

## **ACTIVIDAD DE REPASO CONTENIDOS 2ª EVALUACIÓN**

1. ¿Cuáles son los elementos a analizar dentro del marketing mix?
  - a. Las 4 “P”, producto, precio, planificación y promoción
  - b. Las 4 “P”, producto, precio, posicionamiento en redes y promoción
  - c. Las 4 “P”, producto, precio, distribución y promoción
2. ¿Cuáles son los elementos del producto?
  - a. Marca, envase y etiquetado
  - b. Marca, logotipo y envase
  - c. Etiquetado, eslogan y marca
3. ¿Cuáles son los niveles del producto?
  - a. Producto básico, el que necesito, producto real, el que quieren venderme, y producto aumentado, el que compro.
  - b. Producto básico, el que compro, producto real, el que necesito, producto aumentado el que quieren venderme.
  - c. Producto básico, el que necesito, producto real, el que compro, producto aumentado, el que quieren venderme.
4. Según su finalidad, los productos pueden ser:
  - a. Comerciales, que son aquellos que adquirimos después de hacer un estudio acerca de las características y distintas opciones que nos ofrece el mercado.
  - b. De especialidad, que son aquellos que adquirimos por lealtad a la marca
  - c. Todas las respuestas son correctas
5. Dentro del patrocinio de la marca, la alianza de marca supone que:
  - a. El distribuidor la ha creado y es de su propiedad (marca blanca)
  - b. El distribuidor usa una marca ya existente y que no posee a cambio de pagar un canon (colonias de personajes Disney)
  - c. Dos empresas llegan a un acuerdo para participar en un producto y entre ambas le ponen el nombre (Nestea)
6. La estrategia de extensión de marca se usa:
  - a. Cuando una empresa abre una nueva línea de negocio pero quiere mantener su marca original (Samsung electrodomésticos – Samsung telefonía móvil)
  - b. Cuando una empresa añade elementos adicionales en una categoría de productos existentes bajo la misma marca (Coca Cola – Coca Cola Light)
  - c. Cuando una empresa crea un nuevo nombre para un producto de segunda marca (Toyota – Lexus)
7. Hablando del precio, ¿qué diferencias hay entre los descuentos aleatorios y los descuentos periódicos?
  - a. Descuentos aleatorios es lo que conocemos como rebajas y descuentos periódicos es lo que conocemos como ofertas.
  - b. Descuentos aleatorios es lo que conocemos como ofertas y descuentos periódicos es lo que conocemos como rebajas.
  - c. No hay ninguna diferencia entre esos tipos de descuentos.

8. ¿Qué diferencia hay entre la estrategia de introducción o penetración y la de tamizado gradual?
- La estrategia de introducción o penetración supone que se empieza con un precio más bajo del que querríamos cobrar para ir subiéndolo progresivamente, mientras que la de tamizado gradual empieza por un precio más alto para ir bajándolo progresivamente.
  - La estrategia de introducción o penetración supone que se empieza con un precio más alto para ir bajándolo progresivamente, mientras que la de tamizado gradual empieza por un precio más bajo del que querríamos cobrar para ir subiéndolo progresivamente.
  - Las dos son estrategias para productos nuevos y no hay diferencias entre ellas.
9. ¿Cuál es el objetivo de la distribución?
- poner el producto a disposición del consumidor final o del comprador industrial en la cantidad demandada, en el momento en acordado y en el lugar donde desea recibirlo.
  - poner el producto a disposición del consumidor final o del comprador industrial en la cantidad demandada, en el momento en acordado y en cualquier lugar para que se pase a recogerlo.
  - poner el producto a disposición del consumidor final o del comprador industrial en la cantidad suficiente, aunque no sea la misma que nos han solicitado, en el momento en acordado y en el lugar donde desea recibirlo.
10. Para decidir sobre la estructura del canal de distribución se analizan dos aspectos:
- La estructura vertical, entendida como la dimensión del canal, es decir, el número de intermediarios que hay entre productor y consumidor; y la estructura horizontal, entendida como la amplitud del canal, es decir, la cantidad de minoristas que ofrecerán el producto al consumidor
  - La estructura circular, entendida como la dimensión del canal, es decir, el número de intermediarios que hay entre productor y consumidor; y la estructura horizontal, entendida como la amplitud del canal, es decir, la cantidad de minoristas que ofrecerán el producto al consumidor
  - La estructura vertical, entendida como la amplitud del canal, es decir, la cantidad de minoristas que ofrecerán el producto al consumidor; y la estructura circular, entendida como la dimensión del canal, es decir, el número de intermediarios que hay entre productor y consumidor
11. ¿Cuáles son los elementos del proceso de comunicación que hay que tener en cuenta para la promoción de nuestros productos?
- Emisor, código, canal, contexto, mensaje, decodificación, receptor, retroalimentación y ruido.
  - Emisor, idioma, canal, conflictos previos, mensaje, traducción, receptor, retroalimentación y ruido.
  - Emisor, lenguaje no verbal, canal, prejuicios, mensaje, interpretación, receptor, retroalimentación y ruido.

