

Pregunta 2
Sin responder aún
Puntúa como 1,00
1º Marcar pregunta
Quitar mi elección

Tiempo restante 0:06:59

¿Qué es un plan de negocio?

- a. Un área de valor de comercial real o potencial.
- b. El documento que describe el modelo de negocio de una empresa.
- c. Plan que se prepara y detalla con exactitud para entrar a un nuevo mercado y atraer nuevos clientes.

¿A qué pregunta debe responder el elemento "proposición de valor"?

- a. ¿Qué espacio de mercado desea atender y cual es su tamaño?
- b. ¿Quién más ocupa su espacio de mercado de interés?
- c. ¿Por qué un cliente debe comprarle a usted?
- d. ¿Qué ventajas especiales lleva su empresa al espacio de mercado?

Bueno modelo de negocios según Osterwalder se concibió como:

- a. Una técnica para visualizar y modificar modelos de negocios
- b. Una herramienta para definir los modelos de negocios
- c. Un lenguaje común para describir, visualizar y modificar modelos de negocios
- d. Un instrumento de pensamiento visual para validar las hipótesis del modelo de negocio

Es el plan base que se incluye por 10 años desde el momento de activación de Onstar.

- a. Connected Essentials
- b. Connected App
- c. Connected Combo
- d. Protect



A partir del tamaño del mercado y del consumo aparente se saca:

- a. Las proyecciones de venta
- b. Ninguna de las anteriores
- c. La participación de la competencia en el mercado
- d. Las características del segmento del mercado

Tiempo restante 0:02:33

B _____, debe responder las siguientes preguntas: 1) Como se distribuirá el producto al comienzo de la comercialización? 2) Cómo se dará a conocer el producto o como se presentará al consumidor final? 3) Se hará una campaña publicitaria? 4) se acompañará el lanzamiento con una promoción?

- a. Plan de introducción al mercado
- b. Ninguna de las anteriores
- c. Plan de ventas
- d. Plan de mercadeo

Quitar mi elección

Tiempo restante 0:02:17

Son elementos que se deben tener en cuenta a la hora de diseñar un producto

- a. Confiabilidad, belleza, seguridad
- b. Simplicidad, practicidad, Agilidad
- c. Ninguna de las anteriores
- d. Simplicidad, practicidad, confiabilidad y calidad

[Quitar mi elección](#)

Un proyecto existe al tomar la decisión de hacer algo sobre el problema u oportunidad y, habitualmente se le asigna a alguien como responsable.



Seleccione una:

- Verdadero
- Falso

Comenzado el martes, 10 de enero de 2023, 07:12

Estado Finalizado

Finalizado en martes, 10 de enero de 2023, 07:15

Tiempo empleado 3 minutos 10 segundos

Puntos 6,00/10,00

Calificación 1,05 de 1,75 (60%)

Pregunta 1

Finalizado

Se puntuó 0,00 sobre 1,00

La base de conocimiento de la empresa conjunta toda la información en un solo lugar y debe ser administrada por un software especializado

Seleccione una:

- Verdadero
 Falso

Pregunta 2

Finalizado

Se puntuó 0,00 sobre 1,00

¿Cuál NO se considera como interesado del proyecto?

- a. Gerentes funcionales
 b. Personal del proyecto
 c. Vendedores
 d. Socios de negocio

Pregunta 3

Finalizado

Se puntuó 0,00 sobre 1,00

¿Porqué es importante identificar a los interesados del proyecto?

- a. Para deslindar responsabilidades
 b. Para determinar los requisitos del proyecto
 c. Para conocer todos los puntos de vista
 d. Para mantener una comunicación assertiva

Pregunta 4

Finalizado

Se puntuá 1,00 sobre 1,00

Cuando se tienen agrupados a los integrantes del nivel superior por especialidades, estamos hablando de una organización:

- a. Funcional
- b. Funcional moderna
- c. Atípica
- d. Funcional clásica

Pregunta 5

Finalizado

Se puntuá 0,00 sobre 1,00

La estructura de la organización es un factor...

- a. Estructural
- b. Ambiental
- c. Organizativo
- d. Todas las anteriores

Pregunta 6

Finalizado

Se puntuá 1,00 sobre 1,00

Reflejan una mezcla de las características de las organizaciones funcionales y de las orientadas a proyectos.

