

1. ¿Qué función de la dirección divide las tareas de la empresa en departamentos?
 - A) Organización.
 - B) Planificación.
 - C) Control.

2. Si un trabajador recibe órdenes de un único supervisor, ¿qué tipo de principio organizativo se aplica?
 - A) De unidad de control.
 - B) De unidad de mando.
 - C) De unidad de dirección.

3. El hecho de influir en los individuos para que contribuyan a favor del cumplimiento de las metas organizacionales y grupales es:
 - A) Controlar.
 - B) Organizar.
 - C) Dirigir.

4. ¿Cuáles son los elementos integrantes del mercado?
 - A) El lugar geográfico donde se ubica.
 - B) Los distintos componentes físicos que sirven de marco para la realización de las transacciones.
 - C) Los demandantes, los oferentes, el producto y el precio.

5. La ley de los rendimientos marginales decrecientes:
 - A) Sólo se puede producir a largo plazo.
 - B) Indica que a medida que aumentan los factores variables llega un momento en que la producción cada vez crece menos.
 - C) Se debe a la existencia de rendimientos a escala.

6. El coste marginal es:
 - A) El valor en dinero de todos los factores productivos utilizados.
 - B) La variación en el coste total, ante el aumento de una unidad en la cantidad producida.
 - C) Lo que ha producido el último trabajador que se contrata.

7. Umbral de rentabilidad es:
 - A) El volumen de producción vendida a partir del cual la empresa obtiene beneficios.
 - B) El precio del producto a partir del cual la empresa obtiene beneficios.
 - C) El volumen de producción de máximo beneficio.

8. ¿Qué es un proceso de producción múltiple?
 - A) Aquel en el que intervienen varias empresas para obtener un producto.
 - B) Aquel en el que se obtienen varios productos diferenciados.
 - C) Aquel en el que se produce un flujo continuo sin interrupciones.

9. Un coste indirecto en una empresa puede ser:
 - A) La materia prima empleada en el proceso de producción.
 - B) Aquel que afecta al proceso productivo en general.
 - C) El coste total por unidad de producción.

10. El coste se produce cuando:
 - A) Se adquieren los factores de producción.
 - B) Se pagan los factores adquiridos.
 - C) Los factores comprados se incorporan a la producción.

11. Señale la respuesta correcta:
- A) Los costes fijos dependen del nivel de producción.
 - B) Los costes totales dependen del nivel de producción.
 - C) No existen costes fijos en el corto plazo.
12. Los factores productivos son:
- A) Las familias, empresas y sector público.
 - B) El sector primario, secundario y terciario.
 - C) La tierra, el trabajo, el capital y empresario.
13. El canal de distribución propio se caracteriza por:
- A) La existencia de mayoristas y minoristas como intermediarios.
 - B) La venta directa del productor al consumidor.
 - C) La existencia de minoristas como intermediarios para la distribución del producto.
14. El análisis DAFO es un método:
- A) Que analiza interna y externamente a la empresa.
 - B) Que analiza internamente a la empresa.
 - C) Que analiza externamente a la empresa.
15. La responsabilidad social de la empresa se refiere principalmente al hecho de que:
- A) El empresario tiene que contribuir en la eliminación del paro.
 - B) El empresario no sólo se preocupa por sus beneficios sino por la forma en la que los obtiene y por su contribución a la sociedad.
 - C) El empresario tiene que asegurar una calidad mínima de los productos.
16. **NO** es una técnica para fijar el precio de venta el...
- A) Precio basado en la competencia.
 - B) Precio basado en los costes.
 - C) Liderazgo en costes.
17. Son áreas funcionales de la empresa:
- A) La junta general de accionistas y el consejo de administración.
 - B) Producción, comercial, inversión y financiación, recursos humanos.
 - C) Los trabajadores, empresarios, clientes y proveedores.
18. En el análisis del entorno general de una investigación de mercados la empresa podría estudiar:
- A) El comportamiento del consumidor.
 - B) La competencia.
 - C) El entorno legal.
19. Con la responsabilidad social corporativa las empresas tratan de:
- A) Mejorar la sociedad desde un punto ambiental, social y económico.
 - B) No incluir entre sus objetivos valores como la ética empresarial.
 - C) Cumplir con la normativa vigente ya que les obliga a llevarla a cabo.
20. La segmentación de mercados hace referencia a:
- A) La división de los clientes en grupos de necesidades homogéneas.
 - B) La división de los proveedores en grupos homogéneos de producción.
 - C) La división en fases del ciclo de vida del producto.
21. ¿Cuál de las siguientes respuestas forma parte del entorno específico de la empresa?
- A) Proveedores.
 - B) Factores culturales.
 - C) Aspectos tecnológicos.

