

Fundamentos de Administración y Gestión “Cuestionario sobre organización empresarial”
--

Nombre del alumno/a:

1. Dos empresas con la misma productividad:

- a) Tienen el mismo volumen de ventas.
- b) Ninguna respuesta es correcta.
- c) Tienen siempre el mismo volumen de producción.

2. La función productiva de la empresa consiste en:

- a) En planificar, organizar, gestionar y controlar.
- b) El empleo de factores humanos y materiales para la elaboración de bienes y servicios.
- c) En la obtención de inputs a partir de outputs.

3. Señala la afirmación correcta:

- a) Aunque la empresa no produzca, temporalmente, incurre en costes variables.
- b) Cuando la empresa no produce, temporalmente, no incurre en costes fijos.
- c) El coste se define como el valor, expresado en unidades monetarias, del consumo de los factores de producción.

4. En la etapa de declive en el ciclo de vida de un producto:

- a) Aparecen productos más competitivos.
- b) La empresa obtiene el máximo nivel de ventas.
- c) Se produce el apogeo de las campañas de promoción.

5. Las etapas que definen el concepto de ciclo de vida de un producto son:

- a) Introducción, crecimiento y declive.
- b) Introducción, decadencia y crisis.
- c) Introducción, crecimiento, madurez y declive.

6. Las variables de marketing-mix son:

- a) Investigación comercial, canales de información, recepción de la información y tratamiento de la misma.
- b) Producto, Precio, Promoción y Distribución.
- c) Publicidad, Promoción y Distribución.

7. Introducción, crecimiento, madurez y declive, hacen referencia a:

- a) La segmentación de mercados.
- b) El ciclo de vida de los productos.
- c) La logística de la empresa.

8. La política de productos de una empresa incluye:

- a) Las decisiones relacionadas con el envase y la marca, entre otras.
- b) Las decisiones relacionadas con la distribución de los productos.
- c) Las decisiones relacionadas con identificar subgrupos homogéneos dentro de un mercado.

9. Se mantendrán bajos niveles de inventarios cuando:

- a) Los costes de almacenamiento sean bajos.
- b) Se incrementa de forma extraordinaria la productividad.
- c) Los costes de almacenamiento sean altos.

10. Los costes a corto plazo se descomponen en:

- a) Costes variables y Costes indirectos.
- b) Costes totales y Costes directos.
- c) Costes fijos y Costes variables.

11. Los costes variables son:

- a) Los que varían en función del tiempo.
- b) Los que dependen de la cantidad de producto obtenido.
- c) Los que son independientes del volumen de producción.

12. ¿Qué funciones cumplen los inventarios?

- a) Acumular existencias para que el Activo de una empresa sea grande.
- b) Hacer frente a la oferta de bienes.
- c) Servir de reguladores entre los ritmos de salida de unas fases de producción y de entrada de otras.

13. El coste fijo es:

- a) Aquel coste en que incurre necesariamente la empresa, como la compra de materias primas.
- b) Aquel coste que permanece independientemente del nivel de producción.
- c) El coste que se imputa directamente al bien producido.

14. La productividad se puede definir como:

- a) El volumen de ventas.
- b) La relación entre la producción de un período y los beneficios obtenidos.
- c) La relación entre la producción de un periodo y los recursos consumidos para su obtención.

15. Si una empresa aplica el sistema JUST IN TIME:

- a) Eliminará cuellos de botella que aparecen con mayor facilidad en procesos complejos.
- b) Tendrá sus almacenes llenos de productos acabados.
- c) No tendrá sus almacenes llenos de productos acabados.

16. Dividir el mercado en subgrupos homogéneos con el fin de realizar estrategias comerciales diferenciadas, es:

- a) Promocionar el producto.
- b) Diferenciar el producto.
- c) Segmentar el mercado.

17. Los mayoristas son intermediarios comerciales que:

- a) Fabrican grandes cantidades de productos.
- b) Compran en grandes cantidades para vender a otros intermediarios.
- c) Venden directamente al consumidor final.

18. La promoción de ventas consiste en:

- a) Un conjunto de técnicas para llevar el producto final del fabricante al minorista.
- b) Un conjunto de técnicas para conseguir mediante una campaña temporal y espacial estimular la demanda y aumentar las ventas.
- c) Un conjunto de técnicas para crear unas determinadas relaciones y un clima de confianza tanto dentro como fuera de la empresa.

19. Si en una segmentación del mercado la variable utilizada es el nivel de estudios realizados estaremos utilizando para realizar la misma una:

- a) Variable socioeconómica.
- b) Variable demográfica.
- c) Variable geográfica.

20. Cuando fijamos el precio añadiendo un margen a los costes de fabricación del producto, hablamos de:

- a) Fijación del precio en función de los costes.
- b) Fijación del precio en función de los precios de la competencia.
- c) Fijación del precio en función de la demanda.