- a. Oficinas de proyectos
- b. Cualquier empresa
- c. Organizaciones clásicas
- d. Organizaciones matriciales

Pregunta 7

Finalizado

Se puntuá 1,00 sobre 1,00

Los diferentes interesados no pueden tener expectativas contrapuestas susceptibles de generar conflictos dentro del proyecto

Seleccione una:

- Verdadero
- Falso

Pregunta 8

Finalizado

Se puntuá 1,00 sobre 1,00

Los factores ambientales de la empresa..

- a. Hacen referencia a condiciones que no están bajo el control del equipo del proyecto
- b. Hacen referencia a los factores climáticos que pueden afectar el cumplimiento de los productos
- c. Hacen referencia a la contaminación que puede provocar un proyecto
- d. Hacen referencia al cumplimiento de las normas emitidas por la SEMARNAT

Pregunta 9

Finalizado

Se puntuá 1,00 sobre 1,00

¿Qué son los activos de procesos de la organización?

- a. Los planes, los procesos, las políticas, los procedimientos y las bases de conocimiento de una organización
- b. Los procesos auditados en alguna norma ISO
- c. Cualquier software que permita la administración de proyectos
- d. Los activos que le permiten a la organización planear, aplicar y controlar los procesos

Pregunta 10

Finalizado

Se puntuá 1,00 sobre 1,00

La cultura, estilo y estructura de una organización influyen en la forma en que se llevan a cabo sus proyectos

Seleccione una:

- Verdadero
- Falso

[◀ Evaluación de la primera unidad](#)

Ir a...

[Resumen de retención de datos](#)

[Descargar la app para dispositivos móviles](#)

Formación de empresas – EXAMEN UNIDAD 1 Y 2

1. Una de las características que no es propia de las TE (Tecnologías Emergentes):

Respuesta: son organismos de evolución que experimentan ciclos de introspección y son incansablemente disruptivas.

2. cuál es de los siguientes enfoques, se enfocan en el estudio científico de los métodos de trabajo para mejorar la eficiencia.

Respuesta: enfoque de la administración científica.

3. cuál es el objetivo principal de la administración en una organización?

Respuesta: Lograr la eficiencia en el uso de los recursos.

4. Las innovaciones disruptivas son aquellas que, según Christensen, crean un mercado o cadena de valor y destruye la que ha existido durante años o décadas, sustituyendo o desplazando una tecnología anterior.

Respuesta: Verdadero

5. ¿Según las tecnologías emergentes y su importancia en un futuro inmediato, ¿cuáles son los informes más conocidos del género?

Respuesta: Horizon, Jeeps, Future

6. ¿Cuál de las siguientes técnicas de control se utilizan para comparar el desempeño real con los estándares establecidos?

Respuesta: control de retroalimentación.

7. Segundo las teorías del crecimiento de las empresas de base tecnológica, ¿cuál de las siguientes estrategias se basa en ofrecer productos y servicios de calidad a un precio más bajo que los competidores?

Respuesta: La estrategia de liderazgo en costos.

8. ¿Cuál de los siguientes conceptos se refiere a la división del trabajo en actividades especializadas?

Respuesta: División del trabajo

9. ¿Cuál de las siguientes etapas del proceso administrativo implica asignar tareas y recursos a los miembros de la organización?

Respuesta: Organización.

10. Reflejan una mezcla de las características de las organizaciones funcionales y de las orientadas a proyectos.

La respuesta: Organizaciones Matriciales.

11. ¿Cuál de las siguientes habilidades gerenciales se refieren a la capacidad de trabajar eficientemente con otras personas?

Respuesta: Habilidades humanas.

12. ¿Según las teorías del crecimiento de las empresas de base tecnológica, qué estrategia se enfoca en el desarrollo y comercialización de productos y servicios nuevos o mejorados?

Respuesta: Estrategia de diferenciación.

13. Según las teorías del crecimiento de las empresas de base tecnológica, cuál de las siguientes estrategias se enfoca en la expansión a nuevos mercados y la adaptación de empresas complementarias.

Respuesta: Estrategia de diversificación relacionada.

