

MATERIA: ECONOMÍA Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

1A

Código de barras

Corrector Nº

Examen Nº

Calificación

INSTRUCCIONES:

Este examen consta de 20 preguntas tipo test. En cada pregunta tipo test se deberá responder una sola opción (solo hay una correcta). Cada respuesta correcta tiene una puntuación de 0,5 puntos y cada respuesta incorrecta resta la mitad (0,25 puntos). Las preguntas sin contestar no puntúan.

A continuación, se adjunta la tabla en la que el estudiante deberá responder a las preguntas del examen utilizando para ello un **bolígrafo** (no un lápiz). **Sólo las respuestas reflejadas en la tabla se considerarán para la corrección.** Deberá redondear la opción que considere correcta. Si quiere rectificar una respuesta, tache la anterior y redondee la nueva opción que considere correcta. **El examen debe permanecer siempre grapado.**

1	a	b	c
2	a	b	c
3	a	b	c
4	a	b	c
5	a	b	c
6	a	b	c
7	a	b	c
8	a	b	c
9	a	b	c
10	a	b	c
11	a	b	c
12	a	b	c
13	a	b	c
14	a	b	c
15	a	b	c
16	a	b	c
17	a	b	c
18	a	b	c
19	a	b	c
20	a	b	c

ACIERTOS	
FALLOS	
SIN CONTESTAR	
CALIFICACIÓN	

1. El crédito bancario:
 - a. Presenta una menor flexibilidad que el préstamo bancario.
 - b. Implica que la empresa recibe una cantidad de dinero que habrá de devolverse en un determinado período de tiempo y pagar los intereses correspondientes por la totalidad.
 - c. Supone que el banco pone a disposición de la empresa una cantidad de dinero hasta un límite máximo. La empresa paga intereses por la cantidad que utilice.
2. La producción:
 - a. Alude al proceso de transformación física por el que unos *outputs* se transforman en servicios.
 - b. Describe el conjunto de actividades implicadas en la obtención de servicios, como el transporte o la distribución entre otras.
 - c. Es el proceso de creación de valor por el que un conjunto de *inputs* (mano de obra, materias primas, etc.) se transforman en *outputs* (bienes y servicios).
3. El precio de equilibrio del mercado:
 - a. Representa el precio en el que todos los bienes producidos son vendidos a los consumidores.
 - b. No es único, es decir, existen varios precios que permiten compatibilizar los deseos de los compradores y vendedores.
 - c. Se calcula como la intersección de la curva de demanda de los oferentes y la curva de oferta de los demandantes.
4. Con el fin de identificar las oportunidades que nos ofrece el entorno general analizaremos, entre otras variables,
 - a. Los clientes.
 - b. Las variables económicas.
 - c. Los proveedores.
5. En el contexto de la estructura organizativa, las relaciones que surgen entre sus miembros que no han sido definidas ni previstas por la organización:
 - a. Constituyen la estructura informal.
 - b. Se integran en la estructura formal.
 - c. Se materializan en el organigrama de la organización.
6. El valor de las patentes, marcas y similares forma parte de:
 - a. Los bienes y derechos de la empresa.
 - b. Las obligaciones y deudas de la empresa.
 - c. Los fondos aportados por los socios y/o generados por la propia empresa.

7. Si para ocupar un puesto de trabajo pretendemos identificar posibles candidatos en el mercado laboral, haremos uso del:
 - a. Reclutamiento interno.
 - b. Reclutamiento externo.
 - c. Proceso formativo.
8. La selección y formación forma parte de la función directiva denominada:
 - a. Dirección de recursos humanos.
 - b. Planificación.
 - c. Organización.
9. La forma de organizar las relaciones entre los distintos elementos que componen la realidad económica de un territorio hace referencia a:
 - a. La satisfacción de las necesidades.
 - b. La economía.
 - c. El sistema económico.
10. En la franquicia:
 - a. Se requiere que el producto, marca o servicio esté claramente personalizado y sea diferente a todos los demás.
 - b. El franquiciado cede, a cambio de unas determinadas compensaciones económicas, el derecho a explotar un producto, servicio, nombre o marca comercial ya acreditados al franquiciador.
 - c. El franquiciador se compromete a seguir las normas, sistemas y procedimientos establecidos por el franquiciado.
11. Las relaciones públicas:
 - a. Pretenden formar una imagen positiva de la empresa exclusivamente en el exterior de la empresa.
 - b. Incluyen actividades como el patrocinio y las relaciones con los medios de comunicación.
 - c. Se orientan de forma exclusiva a potenciar las relaciones con los empleados y directivos.
12. Juan, director del departamento de compras de su empresa, ha de preparar el presupuesto de su departamento para el próximo año, lo que implica asignar cuantías monetarias a las diferentes partidas. En el contexto de los roles directivos, en esta situación Juan desempeña un rol:
 - a. Interpersonal.
 - b. Informativo.
 - c. De decisión.
13. En el contexto de la teoría de las necesidades de Maslow, el respeto a uno mismo se incluye dentro de las necesidades:
 - a. Fisiológicas.
 - b. De seguridad.
 - c. De estima.

14. La curva de demanda de naranjas en Gran Canaria:
- Representa la cantidad de naranjas que los compradores están dispuestos a adquirir en función del precio de las naranjas.
 - Indica la cantidad de naranjas que los vendedores están dispuestos a ofrecer en función del precio de las naranjas.
 - Depende del precio de los recursos necesarios para el cultivo de las naranjas, de la tecnología y de las expectativas de ganancias.
15. En el contexto del plan de empresa, las principales decisiones en las variables del marketing-mix sobre la base de los resultados del estudio de mercado se incluyen en:
- El subplan de viabilidad comercial.
 - El subplan de viabilidad técnico-organizativa.
 - El subplan de viabilidad económico-financiero.
16. La cuota de mercado:
- Representa la parte de la demanda que le corresponde a una empresa concreta que participa en un mercado.
 - Requiere determinar la cantidad de producto a vender para que el mercado se encuentre saturado.
 - Indica la cantidad global de ventas que se generan en un mercado en un período de tiempo y en un espacio geográfico determinados.
17. El ejercicio del liderazgo en las empresas:
- Solo se ejerce por los directivos.
 - Siempre proviene de la autoridad que proporciona el ocupar un cargo.
 - Puede originarse por las capacidades o conocimientos de quien lo ejerce.
18. Las inversiones que la empresa realiza para dar cumplimiento a las leyes se denominan:
- De modernización.
 - Obligatorias.
 - De renovación.
19. Un proceso productivo analítico es el que:
- Descompone los recursos básicos en componentes.
 - Combina un número de recursos para producir un único producto acabado.
 - Sigue una secuencia lineal de operaciones para fabricar un único tipo de producto.
20. El marketing operativo:
- Determina cuál va a ser el mercado de la empresa y cuál va a ser el posicionamiento de la misma.
 - Requiere el seguimiento permanente de las oportunidades del entorno y del posicionamiento competitivo de la empresa en el mercado.
 - Implica tomar decisiones con respecto a variables como el precio y el producto, entre otras.