12. Los objetivos de la publicidad son:

- a. Informar, convencer y recordar
- b. Informar, hablar mal de la competencia y recordar
- c. Informar, hacer olvidar y hablar mal de la competencia

13. ¿Cuáles son los niveles que se pueden aplicar a la promoción de ventas?

- a. Promociones al consumidor, al canal y al dueño de la tienda
- b. Promociones al productor, al canal y al consumidor
- c. Promociones al consumidor, al canal y a equipos de ventas

14. El conjunto de actividades dirigidas a mejorar, mantener o proteger la imagen de un producto o empresa ante el público y la sociedad, y ante los propios miembros de la empresa,

- a. Promoción de ventas
- b. Relaciones Públicas
- c. Publicidad

15. La forma de comunicación oral e interactiva mediante la cual se transmite información de forma directa y personal a un cliente potencial específico con el objetivo de convencerle de los beneficios que le reportará la compra del producto se conoce con el nombre de se conoce como:

- a. Venta personal
- b. Promoción de ventas
- c. Venta automática

16. La venta por catálogo es una herramienta de:

- a. Marketing directo
- b. Publicidad
- c. Venta directa

17. Los convenios colectivos de ámbito sectorial vienen delimitados por su ámbito geográfico de aplicación, lo que significa que:

- a. Una empresa puede acogerse al Convenio Colectivo nacional, al Convenio Colectivo autonómico de la CCAA en que esté ubicado el centro de trabajo, o al Convenio Colectivo provincial de la provincia donde esté ubicado el centro de trabajo.
- b. Una empresa podrá acogerse al Convenio Colectivo nacional, al Convenio Colectivo autonómico de la CCAA en que esté ubicado el centro de trabajo, o al Convenio Colectivo provincial de cualquiera de las provincias de la CCAA donde esté ubicado el centro de trabajo.
- c. Una empresa puede acogerse al Convenio Colectivo nacional, al Convenio Colectivo autonómico de cualquier CCAA, o al Convenio Colectivo provincial de la CCAA donde esté ubicado el centro de trabajo.

18. Elige la respuesta correcta. Los convenios colectivos de ámbito empresarial
- No existen convenios colectivos de ámbito empresarial
  - Afectan únicamente a la empresa que ha optado por negociar su propio convenio colectivo
  - Afectan a todas las empresas que desarrollen una misma actividad y se suscriban al mismo
19. ¿Qué es un organigrama?
- Es la representación de las relaciones personales que se dan dentro de una empresa
  - Es la representación gráfica de la estructura organizativa de una empresa
  - Es el conjunto de cuadros de colores que dicen quién manda sobre quién
20. La organización empresarial puede establecerse con un sistema centralizado o descentralizado. ¿En cuál de ellos se encuadra la organización adhocrática?
- En cualquiera de los dos
  - En el sistema centralizado
  - En el sistema descentralizado
21. ¿En qué principios se basa el sistema centralizado?
- Autoridad, jerarquía y unidad de mando
  - Motivación, participación y trabajo en equipo
  - En la unión de los anteriores, para superar riesgos y aprovechar las ventajas que representan
22. Marta trabaja como especialista en un equipo de trabajo multifuncional con compañeros de distintas áreas, desarrollando sus funciones para una empresa donde la cadena de mando está muy clara, de forma que todo el mundo sabe quién es responsable de cada equipo de trabajo. Elige la respuesta correcta
- La empresa sigue un modelo organizativo de staff and line o mixto
  - La empresa sigue un modelo organizativo funcional horizontal
  - La empresa sigue un modelo organizativo jerárquico vertical
23. ¿Qué documentos se incluyen en el APT?
- El DPT, que incluye lo que la empresa pide, y el profesigramas, que incluye lo que la empresa ofrece
  - El DPT, que incluye lo que la empresa ofrece, y el profesigramas, que incluye lo que la empresa pide
  - El DPT y el profesigramas, donde la empresa indica los beneficios sociales que tendrá el trabajador y las fiestas que monta la empresa
24. ¿Para qué se utiliza un APT?
- Para procesos de selección exclusivamente
  - Para la reestructuración de la organización interna exclusivamente
  - Para procesos de selección y procesos de reestructuración interna