14. ¿Cuál de las siguientes funciones de la administración se enfoca en establecer metas y objetivos organizacionales?

Respuesta: La planeación

15. Para definir aquellas tecnologías poco difundidas utilizadas se acuña el término de:

Respuesta: Tecnologías emergentes

***16. La siguiente imagen puede considerarse una tecnología emergente verdadero o falso:**

Falso, porque se ve una pizarra antigua y todo eso no es una tecnología emergente.

17. Los factores ambientales de la empresa:

Respuesta: Hacen referencia condiciones que no están bajo el control del equipo de proyecto

18. ¿Cuál de los siguientes enfoques de liderazgo se basa en la toma de decisiones centralizada por parte del líder?

Respuesta: Liderazgo autocrático

19. La estructura de la organización es un factor:

Respuesta: Ambiental

20. Según las teorías del crecimiento de las empresas de base tecnológica, ¿cuál de los siguientes elementos contribuyen al éxito a largo plazo de una empresa?

Respuesta: La capacidad de adaptación y respuesta ágil a los cambios tecnológicos

21. ¿Qué son los activos de procesos de la organización?

Respuesta: Los planes, los procesos, las políticas, los procedimientos y las bases de conocimiento de una organización.

22. Uno de los mejores ejemplos de innovación abierta es el software libre?

Respuesta: Verdadero

23. Según las teorías del crecimiento de las empresas de base tecnológica qué impulsa el crecimiento en estas empresas?

Respuesta: La capacidad de innovación tecnológica.

24. Los diferentes interesados no pueden tener expectativas contrapuestas susceptibles de generar conflictos dentro del proyecto?

Respuesta: Falso

25. ¿Según las teorías del crecimiento de las empresas de base tecnológica, ¿cuál de los siguientes enfoques se basa en la explotación de los recursos y capacidades internas de la empresa?

Respuesta: Enfoque de la escuela de recursos y capacidades.

26. Cuando se tienen agrupados a los integrantes de nivel superior o de especialidades, estamos hablando de una organización:

Respuesta: Funcional clásica

27. Con que servicios se compara a las tecnologías emergentes, al introducir constantemente mejoras sin dejar de ofrecer servicios básicos:

Respuesta: Servicios 3.0 de las Apps

28. Cuál de las siguientes estrategias de motivación se basa en ofrecer recompensas tangibles a los empleados:

Respuesta: Motivación extrínseca

29. Según las teorías del crecimiento de las empresas de base tecnológica, cuál de los siguientes elementos se considera fundamental para la obtención de financiamiento externo.

Respuesta: La propuesta de valor único de la empresa

30. Cuál no se considera como interesado del proyecto:

Respuesta: Personal del proyecto

FORMACIÓN DE EMPRESAS – PRUEBA 3

1. ¿Qué es un plan de negocio?

- a. Un área de valor comercial real o potencial.
- b. El documento que describe el modelo de negocio de una empresa.**
- c. Plan que se prepara y detalla con exactitud para entrar a un nuevo mercado y atraer nuevos clientes.

2. ¿A qué pregunta debe responder el elemento “proposición de valor”?

- a. ¿Qué espacio de mercado desea atender y cuál es su tamaño?
- b. ¿Quién más ocupa su espacio de mercado de interés?
- c. ¿Por qué un cliente debe comprarle a usted?**
- d. ¿Qué ventajas especiales lleva su empresa al espacio de mercado?

3. El lienzo modelo de negocios según Osterwalder se concibió como:

- a. Una técnica para visualizar y modificar modelos de negocios
- b. Una herramienta para definir los modelos de negocios
- c. Un lenguaje común para describir, visualizar y modificar modelos de negocios**
- d. Un instrumento de pensamiento visual para validar las hipótesis del modelo de negocio

4. Es el plan base que se incluye por 10 años desde el momento de activación de Onstar.

- a. Connected Essentials**
- b. Connected App
- c. Connected Combo
- d. Protect

5. A partir del tamaño del mercado y del consumo aparente se saca:

- a. Las proyecciones de venta**
- b. Ninguna de las anteriores
- c. La participación de la competencia en el mercado
- d. Las características del segmento del mercado

6. El _____, debe responder las siguientes preguntas: 1) Como se distribuirá el producto al comienzo de la comercialización? 2) Cómo se dará a conocer el producto o como se presentará al consumidor final? 3) Se hará una campaña publicitaria? 4) se acompañará el lanzamiento con una promoción?

