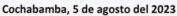
EXAMEN FINAL

PROPEDEÚTICO SEMIPRESENCIAL I-2023



ÁREA: INTRODUCCIÓN A LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Tiempo límite: 15 minutos

Número de preguntas: 14

Marque su respuesta en el inciso, seleccionado en la hoja de respuestas: SOLO DEBE ELEGIR UNA SOLA OPCIÓN A1.- Es el proceso mediante el cual se diseña y mantiene un A8.- Los administradores de alto nivel dedican más tiempo

- ambiente en el que individuos que trabajan en grupos cumplen metas específicas de manera eficaz.
 - a) Empresa
 - b) Organización
 - (c) Administración
 - d) Control
 - e) Ninguno
- A2.- Es medir y corregir el desempeño individual y organizacional para asegurar que los hechos se conformen a los planes.
 - a) Planear
 - b) Organizar
 - Dirigir
 - d) Controlar
 - Ninguno
- A3.- Las personas quieren estar libres de peligros físicos y del temor de perder el trabajo, las propiedades, los alimentos o el abrigo esta definición corresponde a:
 - a) Necesidades fisiológicas
 - (b) Necesidades de seguridad
 - Necesidades de afiliación o aceptación c)
 - d) Necesidades de estima
 - e) Ninguno
- A4.- Es un tipo de plan que se define como Informe de resultados esperados que se expresa en términos financieros y de horas laborales en unidades de producto u horas máquina.
 - a) Objetivos o metas
 - Políticas b)
 - Presupuestos
 - d) Programas
 - e) Ninguno
- A5.- Se empieza a comercializar el ir al espacio, el tomarse una copa en un bar de hielo o adentrarse en mundos paralelos como los que ofrecen Euro Disney o Port **Aventura**
 - a) Los acontecimientos
 - b) Las personas
 - c) Las experiencias
 - d) Las empresas
 - e) Ninguno
- A6.- La estrategia de crecimiento intensivo "crecer mediante los productos existentes en los mercados actuales" corresponde a:
 - a) Estrategia de diversificación relacionada.
 - b) Estrategia de desarrollo de producto
 - c) Estrategia de desarrollo de mercado
 - (d) Estrategia de penetración
 - e) Ninguno
- A7.- Estrategia, que sin ocupar la posición de líder, pretende alcanzarla.
 - a) Estrategia de líder
 - **b** Estrategia de retador
 - c) Estrategia de seguidor
 - d) Estrategia de especialista
 - e) Ninguno



- b)) planear y organizar
- planear y controlar c)
- d) dirigir e integrar personal
- e) Ninguno
- A9.- Según la teoría, la meta de todos los gerentes es la misma y es la de:
 - a) satisfacer necesidades
 - b) crear motivación
 - diseñar un plan a corto plazo
 - crear valor agregado
 - Ninguno
- A10.- El siguiente concepto: Planes que establecen un método de actuación necesario para soportar actividades futuras, hace referencia al tipo de plan:
 - **a)** procedimientos
 - b) misión o propósitos
 - c) reglas
 - d) programas
 - e) Ninguno

A11.- ¿Cuáles son los objetivos verificables?

- a)) aquellos que se pueden medir
- b) aquellos que no son medibles
- c) aquellos que solo sirven para dar una idea
- aquellos que no sirven para dar idea
- Ninguno e)
- A12.- la definición del concepto de marketing: «un proceso social y de gestión, a través del cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean, creando, ofreciendo e intercambiando productos u otras entidades con valor para los otros». es definida por:
 - a) Stanton, Etzel y Walker (2009)
 - b) Monferrer (1995)
 - c) Ama, Kotler y Amstrong (2008)
 - d) Kotler, Philip y Armstrong, Gary (2003)
 - e) Ninguno

A13.- Identifique cuales son los conceptos básicos del marketing:

- el marketing es el arma más poderosa para lograr los objetivos de la empresa
- b) marketing= publicidad
- necesidades, deseos y demandas; producto; valor, satisfacción y emoción; intercambio, transacción y relación; mercado; gestión de marketing.
- d) marketing directo; marketing relacional; marketing de contenido
- e) Ninguno
- A14.- Dentro de un escenario para verificar la satisfacción del cliente si el producto o servicio que adquirido la PV=EV el cliente será:
 - cliente satisfecho (a))
 - cliente encantado b)
 - c) cliente insatisfecho
 - cliente desencantado d)
 - Ninguno