25. En relación con las herramientas de recogida de información para la cumplimentación del APT:
- Con utilizar uno de ellos es más que suficiente
  - Hay que utilizar como máximo tres, para no saturarnos con información
  - Lo habitual es que se usen varios, dependiendo de las características del puesto a cubrir, ya que todos tienen ventajas e inconvenientes que podrían desvirtuar la información recogida
26. Elige la respuesta correcta. El proceso de reclutamiento puede ser interno o externo
- Será interno cuando se busque la reubicación de los propios empleados mediante ascensos
  - Será interno cuando se busque un candidato entre los CV que ya tiene la empresa en su bolsa de empleo
  - Será interno cuando seleccionemos a candidatos enchufados por trabajadores de la empresa
27. A la hora de desarrollar un APT la empresa puede optar entre distintos medios de recogida de información. Elige la respuesta correcta
- Reuniones de expertos y documentación sobre las funciones a desarrollar en el puesto a analizar
  - Observación directa, diarios laborales, entrevista personal y cuestionarios a las personas que ocupan el puesto a analizar
  - Todas las opciones son correctas
28. ¿Qué es el clima laboral de una empresa?
- Es la temperatura que tenemos habitualmente en la empresa
  - Es el medio en el que se desarrolla el trabajo cotidiano
  - Es el conjunto de relaciones entre compañeros del mismo departamento
29. ¿Cuál es la herramienta habitual para medir el clima laboral de una empresa?
- La encuesta, que necesariamente tiene que ser anónima para que verdaderamente nos de información fiable
  - La encuesta, que puede ser o no anónima porque siempre da información fiable
  - Cualquier herramienta es válida
30. ¿Qué indicadores va a analizar el clima laboral?
- El entorno físico del centro de trabajo, la autonomía de los trabajadores, el estilo de dirección, y la forma de reconocer y recompensar el trabajo hecho.
  - La conciliación de la vida laboral y familiar, la gestión del trabajo en equipo y la promoción y formación profesionales
  - Todas las opciones son correctas

31. ¿Qué entendemos por liderazgo?

- a. Es la capacidad para influir en un grupo, consiguiendo que sus miembros compitan entre sí para que no se logre el objetivo común del grupo
- b. Es la capacidad para influir en un grupo, motivando a sus miembros para que alcancen un objetivo determinado
- c. Es la capacidad para influir en un grupo, invitando a sus miembros a generar conflictos dentro del grupo

32. ¿Qué implica la teoría del liderazgo situacional?

- a. Asegura que no hay un liderazgo mejor que otro, aunque prefiere los liderazgos delegantes para dejar más autonomía a los trabajadores
- b. Asegura que no hay un liderazgo mejor que otro, aunque prefiere los liderazgos autoritarios para dejar claro a los trabajadores cuáles son las instrucciones que deben seguir y el resultado que tienen que obtener
- c. Asegura que no hay un liderazgo mejor que otro, ya que cada líder deberá adaptarse a las características específicas de cada situación laboral

33. ¿Cómo trabaja un líder con un estilo de liderazgo persuasivo?

- a. Comparte la toma de decisiones con el trabajador, concentrándose en mantener una buena comunicación
- b. Mantiene una actitud directiva mientras ofrece el apoyo necesario para el correcto desarrollo de la tarea
- c. Sólo aporta directrices que los subordinados aplican sin necesidad de ayuda

34. ¿Cómo trabaja un líder con un estilo de liderazgo participativo?

- a. Comparte la toma de decisiones con el trabajador, concentrándose en mantener una buena comunicación
- b. Mantiene una actitud directiva mientras ofrece el apoyo necesario para el correcto desarrollo de la tarea
- c. Sólo aporta directrices que los subordinados aplican sin necesidad de ayuda

35. ¿Qué entendemos por madurez de los trabajadores?