- a. Plan de introducción al mercado**
- b. Ninguna de las anteriores

c. Plan de ventas

d. Plan de mercadeo

7. Son elementos que se deben tener en cuenta a la hora de diseñar un producto

a. Confiabilidad, belleza, seguridad

b. Simplicidad, practicidad, Agilidad

c. Ninguna de las anteriores

d. Simplicidad, practicidad, confiabilidad y calidad

8. Un proyecto existe al tomar la decisión de hacer algo sobre el problema u oportunidad y, habitualmente se le asigna a alguien como responsable.

Seleccione una:

- **Verdadero**

- Falso

FORMACIÓN DE EMPRESAS - PRUEBA MARKETING

Pregunta 1
Sin responder aún
Puntúa como 1,00
F Marcar pregunta

Tiempo restante 0:04:48

El lugar que ocupa un producto en la mente de los consumidores en cuanto a atributos importantes en relación con los productos de la competencia se denomina

a. Posicionamiento relativo
 b. Posicionamiento competitivo
 c. Percepción del producto
 d. Posicionamiento del producto

Quitar mi elección

Siguiente página

El lugar que ocupa un producto en la mente de los consumidores en cuanto a atributos importantes en relación con los productos de la competencia se denomina:

- a. Posicionamiento relativo
- b. Posicionamiento competitivo**
- c. Percepción del producto
- d. Posicionamiento del producto

Pregunta 2
Sin responder aún
Puntúa como 1,00
F Marcar pregunta

Tiempo restante 0:07:54

¿Qué tipo de estrategia de posicionamiento utiliza esta imagen?



a. Atributos específicos
 b. Ocasiones de uso
 c. Clases de usuarios
 d. Necesidades que satisfacen
 e. Comparación competitiva

Pregunta 3
Sin responder aún
Puntúa como 1,00
F Marcar pregunta

Tiempo restante 0:06:41

El proceso de definir un problema y una oportunidad de marketing, recopilar y analizar sistemáticamente la información y recomendar acciones se denomina _____.

a. Extracción de datos
 b. Empírica
 c. Tácticas de marketing
 d. Investigación de mercado

Quitar mi elección

Siguiente página

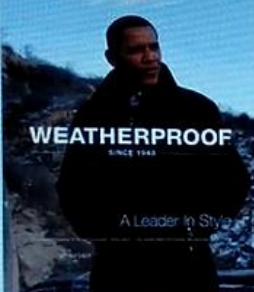
El proceso de definir un problema y una oportunidad de marketing, recopilar y analizar sistemáticamente la información y recomendar acciones se denomina:

- a. Extracción de datos
- b. Empírica
- c. Tácticas de marketing
- d. Investigación de mercado

Pregunta 4
Sin responder aún
Puntúa como 1,00
Marcar pregunta

Tiempo restante 0:04:35

¿Cuál estrategia de posicionamiento es la utilizada por este anuncio?



A Leader In Style

- a. Necesidad que satisface
- b. Comparación competitiva
- c. Ocasiones de uso
- d. Atributos específicos
- e. Clases de usuarios

Pregunta 5
Sin responder aún
Puntúa como 1,00
Marcar pregunta

Tiempo restante 0:04:02

Seleccione la opción que NO CORRESPONDE a la ventaja competitiva de un servicio

- a. Resistencia
- b. Reparación
- c. Instalación
- d. Entrega

Quitar mi elección

Siguiente página

Pregunta 6
Sin responder aún
Puntúa como 1,00
Marcar pregunta

Tiempo restante 0:03:39

Una necesidad es:

- a. Un estado de carencia percibida
- b. Sensación de ausencia de un objeto físico
- c. Una emoción desagradable para satisfacer
- d. Querer algo y no tenerlo