22. Hablamos de entorno específico cuando nos referimos a:
- A) Clientes y proveedores.
 - B) Cambios demográficos.
 - C) Cambios en la economía y la política que pueden afectar a la empresa.
23. ¿Cuál de los siguientes aspectos constituyen el entorno específico de la empresa?
- A) Entorno económico.
 - B) Los competidores.
 - C) Entorno ecológico o medioambiental.
24. Los proveedores de una empresa forman parte del:
- A) Entorno general.
 - B) Entorno económico.
 - C) Entorno específico.
25. Los acreedores de una empresa forman parte del:
- A) Entorno específico.
 - B) Entorno general.
 - C) Los acreedores de una empresa no forman parte del entorno.
26. Los clientes de una empresa forman parte del:
- A) Entorno específico.
 - B) Entorno general.
 - C) Los clientes de una empresa no forman parte del entorno.
27. ¿Cuál de las siguientes respuestas **NO** forma parte del entorno general de la empresa?
- A) Proveedores.
 - B) Factores legales.
 - C) Aspectos demográficos.
28. Las externalidades negativas de una empresa:
- A) No existen. Es un concepto inventado por los ecologistas.
 - B) Suponen un coste para la sociedad cuando no son asumidas por la empresa.
 - C) Se refieren a los productos defectuosos que fabrica la empresa y que tiene que venderlos por debajo de su precio de coste.
29. Son áreas funcionales de la empresa:
- A) La Junta General de Accionistas y el Consejo de Administración.
 - B) Producción, Comercial y Recursos Humanos.
 - C) Los trabajadores y los empresarios.
30. La identificación de grupos de consumidores con características similares por parte de las empresas se denomina:
- A) Segmentación.
 - B) Diferenciación.
 - C) Diversificación.
31. Una técnica utilizada como promoción de ventas es:
- A) Un anuncio en televisión.
 - B) El regalo de un producto cuando se compra uno igual.
 - C) Los consejos de la persona que nos vende un producto.
32. Se habla de publicidad sobre un producto cuando:
- A) Un anuncio en la radio informa sobre las características del producto.
 - B) Un producto patrocina un evento deportivo.
 - C) Se da la opinión de un experto sobre el producto.

33. El conjunto de medios que ayudan a dar salida al producto en el lugar donde el consumidor realiza la compra se denomina:
- A) Marketing.
 - B) Merchandising.
 - C) Relaciones públicas.
34. Dentro del ciclo de vida del producto, en la etapa de declive:
- A) Aumentan los competidores y se incrementa la inversión en promoción.
 - B) El producto puede desaparecer o buscarle nuevos usos.
 - C) Las ventas se estabilizan.
35. Las fases de vida de un producto son:
- A) Introducción, crecimiento, madurez y declive.
 - B) Diseño, desarrollo, venta y satisfacción del consumidor.
 - C) Inicio, consideración, desarrollo y declive.
36. El porcentaje de ventas que realiza la empresa dentro del conjunto del mercado se denomina:
- A) Cuota de mercado.
 - B) Demanda potencial.
 - C) Demanda total.
37. La información no estructurada que se ha recogido específicamente para el estudio, se llama:
- A) Encuesta.
 - B) Datos primarios.
 - C) Datos secundarios.
38. El conjunto de personas o empresas que tienen necesidades y pretenden satisfacerlas mediante la compra de un producto a un oferente, se denomina:
- A) Competencia.
 - B) Marketing.
 - C) Mercado.
39. La promoción de las ventas:
- A) Comprende un incremento de las ventas en un corto periodo de tiempo.
 - B) Implica un incremento del precio del producto.
 - C) Supone un incremento en los costes de fabricación del producto.
40. Al conjunto de actividades comerciales que realiza la empresa con el objetivo de incrementar las ventas durante un corto periodo de tiempo se denomina:
- A) Publicidad.
 - B) Promoción de ventas.
 - C) Fuerza de ventas.
41. ¿Cuál de las siguientes variables no forma parte del marketing mix?
- A) La promoción.
 - B) La distribución.
 - C) Los beneficios.
42. ¿Cuál de las siguientes parejas forman parte del marketing Mix?
- A) La productividad y el beneficio.
 - B) El producto y el precio.
 - C) El balance y la cuenta de resultados.
43. ¿Cuál de las siguientes no es una variable del marketing-mix?
- A) Producto.
 - B) Distribución.
 - C) Control.

