer to Business D) Customer to Customer P.176

16. En el comercio electrónico B2C, ¿con qué función relacionaría el método de cifrado por encriptación conocido como "formato triangular"? P.183

A) Logística de distribución B) Gestión de las relaciones con los clientes C) Crédito o pago electrónico D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta

17. Cuando los costes de las inversiones necesarias para entrar en un sector determinado no pueden ser recuperados en caso de que se salga del mismo, se habla de costes: P.103

A) Marginales B) Variables C) Hundidos D) Flotantes

18. La gestión por rendimientos: P.306

A) Es una aplicación del marketing cultural de relaciones B) Debe centrarse en la rentabilidad a corto plazo C) Tiene como elementos esenciales los ingresos, la demanda y la capacidad D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta

19. Las tres categorías de empresas turísticas que concentran la mayor parte de las actividades del sector son: las agencias de viajes, las empresas de alojamiento y las empresas de:

A) Esparcimiento B) Servicios financieros C) Restauración D) Transporte P.322

20. Señale la respuesta INCORRECTA. El denominado "forfait":

A) Es un tipo especial de paquete turístico B) Se produce a medida de un solo cliente C) Su precio global resulta siempre superior al de un paquete turístico ordinario D) Permite recurrir fácilmente a las economías de escala P.335

21. La mayoría de las empresas de éxito desde las últimas dos décadas fijan el precio del producto en función de: P.127

A) Los costes B) El valor C) El consumidor D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta

22. ¿En qué estrategia de discriminación de precios NO se diferencia la oferta? P.140

A) Directa B) Indirecta C) Recíproca D) Proporcional

23. Señale la respuesta INCORRECTA en relación con la discriminación de precios: P.140 y ss

A) Es ventajosa en el caso de monopolio B) Puede ser directa o indirecta C) La discriminación directa presenta importantes dificultades prácticas D) La discriminación directa es la que más relevancia adquiere en marketing

24. En una organización de producción cultural, los autores, intérpretes, directores y actores forman parte del público: P.286

A) Externo B) Interno C) Intermedio D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta

25. ¿A qué segmento del público de abonados pertenecen aquellos que compraron su abono sin haber asistido a ninguna representación durante los últimos cinco años? P.289

A) Graduales B) Repentinos C) Consolidados D) Rezagados

SISTEMA DE PUNTUACIÓN: Las preguntas tienen una única respuesta correcta (0,4 puntos). Los desaciertos puntúan -0,2 puntos y las preguntas no contestadas 0 puntos. Para aprobar el examen será necesario obtener 5 puntos. **Podrá consultar su calificación en el teléfono 902-252600 o en la web del servidor de la UNED.**