



SEGUNDO PARCIAL – FILA 1
PROPEDEÚTICO SEMIPRESENCIAL I-2023
Cochabamba, 29 de julio del 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

<p>A1.- SON LOS ESPECTÁCULOS ARTÍSTICOS Y DEPORTIVOS COMO EL FIB, LAS OLIMPIADAS O LA EXPO, ESTA DEFINICIÓN CORRESPONDE A:</p> <p><input checked="" type="radio"/> a) Los acontecimientos</p> <p><input type="radio"/> b) Las experiencias</p> <p><input type="radio"/> c) Las personas</p> <p><input type="radio"/> d) Los lugares</p> <p><input type="radio"/> e) Ninguno</p> <p>A2.- EL "PRODUCTO AUMENTADO" CONSISTE EN LOS ASPECTOS AÑADIDOS AL PRODUCTO REAL COMO:</p> <p><input type="radio"/> a) Es el servicio o beneficio básico que el consumidor busca cuando compra un producto.</p> <p><input type="radio"/> b) El producto a través de un enfoque centrado en las necesidades del consumidor</p> <p><input type="radio"/> c) Atributos como la marca, el etiquetado, el envase, el diseño, el estilo, calidad, etc.</p> <p><input checked="" type="radio"/> d) Servicio posventa, el mantenimiento, la garantía, instalación, entrega y financiación, etc.</p> <p><input type="radio"/> e) Ninguno</p> <p>A3.- EL "NOMBRE DE MARCA", ES LA PARTE DE LA MARCA QUE PUEDE PRONUNCIARSE, Y SE ENCUENTRA CONFORMADA POR:</p> <p><input checked="" type="radio"/> a) Palabras, números, letras, siglas, etc.</p> <p><input type="radio"/> b) Un símbolo, unos colores, un diseño, etc.</p> <p><input type="radio"/> c) Logotipo y colores.</p> <p><input type="radio"/> d) Siglas y diseño.</p> <p><input type="radio"/> e) Ninguno</p> <p>A4.- LA ELECCIÓN DEL NOMBRE DE LA MARCA ES MUY IMPORTANTE, UNA CARACTERÍSTICA ES QUE SEA "FÁCIL DE LEER Y PRONUNCIAR" DEBIDO A QUE:</p> <p><input type="radio"/> a) Así sea de fácil pronunciación en los diferentes idiomas o que pueda traducirse con facilidad.</p> <p><input type="radio"/> b) Cuando el consumidor lo vea pueda evocar los beneficios que le ofrece el producto.</p> <p><input checked="" type="radio"/> c) Así sea fácilmente recordado y memorizado por los consumidores.</p> <p><input type="radio"/> d) Por ello es importante que llame la atención de los consumidores y que sea original y que tenga algún tipo de conexión con el producto que representa.</p> <p><input type="radio"/> e) Ninguno</p> <p>A5.- LA ESTRATEGIA EN LA FIJACIÓN DE PRECIOS "DESCUENTO POR PRONTO PAGO", SE REFIERE A:</p> <p><input type="radio"/> a) Existe flexibilidad en la cuantía del precio y en las condiciones de venta</p> <p><input type="radio"/> b) El producto se vende al mismo precio y condiciones.</p> <p><input type="radio"/> c) Se aplica una reducción en el precio unitario al vendedor de un producto que adquiere una cantidad superior a la normal.</p> <p><input checked="" type="radio"/> d) Supone una reducción en el precio efectuada al comprador que paga al contado o al cabo de pocos días.</p> <p><input type="radio"/> e) Ninguno</p> <p>A6.- EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN ESTA COMPUESTO POR UN CONJUNTO DE ELEMENTOS, ESTOS SON:</p> <p><input type="radio"/> a) El Codificador y el decodificador</p> <p><input type="radio"/> b) Los medios de comunicación</p> <p><input checked="" type="radio"/> c) El emisor, codificación, medio, decodificación, y receptor</p> <p><input type="radio"/> d) El comprador y el vendedor</p> <p><input type="radio"/> e) Ninguno</p>	<p>A7 ESTRUCTURA VERTICAL DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN "DIRECTO" ESTA CONFORMADO POR:</p> <p><input type="radio"/> a) Fabricante y minorista</p> <p><input type="radio"/> b) Minorista y consumidor</p> <p><input type="radio"/> c) Fabricante, comisionista y consumidor.