Quitar mi elección

Siguiente página

Pregunta 7
Sin responder aún
Puntúa como 1,00
 Marcar pregunta

Tiempo restante 0:03:25

Las ventajas competitivas pueden encontrarse en

- a. Todos los anteriores
- b. Los materiales, desempeño, diseño, resistencia
- c. Capacitación, trato y experiencia del personal
- d. Ninguna de los anteriores

[Quitar mi elección](#)

[Siguiente página](#)

Pregunta 8
Sin responder aún
Puntúa como 1,00
 Marcar pregunta

Tiempo restante 0:03:12

La ventaja competitiva de un producto debe ser:

- a. Comunicable, importante, rentable y accesible
- b. Accesible, económica, preferente y productiva
- c. Distintiva, fácil, importante y gratis
- d. Importante, distintiva, rentable y comunicable

[Siguiente página](#)

Pregunta 9
Sin responder aún
Puntúa como 1,00
 Marcar pregunta

Tiempo restante 0:03:02

¿Cuál es la estrategia de posicionamiento utilizada por este anuncio?



- a. Ocasiones de uso
- b. Comparación competitiva
- c. Atributos específicos
- d. Necesidades que satisfacen
- e. Clases de usuarios

Pregunta 10
Sin responder aún
Puntúa como 1,00
 Marcar pregunta

Tiempo restante 0:02:46

¿Qué es el marketing?

- a. Una ciencia que explora las necesidades de la competencia para elaborar productos que atraigan al consumidor final
- b. Un proceso social y administrativo por medio del cual los individuos obtienen lo que necesitan a través del intercambio
- c. Un proceso social y administrativo que sirve para hacer publicidad y promociones
- d. Es el arte de crear productos para conseguir ganar la mayor cantidad de dinero posible en el menor tiempo

Pregunta 11

Sin responder aún

Puntúa como 1,00

Marcar pregunta

Tiempo restante 0:01:43

La estrategia de marketing consistente en desarrollar nuevos productos y venderlos en nuevos mercados se denomina _____.

- a. Penetración en el mercado
- b. Penetración del producto
- c. Desarrollo de mercados
- d. Diversificación

[Quitar mi elección](#)

La estrategia de marketing consistente en desarrollar nuevos productos y venderlos en nuevos mercados se denomina:

- a. Penetración en el mercado
- b. Penetración del producto
- c. Desarrollo de mercados
- d. Diversificación**

Pregunta 12

Sin responder aún

Puntúa como 1,00

Marcar pregunta

Tiempo restante 0:01:32

La definición de INTERCAMBIO es:

- a. Entregar lo que tienes a aquellos que lo necesitan
- b. El acto de obtener de alguien un objeto con el ofrecimiento de algo a cambio
- c. Dar sin esperar nada a cambio
- d. La acción de adquirir algo acordado previamente el punto de encuentro

[Quitar mi elección](#)**Pregunta 13**

Sin responder aún

Puntúa como 1,00

Marcar pregunta

Tiempo restante 0:01:11

La pirámide de necesidades de MASLOW está compuesta por:

- a. Autosuperación, reconocimiento, afiliación, cercanía personal y fisiología
- b. Autorealización, reconocimiento, afiliación, seguridad y fisiología
- c. Autorealización, conocimiento, afiliación, seguridad y psicología
- d. Automatización, reconocimiento, afirmación, seguridad y fisionomía

Pregunta 14

Sin responder aún

Puntúa como 1,00

Marcar pregunta

Tiempo restante 0:00:36

Cambiar el lugar que ocupa una oferta en la mente de los consumidores en relación con los productos de la competencia se denomina _____.

- a. Repositionamiento del producto
- b. Mapa perceptual
- c. Adaptación del producto
- d. Posicionamiento del producto

[Quitar mi elección](#)

Cambiar el lugar que ocupa una oferta en la mente de los consumidores en relación con los productos de la competencia se denomina:

- a. Repositionamiento del producto**

- b. Mapa perceptual
- c. Adaptación del producto
- d. Posicionamiento del producto

Pregunta 15
Sin responder aún
Puntúa como 1,00
F Marcar pregunta

Tiempo restante 0:00:23

¿Qué es un deseo?

