

MATERIA: ECONOMÍA Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

1 / 3

Código de barras

Corrector Nº

Examen Nº

Calificación

INSTRUCCIONES

Este examen consta de dos partes:

Parte 1 (máximo 8 puntos). 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 0,4 puntos y cada respuesta incorrecta resta la mitad (0,2 puntos). Las preguntas sin contestar no puntúan.

Parte 2 (máximo 2 puntos). 2 preguntas cortas de desarrollo. Cada pregunta tiene una puntuación máxima de un punto.

A continuación, se adjunta la tabla en la que el estudiante deberá responder a las preguntas tipo test 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. La responsabilidad patrimonial:
 - a. Se refiere a las obligaciones y responsabilidades que los propietarios de la empresa asumen respecto a las deudas sociales.
 - b. Hace referencia al tipo de impuestos (Impuesto de la Renta de las Personas Físicas, Impuesto de Sociedades) por el que tributa la empresa.
 - c. Es lo mismo que la fiscalidad, es decir, es el volumen de las aportaciones de los propietarios de la empresa que no trabajan en esta.

2. Una empresa solicita un préstamo bancario. En esta situación se puede decir que:
 - a. Hay mayor flexibilidad que en un crédito bancario, lo que implica un mayor coste del préstamo frente al crédito.
 - b. La entidad bancaria pone a disposición del cliente una cantidad de dinero hasta un límite máximo, de forma que la empresa paga intereses por la cantidad realmente utilizada.
 - c. El banco entrega a la empresa una cantidad de dinero que habrá que devolver en un determinado período de tiempo y pagar los intereses correspondientes.

3. El libro Diario:
 - a. Es un libro principal y obligatorio que agrupa las operaciones por cuentas.
 - b. Es un libro principal pero no obligatorio que refleja por sí solo todo el patrimonio de la empresa.
 - c. Registra de forma cronológica las operaciones que se derivan de la actividad económico-empresarial.

4. La personalización de los servicios alude a que:
 - a. Una gran parte de los servicios se realizan a medida del usuario.
 - b. Una parte importante del valor de los servicios se percibe de forma subjetiva.
 - c. Si un servicio no se utiliza, se pierde el ingreso derivado del mismo.

5. La división del trabajo:
 - a. Reparte la autoridad entre los diferentes niveles organizativos.
 - b. Implica dividir el trabajo en tareas que se asignan a diferentes empleados.
 - c. Se refiere a la existencia de reglas y procedimientos formales.

6. La ventaja competitiva:
 - a. Se origina cuando la empresa consigue aprovechar adecuadamente un recurso o capacidad.
 - b. Supone una debilidad para la empresa que hay que intentar reforzar.
 - c. Genera para la empresa una situación a evitar.

7. En relación con las habilidades que requieren los directivos, se puede decir que:
 - a. Con independencia del nivel jerárquico, todos los directivos requieren la misma cantidad de habilidades técnicas.
 - b. Todos los directivos necesitan disponer de habilidades humanas o interpersonales.
 - c. Con independencia del nivel jerárquico, todos los directivos requieren más habilidades conceptuales que técnicas.

8. La oferta de un producto:
 - a. Se construye agregando las cantidades del producto que los individuos están dispuestos a adquirir en función del precio de dicho bien.
 - b. Se determina por factores como su precio y los precios de los recursos necesarios para producirlo, entre otros.
 - c. Se determina por variables como su precio, el nivel de ingresos, los gustos y preferencias de los compradores.

9. Entre los criterios para determinar el tamaño de la empresa de acuerdo con la Comisión Europea se encuentran:
 - a. El número de trabajadores y el volumen de negocios.
 - b. La oferta y la cifra de beneficios.
 - c. La demanda y la cifra de capital.

10. Cuando un directivo asiste a una reunión con el fin de recopilar información útil para la gestión del departamento que dirige se puede decir que está desempeñando un rol informativo de:
 - a. Portavoz.
 - b. Monitor.
 - c. Difusor.

11. Según la teoría de las necesidades de Maslow, para motivar a una persona:
- Se requiere conocer su posición actual en la pirámide (jerarquía de necesidades) y centrarse en la satisfacción de las necesidades de ese nivel.
 - Se precisa satisfacer únicamente sus necesidades fisiológicas, pues las demás no son relevantes.
 - Hay que centrarse en las necesidades ya satisfechas, que son las que realmente importan.
12. En un canal de distribución directo:
- El fabricante pone el producto a disposición del consumidor gracias a la intervención de otras empresas.
 - Puede haber mayoristas o minoristas entre el fabricante y el consumidor.
 - No hay intermediarios entre el fabricante y el consumidor.
13. El plan de viabilidad:
- Se centra en la evaluación del potencial de mercado y la viabilidad económico-financiera de la idea empresarial.
 - Es un documento más amplio que el plan de negocio.
 - Sirve al empresario para planificar el proyecto empresarial en toda su extensión.
14. En el contexto del patrimonio empresarial, las obligaciones:
- Incluyen, entre otros elementos, las mercancías, los muebles, los edificios y las máquinas que son propiedad de la empresa.
 - Representan los pagos que otras personas han de realizar a la empresa, así como el valor de las patentes, marcas y similares.
 - Hacen referencia a los compromisos de pago que la empresa tiene con otras personas, tanto a corto como a largo plazo.
15. El marketing estratégico:
- Pretende definir cuál va a ser el mercado de la empresa y qué percepción se pretende que el cliente tenga del producto.
 - Consiste en diseñar un plan de marketing adecuado para la estrategia previamente establecida, con el propósito de conquistar los mercados seleccionados.
 - Incluye actividades como el análisis de la demanda, la segmentación del mercado, el estudio del comportamiento del consumidor y la distribución.

16. En el proceso de selección, las pruebas psicotécnicas:
- Plantean a los candidatos preguntas sobre su experiencia y expectativas salariales.
 - Se dirigen a comprobar los conocimientos de los candidatos.
 - Analizan aspectos psicológicos de los candidatos.
17. La habilidad de una persona para influir en la actuación de un grupo organizado y lograr la realización de los objetivos de la empresa se denomina:
- Motivación.
 - Liderazgo.
 - Comunicación.
18. En la franquicia:
- El franquiciado se compromete a seguir las normas, sistemas y procedimientos del franquiciador.
 - El franquiciado cede el derecho a fabricar, y/o utilizar, y/o explotar un bien, servicio, nombre o marca comercial ya acreditados, junto con el conocimiento necesario para desarrollar el negocio.
 - No se requiere que el concepto (bien, servicio, nombre o marca comercial) haya demostrado éxito, pues no es relevante.
19. La gestión de inventarios:
- Tiene como objetivo aumentar el volumen de producción.
 - Se orienta a mantener la capacidad productiva de la empresa al mínimo coste.
 - Pretende conocer cuánto pedir de cada producto y cuándo se han de realizar los pedidos.
20. El marketing:
- Solo se aplica a situaciones empresariales.
 - Se puede aplicar en cualquier situación donde haya un intercambio.
 - No se puede aplicar por las administraciones públicas.

21. Explique qué es la Economía. Enumere los enfoques o ramas de la Economía.

22. Explique qué es el reclutamiento. Indique los tipos de reclutamiento.