



Carreras: Economía, Contaduría Pública, Administración de Empresas, Ingeniería Comercial, e Ingeniería Financiera
Cochabamba 19 de febrero de 2022

ÁREA: INTRODUCCIÓN A LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Tiempo límite: 15 minutos

Número de preguntas: 7

Marque su respuesta en el inciso, seleccionado en la hoja de respuestas: SOLO DEBE ELEGIR UNA SOLA OPCIÓN

1. Cuando las ventas comienzan a disminuir gradualmente debido a que el producto ha sido sustituido por otras opciones atractivas para el consumidor, se le conoce como la etapa:

- A. Conclusión
- B. Desarrollo
- C. Declive
- D. Introducción
- E. Ninguno

2. Se define como el proceso de compra, venta o intercambio de bienes, servicios e información, y representa una gran variedad de posibilidades para adquirir bienes o servicios ofrecido por proveedores en diversas partes del mundo.

- A. Divisas y aduanas
- B. Comercio electrónico
- C. Comercio institucional
- D. Intercambio
- E. Ninguno

3. Consiste en identificar y satisfacer las necesidades de las personas y de la sociedad. Una de las definiciones más cortas consiste en “satisfacer necesidades de forma rentable”.

- A. Comercio
- B. Marketing
- C. Comunicación
- D. Oferta y demanda
- E. Ninguno

4. Existen técnicas para generar ideas nuevas de negocios y una de las principales corresponde a:

- A. Lluvia de ideas
- B. Investigación
- C. Identificación de problemas
- D. Crecimiento
- E. Ninguno

5. Bajo este concepto, la estrategia de marketing se enfoca en realizar mejoras continuas al producto, se trata del concepto de:

- A. Ventas
- B. Producto
- C. Producción
- D. Marketing
- E. Ninguno

6. Dentro del ciclo de vida del producto este es un periodo de lento crecimiento de las ventas, el producto es lanzado al mercado. Las utilidades son inexistentes en esta etapa debido a los fuertes gastos de introducción del producto. ¿A qué etapa hacemos referencia?

- A. Desarrollo del Producto
- B. Crecimiento
- C. Madurez
- D. Introducción
- E. Ninguno

7. Grupo de consumidores que responden de manera similar a un conjunto determinado de esfuerzos de marketing.

- A. Mercado
- B. Segmento de mercado
- C. Stakeholders
- D. Mercado masivo
- E. Ninguno