a. Es la forma que adquiere un producto cuando el consumidor ha tardado mucho tiempo en adquirirlo

b. Es la forma que adquiere una necesidad con la influencia de la cultura y nuestra personalidad

c. Es querer algo hasta el punto de sentirlo alcanzable, de hacer lo que sea necesario por tenerlo

d. Es la forma que adopta una necesidad con la influencia de las opiniones de nuestro círculo de relación inmediato

Pregunta 16
Sin responder aún
Puntúa como 1,00
F Marcar pregunta

Tiempo restante 0:00:05

La actividad de crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que benefician a la organización, a sus partes interesadas y a la sociedad en general se denomina

a. Planificación creativa

b. Publicidad y promoción

c. Consumo

d. Marketing

[Quitar mi elección](#)

La actividad de crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que benefician a la organización, a sus partes interesadas y a la sociedad en general se denomina:

- a. Planificación creativa
- b. Publicidad y promoción
- c. Consumo
- d. Marketing**

Pregunta 17
Sin responder aún
Puntúa como 1,00
F Marcar pregunta

Tiempo restante 0:00:02

La persuasión no es una ciencia, es..

a. Un concepto

b. Convencer

c. Un arte

d. Una definición

[Quitar mi elección](#)

Pregunta 18
Sin responder aún
Puntúa como 1,00
F Marcar pregunta

Tiempo restante 0:00:00

¿Qué es el posicionamiento?

a. Es lo que hace el consumidor por el producto, si lo utiliza o lo desecha después de la compra

b. Expresión que define al mejor producto del mercado

c. Lugar que ocupa la mente de los consumidores en el desarrollo de un producto estrella

d. Lugar que ocupa el producto en la mente y el corazón de los consumidores

Pueden ser las 2 que faltan

10. Elección múltiple

🕒 2 minutos

คะแน 1 punto

Los productos pueden ser también:

opciones de respuesta

- Lugares, objetos físicos o servicios, pensamientos
- Organizaciones, mercados, empresas, restaurantes y cines
- Objetos físicos, servicios, lugares, experiencias y organizaciones
- Ninguna de las anteriores

11. Elección múltiple

🕒 2 minutos

คะแน 1 punto

Miopía de mercado se refiere a:

opciones de respuesta

- No identificar bien a los principales competidores en el mercado
- Tener una mala imagen, marca y colores que no representan el rubro
- Identificar incorrectamente el beneficio central de mi producto
- Prestar más atención al producto que al beneficio y experiencia que genera

Comenzado el martes, 6 de diciembre de 2022, 07:23

Estado Finalizado

Finalizado en martes, 6 de diciembre de 2022, 07:25

Tiempo empleado 2 minutos 39 segundos

Puntos 8,50/10,00

Calificación 1,49 de 1,75 (85%)

Pregunta 1

Finalizado

Se puntuó 1,00 sobre 1,00

¿A qué se refiere la palabra "disruptiva"?

- a. Una serie de situaciones
- b. Una metodología
- c. Una forma de pensar
- d. Un cambio determinante o brusco

Pregunta 2

Finalizado

Se puntuó 1,00 sobre 1,00

¿Cómo se le conoce a la tecnología que propicia cambios profundos en los procesos, productos o servicios?

- a. Tecnología de procesos
- b. Tecnología disruptiva
- c. Tecnología fija
- d. Tecnología de operación

Pregunta 3

Finalizado

Se puntuó 1,00 sobre 1,00

¿Qué estrategias desplazan la tecnología disruptiva para convertirla en una innovación disruptiva?

- a. Análisis, uso y recaudación
- b. Promoción, recaudación y uso
- c. Investigación, recaudación y análisis
- d. Introducción, penetración y uso

Pregunta 4

Finalizado

Se puntuá 1,00 sobre 1,00

El proceso de innovación disruptiva no tiene que ser sólo tecnológica, también puede ser...

- a. La mejora de un proceso
- b. La compra de múltiples productos
- c. Un cambio de producto
- d. La venta de múltiples productos

Pregunta 5

Finalizado

Se puntuá 1,00 sobre 1,00

Selecciona 2 de las tecnologías que consideres que son más disruptivas

- a. Internet móvil
- b. Realidad virtual
- c. Radio
- d. Juegos online

Pregunta 6

Finalizado

Se puntuá 0,00 sobre 1,00

¿Qué campos se consideran propicios para la aplicación de tecnologías disruptivas debido al constante cambio innovador en sus procesos?

