

COMUNICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

Duración: 90 minutos

CÓDIGO: 01563023

CONVOCATORIA: Junio 2011 2ª semana

TIPO DE EXAMEN: E

1. ¿En qué etapa del proceso de planificación se cuantifican los planes establecidos? P.20

- A) Presupuestación B) Determinación de líneas de acción
C) Elección de una línea de acción D) Establecimiento de objetivos

2. Una de las técnicas de presupuestación es: P.22

- A) Presupuestación de base uno B) Presupuestación de base cinco
C) Presupuestación por programas D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta

3. La primera de las actividades que se desarrollan en el ámbito de la administración de las empresas es: P.7

- A) Planificar B) Organizar C) Dirigir D) Controlar

4. Señale la respuesta INCORRECTA. Los procedimientos: P.13

- A) Son un tipo de planificación según su naturaleza B) Son la forma concreta que es preciso aplicar para realizar una actividad determinada C) Se extienden a través de toda la organización D) A medida que van dirigidos a niveles superiores se van haciendo más riguroso y detallados

5. La última etapa del proceso de planificación es: P.20

- A) Elaboración de planes derivados B) Presupuestación
C) Evaluación de las líneas de acción D) Elección de una línea de acción

6. ¿En qué parte de la pirámide de los niveles de decisión y responsabilidad de la empresa se sitúan los directivos más directamente responsables de la gestión propiamente dicha?:

- A) En la cúspide B) En el nivel intermedio C) En la base D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta **P.26**

7. ¿Cuál de las siguientes NO es una de las características de los bienes de consumo inmediato? P.66

- A) Proceso de compra sencillo B) Proceso de compra de corta duración C) Rotación de existencias reducida D) Suministro fácilmente realizable

8. Señale cuál de las siguientes situaciones es posible: P.77

- A) El mayorista vende directamente al consumidor final B) El minorista compra al fabricante C) El minorista no compra al mayorista D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta

9. Señale la respuesta INCORRECTA en relación con la ventaja competitiva de la empresa. P.88

- A) La competencia es la razón fundamental que justifica la estrategia B) Las actuaciones de un competidor afectan a los resultados del resto de competidores C) La manera de conseguir una mayor rentabilidad es conseguir una ventaja competitiva duradera D) La ventaja vía precio se consigue produciendo a un coste inferior que el resto de competidores

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

- A) Es la primera etapa del proceso de control en la empresa
B) Debe permitir fijar en términos generales los objetivos a alcanzar
C) Debe permitir medir los resultados globales alcanzados
D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta

11. ¿En qué fase de la implantación del e-business se añade la posibilidad de producir bienes y servicios en colaboración con otras empresas que participen en los procesos de producción? P.194

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

12. Uno de los métodos generales para obtener los datos necesarios en una investigación es el recurso a fuentes: P.56

- A) Secundarias B) Simultáneas C) Sucesivas D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta

13. ¿En qué estrategia de discriminación de precios se busca una correlación entre los precios de referencia de cada individuo o segmento y la preferencia por algún atributo del producto? P. 141

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

14. El elemento tecnológico que convierte a páginas web la lógica externa del negocio es el: P.160

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

15. ¿Con qué tipo de comercio electrónico relacionaría los marketplaces o mercados electrónicos?: P.177

- A) Business to Business B) Business to Consumer C) Customer to Business D) Customer to Customer

16. La llamada “gestión de las relaciones con los clientes” es una función del sistema web de la empresa en: P.181

- A) El comercio electrónico de empresa a consumidor B) El comercio electrónico de consumidor a empresa C) Las subastas electrónicas entre proveedores D) Ninguna de las anteriores es cierta

17. En una organización de producción cultural, los periodistas, críticos, agencias de medios y publicidad son: P.286

- A) Públicos externos B) Públicos intermedios C) Públicos internos D) Públicos consumidores

18. La gestión de abonos es típica: P.287

- A) Del marketing social para el patrocinio deportivo B) Del marketing político en las convenciones electorales C) Del marketing relacional en campañas de fidelización D) Del marketing cultural en espectáculos y otros productos artísticos

19. ¿A qué segmento del público de abonados pertenecen aquellos que llevan siéndolo las últimas cinco temporadas?

- A) Graduales B) Repentinos C) Rezagados D) Consolidados **P.289**

20. Las empresas turísticas que facilitan el primer atributo esencial del producto turístico (el viaje físico del turista) son las empresas de: P.322

- A) Alojamiento B) Restauración C) Transporte D) Esparcimiento

21. Las compañías “charter” de aviación: P.323

- A) Se caracterizan por la programación de vuelos “ad hoc”
B) Tienen un carácter de servicio público más marcado que las regulares C) Están sometidas a horarios e itinerarios fijos
D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta

22. ¿Qué estrategia se ocupa de cómo compete la empresa en determinados sectores o mercados? P.91

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

23. Son estrategias corporativas las estrategias: P.113

- A) De liquidación B) De disolución C) Adaptativas D) Competitivas

24. Cuando se suma al coste de cada producto un margen de beneficio, el precio se fija en función de: A) El consumidor B) El valor C) Los costes D) Los objetivos de ventas P. 125

25. En las estrategias de precios aplicables a nuevos productos:

- A) El punto principal de referencia es la situación competitiva B) Tiene especial importancia la evolución de los precios de reserva
C) Existe completa certeza en cuanto a los precios de reserva desde el principio del proceso D) No se considera la aversión al riesgo del consumidor **P.139 y 147**

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.**