</p> <p><input type="radio"/> d) Mayorista, minorista y consumidor.</p> <p><input checked="" type="radio"/> e) Ninguno</p> <p>A8.- EL DISEÑO DEL CANAL QUE ESTÁ CONDICIONADO POR: LOS ELEMENTOS SOCIALES, ECONÓMICOS, POLÍTICOS, LEGALES, ETC, ESTE FACTOR ES DENOMINADO COMO:</p> <p><input checked="" type="radio"/> a) Entorno</p> <p><input type="radio"/> b) Competencia</p> <p><input type="radio"/> c) Consumidores</p> <p><input type="radio"/> d) Producto</p> <p><input type="radio"/> e) Ninguno</p> <p>A9.- DENTRO DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN EXISTEN INTERMEDIARIOS, ESTOS SON:</p> <p><input type="radio"/> a) Clientes</p> <p><input type="radio"/> b) Proveedores y competidores</p> <p><input type="radio"/> c) Costos, precio y producto</p> <p><input checked="" type="radio"/> d) Mayorista, comisionista y minorista</p> <p><input type="radio"/> e) Ninguno</p> <p>A10.- LA CLASIFICACIÓN DEL PRODUCTO SEGÚN SU DURABILIDAD ES:</p> <p><input type="radio"/> a) En el extremo tangible y en el extremo intangible</p> <p><input type="radio"/> b) Bienes industriales y bienes de consumo</p> <p><input checked="" type="radio"/> c) Bienes duraderos y bienes no duraderos</p> <p><input type="radio"/> d) Bienes comerciales y bienes de especialidad</p> <p><input type="radio"/> e) Ninguno</p> <p>A11.- COMÚNMENTE SE LE CONOCE POR LAS SIGLAS DAFO, CORRESPONDE A LAS INICIALES:</p> <p><input type="radio"/> a) Dirección, Atención, Fuerza y Organización</p> <p><input type="radio"/> b) Datos, Ayuda, Fuerza y Obras</p> <p><input checked="" type="radio"/> c) Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades</p> <p><input type="radio"/> d) Destrezas, Astucia, Fortaleza y Orientación</p> <p><input type="radio"/> e) Ninguno</p> <p>A12.- ES UN FACTOR EXTERNO QUE SE CONSIDERA AL MOMENTO DE FIJAR UN PRECIO:</p> <p><input type="radio"/> a) La organización</p> <p><input type="radio"/> b) Métodos basados en el valor percibido</p> <p><input checked="" type="radio"/> c) Costes de la competencia, precios y oferta.</p> <p><input type="radio"/> d) Objetivos de marketing</p> <p><input type="radio"/> e) Ninguno</p> <p>A13.- LA ESTRATEGIA DIFERENCIAL EN FIJACIÓN DE PRECIO QUE SUPONE UNA REDUCCIÓN EN EL PRECIO EFECTUADA AL COMPRADOR QUE PAGA AL CONTADO O AL CABO DE POCOS DÍAS" ES:</p> <p><input checked="" type="radio"/> a) Descuento por pronto pago</p> <p><input type="radio"/> b) Descuento por cantidad</p> <p><input type="radio"/> c) Precios fijos</p> <p><input type="radio"/> d) Precios variables</p> <p><input type="radio"/> e) Ninguno</p> <p>A14.- POR NORMA GENERAL, EN LAS SOCIEDADES DESARROLLADAS LOS DESEOS Y NECESIDADES SE SATISFACEN A TRAVÉS DE:</p> <p><input type="radio"/> a) Acontecimientos</p> <p><input type="radio"/> b) Consumidores</p> <p><input checked="" type="radio"/> c) Producto</p> <p><input type="radio"/> d) Mercado</p> <p><input type="radio"/> e) Ninguno</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