- a. El educativo y de Salud
- b. Social y de entretenimiento
- c. La economía y El deporte
- d. La agricultura y ganadería

Pregunta 7

Finalizado

Se puntuá 0,50 sobre 1,00

¿Cuáles fueron algunas de las tecnologías disruptivas a principios del siglo XX?

- a. Vídeo juegos
- b. Teléfono
- c. Cine
- d. Laptop

Pregunta 8

Finalizado

Se puntuó 1,00 sobre 1,00

¿En que consisten la realidad virtual y realidad aumentada?

- a. Todas las anteriores
- b. En mezclar información virtual con el mundo real, creando un ambiente en que coexisten objetos virtuales y reales en el mismo espacio
- c. En el uso de aparatos tecnológicos
- d. En aumentar todas las imágenes que se ven en internet en un 100% para que se puedan apreciar mejor

Pregunta 9

Finalizado

Se puntuó 1,00 sobre 1,00

¿Que función tiene el Big Data?

- a. Reproducir de manera mas eficiente los videos
- b. Dar acceso a Internet
- c. Almacenar grandes volúmenes de datos
- d. Clasificar las búsquedas de internet

Pregunta 10

Finalizado

Se puntuó 1,00 sobre 1,00

¿Cuál consideras que es el descubrimiento más importante de la genómica de nueva generación?

- a. Medicinas personalizadas
- b. Predicción de enfermedades
- c. Todas las anteriores
- d. Análisis de muchos datos

◀ APE_U2.1: Teorías del crecimiento de la empresa

Ir a...

Evaluación parcial sobre las dos unidades ►

[Resumen de retención de datos](#)

[Descargar la app para dispositivos móviles](#)

Formación de Empresas - PRUEBA UNIDAD 2

1. ¿A qué se refiere la palabra disruptiva?

Respuesta: Un cambio determinante o brusco

2. ¿Cuál de los siguientes enfoques teóricos se centra en la capacidad de la empresa para obtener ventajas competitivas a través del control y la explotación de recursos críticos?

Respuesta: Enfoque de la respuesta de recursos y capacidades.

3. ¿Cuál de las siguientes teorías se enfocan en el papel de la innovación tecnológica, en el crecimiento de las empresas de base tecnológica?

Respuesta: Teoría de la difusión de la innovación.

4. Cuál de los siguientes factores, se considera clave en las teorías del crecimiento de las empresas de base tecnológica.

Respuesta: Capital humano especializado.

5. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es compatible con las teorías del crecimiento de las empresas de base tecnológica?

Respuesta: La escalabilidad tecnológica es crucial para el crecimiento sostenible.

6. ¿Cuál de las siguientes estrategias se considera clave para el crecimiento de las empresas de base tecnológica?

Respuesta: Fomentar una cultura de experimentación y aprendizaje.

7. ¿Cuál de los siguientes factores es considerado fundamental en las teorías del crecimiento de las empresas de base tecnológica?

Respuesta: el acceso a fuentes de financiamiento externo.

8. ¿Cuál de los siguientes conceptos se relaciona con el crecimiento acelerado y sostenido de las empresas de base tecnológica?

Respuesta: Efecto Red

9. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es compatible con las teorías del crecimiento de las empresas de base tecnológica?

Respuesta: La colaboración con otras empresas del mismo sector, puede impulsar el crecimiento.

10. ¿Cómo se le conoce a la tecnología que propicia cambios profundos en los procesos productivos o servicios tecnología?

Respuesta: Tecnología disruptiva

11. ¿Qué estrategias desplazan la tecnología disruptiva para convertirla en una innovación disruptiva?

Respuesta: Introducción, penetración y uso.

12. El proceso de innovación disruptivo no tiene que ser solo tecnológico, también puede ser:

Respuesta: Un cambio de producto y la mejora de un proceso.

13. Selecciona dos de las tecnologías que consideras que son más disruptivas:

Respuesta: Realidad virtual e Internet móvil.

14. Qué campos se consideran propicios para la aplicación de tecnologías disruptivas debido al constante cambio innovador en sus procesos.