- a. La madurez laboral, que incluye conocimientos y competencias profesionales, y madurez psicológica, que incluye la motivación del trabajador
- b. La madurez psicológica, que incluye conocimientos y competencias profesionales, y madurez laboral, que incluye la motivación del trabajador
- c. La madurez laboral, que incluye el nivel de autonomía del trabajador, y madurez psicológica, que incluye la capacidad para gestionar conflictos en el equipo de trabajo

36. ¿Con qué tipo de trabajador es más eficaz un liderazgo persuasivo?
- Con el nivel de madurez M4, ya que hay que convencerle para que haga su trabajo como sabe hacerlo
  - Con el nivel de madurez M3, porque está desmotivado y no hace bien su trabajo, aunque sabe hacerlo
  - Con el nivel de madurez M2, porque está motivado pero no tiene suficientes conocimientos
37. Sabiendo que la motivación es el estímulo o motivo, interno o externo, que invita a las personas a actuar de una determinada manera, elige la respuesta correcta:
- la motivación extrínseca es aquella que busca la consecución de los intereses del equipo por delante de los intereses individuales.
  - la motivación intrínseca es aquella que se centra en la satisfacción que supone para los trabajadores el desarrollo de su trabajo.
  - la motivación trascendental es aquella que trasciende a la persona y se focaliza en una condición externa en forma de castigo o recompensa.
38. ¿Qué es un equipo de mejora?. Elige la respuesta correcta
- Equipo de trabajo cuyos miembros se encargan de identificar, analizar y buscar soluciones a los fallos detectados en los procesos de producción
  - Equipo de trabajo con estructura informal y cuyo objetivo es mejorar las relaciones de todos los trabajadores dentro y fuera de la empresa
  - Equipo de trabajo cuyos miembros se encargan de solucionar conflictos y mejorar la convivencia en la empresa
39. En los equipos de trabajo podemos encontrar distintos roles. Identifica a cuál de ellos corresponde la persona que tiene una actitud proactiva y orientada al detalle para garantizar que todo se ha hecho en la forma y con los plazos establecidos.
- Es el rol mental especialista
  - Es el rol social coordinador
  - Es el rol de acción rematador
40. ¿Cuáles son los elementos que conforman el patrimonio de una empresa?. Elige la respuesta correcta
- El patrimonio de una empresa está formado por las obligaciones y deudas que ésta acumula
  - El patrimonio de una empresa está formado por los bienes y derechos que ésta posee
  - Todas las opciones son correctas
41. El patrimonio de una empresa se organiza en tres grandes masas:
- El activo, el pasivo y el patrimonio neto
  - El activo, el pasivo y las aportaciones de los socios
  - El activo, el pasivo corto plazo y el pasivo largo plazo

42. ¿Qué es un balance de situación?

- a. El documento dinámico que nos informa sobre la situación patrimonial de una empresa en un período de tiempo más o menos largo
- b. El documento estático que nos informa sobre la situación patrimonial de una empresa en un momento concreto
- c. El documento que nos informa acerca de cómo se generan las pérdidas y ganancias de una empresa

43. El balance de situación me informa de la situación de equilibrio que tiene una empresa. ¿Cuál será esa situación para una empresa que tiene un pasivo mayor a su activo?

- a. Estabilidad máxima
- b. Normalidad
- c. Inestabilidad máxima

44. ¿Cuál es la diferencia entre inversión y gasto?

- a. De la inversión se espera un beneficio a futuro mientras que del gasto no se espera nada.
- b. Del gasto se espera un beneficio a futuro mientras que de la inversión no se espera nada.
- c. No hay ninguna diferencia, ambos suponen una salida de efectivo de la caja de la empresa.

45. ¿Qué entendemos por financiar?

- a. Acción necesaria para obtener los recursos económicos que permiten a la empresa desarrollar su actividad habitual
- b. Acción de pedir dinero prestado para devolverlo cuando la empresa cierre
- c. Acción de registrar las cuotas de los socios en el balance de situación de la empresa

46. ¿Qué diferencia hay entre una fuente de financiación a largo y a corto plazo?

