



Carreras: Economía, Contaduría Pública, Administración de Empresas, Ingeniería Comercial, e Ingeniería Financiera  
Cochabamba 5 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. **La carrera de Ingeniería Comercial tiene como enfoque principal la gerencia empresarial en ella se combinan la ..... con la .....**
  - A. administración, economía.
  - B. economía, gerencia.
  - C. estrategia, organización
  - D. disciplina, economía
  - E. Ninguna, ninguna
2. **¿En América latina en que país y año se dictó por primera vez la carrera de ingeniería comercial?**
  - A. Bolivia en 1935
  - B. Chile en 1935
  - C. Perú en 1953
  - D. Chile en 1985.
  - E. Ninguna
3. **Proceso mediante el cual las empresas crean valor para sus clientes y generan fuertes relaciones con ellos para, en reciprocidad, captar valor de los clientes. Corresponde a la definición de:**
  - A. Marketing
  - B. Demanda
  - C. Proceso
  - D. Economía
  - E. Ninguno
4. **La ..... es una combinación de productos, servicios, información o experiencias ofrecidos a un mercado para satisfacer una necesidad o un deseo.**
  - A. Producción
  - B. Oferta de mercado
  - C. Relación
  - D. Dirección del marketing
  - E. Ninguno
5. **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
6. **El ciclo de vida del producto está conformado por las siguientes etapas:**
  - A. Nace, crece, se desarrolla y muere
  - B. Introducción, crecimiento, madures, declive
  - C. Inicio, crecimiento, mantenimiento, quiebra
  - D. Crecimiento, madures, mantenimiento, declive
  - E. Ninguno
- 7.- **Las principales dimensiones del marketing operativo se clasifican como:**
  - A. Producto, venta, negocio, pos-venta
  - B. Embarque, comercio, venta, negocio
  - C. Producto, promoción, venta, publicidad
  - D. Producto, precio, plaza, promoción
  - E. Ninguno