Respuesta: educativo y de la salud.

15. ¿Cuáles fueron algunas de las tecnologías que disruptivas a principios del siglo 20?

Respuesta: el cine y el teléfono

16. En qué consiste la realidad virtual y realidad aumentada?

Respuesta: En mezclar información virtual con el mundo real creando un ambiente y que coexisten objetos virtuales y reales en el mismo espacio.

17. ¿Qué función tiene el Big Data?

Respuesta: Almacenar grandes volúmenes de datos.

18. ¿Qué consideras que es el descubrimiento más importante de la genómica de nueva generación?

Respuesta: todas las anteriores

Formación de empresas – PRUEBA UNIDAD 3

1. Crucigrama:

- Pregunta: ¿Qué se hace para que tu negocio sea único y valioso para los clientes?

Respuesta: Propuesta.

- Pregunta: Los activos y capacidades necesarios para entregar tu propuesta de valor

Respuesta: Recursos.

- Pregunta: Los grupos especializados de personas o empresas a los que se les dirige se les llama

Respuesta: Segmento.

- Pregunta: Los medios utilizados para llegar y comunicarse con los clientes

Respuesta: Canales.

- Pregunta: Los diferentes gastos y costos asociados con tu modelo de negocio

Respuesta: Costos.

2. Complementar

Responder las siguientes preguntas:

2.1 ¿Cómo se distribuirá el producto al comienzo de su comercialización?

2.2 ¿Cómo se dará a conocer el producto al consumidor final?

2.3 ¿Se hará una campaña publicitaria?

2.4 ¿Se acompañará el lanzamiento con una promoción?

Respuesta: Plan de introducción al mercado.

3. Son elementos que se deben tener en cuenta a la hora de diseñar un producto

Respuesta: Simplicidad, practicidad, confiabilidad y calidad.

4. ¿Cómo generar mi idea?

Respuesta: Una lluvia de ideas

5. ¿Qué se entiende por modelo de negocio?

Respuesta: La forma en que una empresa genera ingresos y crea valor.

6. ¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor un modelo de negocio basado en la venta de productos físicos?

Respuesta: Modelo de e-commerce.

7. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es verdadera sobre un modelo de negocio basado en la publicidad?

Respuesta: Los ingresos provienen de anuncios mostrados a los usuarios.

8. ¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor un modelo de negocio basado en la suscripción?

Respuesta: Los clientes reciben beneficios exclusivos por una tarifa mensual.

9. ¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor un modelo de negocio basado en el licenciamiento?

Respuesta: Los clientes pagan una tarifa por el uso de la propiedad intelectual.

10. ¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor un modelo de negocio basado en la franquicia?

Respuesta: Los empresarios independientes pagan una tarifa para operar bajo una marca establecida.

11. ¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor un modelo de negocio basado en la intermediación?

Respuesta: Los ingresos provienen de comisiones por facilitar transacciones entre usuarios.

12. ¿Qué es el modelo Canvas?

Respuesta: Un modelo de negocio simplificado.

13. ¿Cuántas secciones principales tiene el modelo Canvas?

Respuesta: 8 secciones principales.

14. ¿Qué sección del modelo Canvas se refiere a los diferentes grupos de clientes a los que se dirige un negocio?

Respuesta: Segmentos de clientes.

15. ¿Qué sección del modelo Canvas describe los productos o servicios que una empresa ofrece a sus clientes?

Respuesta: Propuesta de valor.

16. ¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor la sección de Canales de distribución en el modelo Canvas?

Respuesta: Los diferentes canales utilizados para llegar a los clientes y entregar productos o servicios.

17. ¿Qué sección del modelo Canvas se refiere a las actividades clave que una empresa realiza para ofrecer su propuesta de valor?

Respuesta: Actividades clave.

18. ¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor la sección de relaciones con los clientes en el modelo Canvas?

Respuesta: Las diferentes formas en que una empresa se relaciona con sus clientes.

19. Pregunta: ¿Qué sección del modelo Canvas se refiere a los recursos clave que una empresa necesita para operar?

Respuesta: Recursos clave.

20. ¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor la sección de fuentes de ingresos en el modelo Canvas?

Respuesta: Las diferentes fuentes de generación de ingresos de una empresa.