- a. No existen fuentes de financiación a corto o largo plazo, sólo hay fuentes de financiación
- b. El dinero recibido de una fuente de financiación a largo plazo hay que devolverlo en menos de un año
- c. El dinero recibido de una fuente de financiación a corto plazo hay que devolverlo en menos de un año

47. ¿Qué requisitos se exigen para plantear una campaña de crowdfunding?

- a. Detalle del proyecto, dinero necesario, aportación realizada y recompensas asociadas a las cantidades aportadas por los pequeños financiadores.
- b. Detalle del proyecto, dinero que quiere conseguir, aportación realizada y aportaciones que pueden hacer los pequeños financiadores.
- c. Detalle del proyecto, dinero que quiere conseguir, aunque sea más del que necesita, aportaciones que pueden hacer los pequeños financiadores y recompensas asociadas a cada cantidad.



48. ¿Qué diferencias hay entre un renting y un leasing?. Elige la respuesta correcta
- a. Son iguales, no hay diferencias entre ellos
  - b. El renting puede aplicarse sobre bienes muebles e inmuebles y ofrece opción a compra al finalizar el contrato, mientras que el leasing sólo puede aplicarse sobre bienes muebles y no ofrece opción a compra al finalizar el contrato
  - c. El leasing puede aplicarse sobre bienes muebles e inmuebles y ofrece opción a compra al finalizar el contrato, mientras que el renting sólo puede aplicarse sobre bienes muebles y no ofrece opción a compra al finalizar el contrato.
49. ¿Qué diferencia hay entre el factoring con o sin recurso?
- a. Cuando se firma un factoring con recurso, si el deudor no paga la deuda la asume la empresa de factoring, pero si se firma un factoring sin recurso, si el deudor no paga la deuda la asume el acreedor original.
  - b. Cuando se firma un factoring sin recurso, si el deudor no paga la deuda la asume la empresa de factoring, pero si se firma un factoring con recurso, si el deudor no paga la deuda la asume el acreedor original.
  - c. No hay diferencias entre ellos, un factoring siempre va a suponer la cesión de la deuda a otra empresa llamada sociedad factor que asumirá el cobro de esa deuda.
50. ¿Qué diferencia hay entre el factoring y el descuento comercial?
- a. Que el descuento comercial se firma con el banco y el factoring con una sociedad factor, y que el descuento comercial siempre se firma con recurso.
  - b. Que el descuento comercial se firma con el banco y el factoring con una sociedad factor, y que el descuento comercial siempre se firma sin recurso.
  - c. Hay muchas diferencias entre ellas porque son formas totalmente distintas de financiarse a largo plazo.
51. ¿Qué son los créditos de funcionamiento?
- a. Son los plazos de financiación que ofrece el banco cuando le pedimos dinero.
  - b. Son los plazos de financiación que les damos a nuestros clientes para pagar las deudas que tienen con nuestra empresa.
  - c. Son los plazos de financiación que ofrecen nos ofrecen los proveedores.
52. ¿Cuál es el objetivo del plan de tesorería de una empresa?
- a. Saber cuánto dinero tenemos en un momento concreto.
  - b. Determinar los cobros y pagos previstos para un determinado período de tiempo.
  - c. Identificar cuánto dinero me deben mis clientes.
53. ¿Qué tipo de personalidad jurídica tiene una Sociedad Anónima?
- a. Sociedad mercantil.
  - b. Colectividad sin personalidad jurídica.
  - c. Sociedad mercantil especial.

54. En cuanto al régimen fiscal aplicable a cada tipo de forma jurídica, de forma general:

- a. Las personas físicas están sujetas al régimen del IVA y del IS, las personas jurídicas están sujetas al régimen del IVA y del IRPF.
- b. Las personas físicas están sujetas al régimen del IVA y del IRPF, las personas jurídicas están sujetas al régimen del IVA y del IS.
- c. Todas las personas físicas y todas las personas jurídicas están sujetas al régimen del IVA, del IS y del IRPF.

55. En lo que se refiere a la responsabilidad asumida frente a terceros por parte de las empresas:

- a. Las empresas no asumen responsabilidad frente a terceros.
- b. Las personas físicas, salvo excepciones legalmente reguladas, asumen el riesgo directamente, sin diferenciar entre el patrimonio personal y el social.
- c. Las personas jurídicas (sus socios) asumen el riesgo directamente, sin diferenciar entre el patrimonio personal y el social.