

**1. Señale la respuesta correcta en relación con las técnicas de control en la empresa. P.34 a 36**

A) La auditoria puede ser interna o externa B) La auditoria interna no puede ser operativa C) La auditoria externa no puede ser operativa D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta

**2. El macroentorno del marketing incluye, entre otros: P.64**

A) El sistema económico B) Los competidores C) Los intermediarios D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta

**3. Los bienes de consumo duradero se caracterizan por: P.66**

A) Involucrar al comprador en el proceso de compra B) Proceso de compra muy impulsivo C) Márgenes comerciales siempre menores que en el caso de los bienes de consumo inmediato D) Rotación de existencias elevada

**4. Los productos intangibles de los que el demandante no adquiere la propiedad ni el control en la relación de intercambio, sino simplemente el disfrute, son: P.67**

A) Los servicios B) Los bienes de consumo inmediato C) Los bienes de consumo duradero D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta

**5. Un mayorista: P.77**

A) Compra los bienes o servicios a un minorista B) Vende los bienes o servicios a minoristas o a otros mayoristas C) Vende los bienes o servicios al consumidor final D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta

**6. En el proceso de planificación estratégica: P. 93**

A) El análisis del entorno es posterior a la formulación de estrategias B) El análisis interno es posterior a la formulación de estrategias C) La reformulación de la misión y los objetivos de la empresa es posterior al análisis interno D) La reformulación de la misión y los objetivos de la empresa es previo al análisis del entorno

**7. Señale la respuesta INCORRECTA. El producto turístico:**

A) Es básicamente intangible B) No es almacenable C) Ha de ser producido y consumido en un mismo y único momento D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta P.320

**8. 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

**9. Entre los distintos tipos de planificación de la empresa según su naturaleza NO se incluyen: P.11**

A) Los propósitos B) Las misiones C) Los presupuestos D) La planificación a corto plazo

**10. La presupuestación por programas: P.23 y 24**

A) Es una técnica para presupuestar menos avanzada que la presupuestación de base cero B) Admite una menor flexibilidad temporal que la de base cero C) Sustituye al departamento como unidad de presupuestación por los objetivos a conseguir D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta

**11. ¿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

**12. ¿A qué segmento del público de abonados pertenecen aquellos que llevan siéndolo las últimas cinco temporadas? 289**

A) Graduales B) Repentinos C) Consolidados D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta

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

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

**14. Una de las tres orientaciones básicas para la fijación del precio del producto es: P.138**

A) La competencia B) La oferta C) Los años de vida de la empresa D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta

**15. ¿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 vertical B) Directa horizontal C) Indirecta D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta

**16. La fijación del precio para los nuevos productos: P.147**

A) Resulta de considerar su precio de reserva B) Depende de la elasticidad de los sustitutivos C) Debe inducir a la prueba por parte del consumidor D) No considera la aversión al riesgo

**17. Señale cuál de los siguientes es un requisito del sistema web de la empresa: P.161**

A) Rendimiento B) Indisponibilidad C) Inadaptabilidad D) Inseguridad

**18. La noción y aplicación práctica del marketplace: P.177**

A) Es un modelo de distribución comercial B) Hace redundante el catálogo como instrumento promocional C) Se asocia con aplicaciones de software del B2B D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta

**19. El cifrado de la intercomunicación entre los ordenadores clientes que acceden al sistema web de la empresa y el servidor de aplicaciones de éste: P.167**

A) Se conoce con el nombre de "firewall" B) Reside en el primer nivel de seguridad C) Es la principal acción del segundo nivel de seguridad D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta

**20. En una organización de producción cultural, el personal de gestión y salas, directores de museos, técnicos, maquetadores y correctores de pruebas son: P.286**

A) Públicos externos B) Públicos internos C) Públicos intermedios D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta

**21. ¿Cuál de los siguientes NO es un beneficio potencial que ofrece el comercio electrónico B2C desde el punto de vista de la empresa oferente? P.184**

A) Menores costes operativos B) Acceso a nuevos mercados C) Nuevas líneas de negocio D) Menor orientación hacia el consumidor

**22. ¿Cuál de las siguientes NO se incluye entre las categorías de bienes y servicios culturales? P.283**

A) El cine B) La producción musical C) Los productos literarios en sus diversas variantes D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta

**23. Entre las barreras a la entrada de nuevos competidores NO se incluye: P.103**

A) La inversión necesaria para entrar en el sector B) La diferenciación del producto C) El acceso a los canales de distribución D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta

**24. La matriz de portafolio corporativo o matriz del BCG se utiliza en las estrategias: P.113**

A) Adaptativas B) Competitivas C) Combinadas D) De cosecha

**25. Cuando se suma al coste de cada producto un margen de beneficio, el precio se fija en función de: P. 125**

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

**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.**