44. Los elementos del marketing mix son:
- A) Producto, precio, ventas.
 - B) Producto, precio, distribución y promoción.
 - C) Producción, precio, distribución y comunicación.
45. El factor que se encarga de estimular la demanda a corto plazo de un producto mediante incentivos económicos o materiales, se denomina:
- A) Promoción de ventas.
 - B) Fuerza de ventas.
 - C) Publicidad.
46. La política de promoción:
- A) Es uno de los elementos del marketing mix.
 - B) Tiene como uno de sus objetivos el almacenamiento del producto.
 - C) Tiene como objetivo principal establecer siempre un precio inferior al de la competencia.
47. ¿Cuál de las siguientes variables no forma parte del marketing mix?
- A) El producto.
 - B) El precio.
 - C) La cuenta de resultados de la empresa.
48. La política de producto:
- A) Es uno de los elementos del marketing mix.
 - B) Tiene como uno de sus objetivos el almacenamiento de mercaderías.
 - C) Tiene como objetivo principal fijar siempre un precio inferior al de la competencia.
49. El Marketing-mix supone la adopción de decisiones sobre:
- A) El producto, el precio, la inversión a realizar en materias primas.
 - B) El producto, precio, promoción y distribución.
 - C) Compra de maquinaria, precio, producto y servicio
50. El merchandising engloba:
- A) Todo el conjunto de medios que ayudan a dar salida al producto en el punto o lugar de venta.
 - B) La publicidad realizada mediante Internet.
 - C) El ciclo de vida de producto.
51. ¿Cuándo termina el proceso de compra?
- A) Con la adquisición del producto.
 - B) Cuando se paga el producto.
 - C) Cuando sale de la tienda el producto.
52. En la etapa de madurez de un producto:
- A) El beneficio de la empresa es creciente.
 - B) La velocidad de crecimiento de las ventas se estabiliza.
 - C) Las ventas experimentan un fuerte crecimiento.
53. ¿Cuál de las siguientes variables de marketing tiene como objetivo el incrementar las ventas del producto a largo plazo?
- A) Distribución.
 - B) Publicidad.
 - C) Precios.

54. La primera etapa dentro de la investigación de mercados es:
- A) El diseño del modelo de investigación.
 - B) La recogida de datos primarios o secundarios.
 - C) La definición del objetivo de la investigación.
55. ¿Qué dice la Ley de Pareto?
- A) Que si te centras en una muestra del 30% de los clientes más importantes sabrás que opina el 100%.
 - B) Que el 25% de los clientes proporciona el 80% de los ingresos.
 - C) Que una muestra del 20% de los clientes más importantes proporciona el 80% de los ingresos.
56. ¿Cuál de las siguientes variables de marketing tiene como objetivo principal el incrementar las ventas del producto a corto plazo?
- A) Precio.
 - B) Publicidad.
 - C) Promoción de ventas.
57. La función de distribución consiste en:
- A) Conjunto de operaciones para llevar los productos a los compradores.
 - B) El establecimiento de los precios.
 - C) El conjunto de actividades para informar y persuadir.
58. La Promoción:
- A) Forma parte de la política de precios.
 - B) Forma parte de la política de distribución.
 - C) Incluye el merchandising.
59. El modelo E-commerce A2C establece una relación entre...
- A) Consumidor y empresa.
 - B) Administración y empresa.
 - C) Administración y ciudadanos.
60. El comercio electrónico se caracteriza por:
- A) Una tendencia a la desaparición de los intermediarios.
 - B) El contacto físico con el vendedor.
 - C) El beneficio decreciente de la empresa.
61. La venta online y el comercio electrónico.
- A) Significa comercio a través de electrodos.
 - B) Son las transacciones comerciales de productos o servicios que se realizan a través de internet y de comercios físicos.
 - C) Son las transacciones comerciales de productos o servicios que se realizan exclusivamente a través de internet.
62. La riqueza del E-commerce radica en....
- A) La calidad de los contenidos y los diferentes canales de venta.
 - B) El ahorro.
 - C) La limitación horaria de los establecimientos.
63. Las estrategias de distribución se pueden clasificar en tres categorías, que son:
- A) Intensiva, ajena y mixta.
 - B) Intensiva, directa y objetiva.
 - C) Intensiva, selectiva y exclusiva.

64. Aquellas acciones que se desarrollan con el objetivo de crear y mantener una buena imagen de la empresa, tanto para el público interno (trabajadores) como para el público externo (clientes, gobierno, medios, etc.), se les denomina:
- A) Relaciones públicas.
 - B) Promoción de ventas.
 - C) Posicionamiento.
65. Según la Ley 34/2002 de Servicios de la Sociedad de la Información del Comercio Electrónico, ¿cuál es el medio de pago más seguro para llevar a cabo una compra electrónica?
- A) El pago en efectivo y el pago contra reembolso.
 - B) El pago por transferencia.
 - C) El pago mediante bizum.
66. La reducción de las ventas de un determinado producto o servicio causado por el marketing, por la misma empresa de otro bien o servicio que es de alguna manera su sustituto, se denomina...
- A) Canibalización.
 - B) Reutilización.
 - C) Reciclaje.
67. ¿Cuál de las siguientes variables de marketing tiene como objetivo el incrementar las ventas del producto en el largo plazo?
- A) Precio.
 - B) Publicidad.
 - C) Merchandising.
68. Un indicador es una expresión cuantitativa que permite medir el cumplimiento o desempeño de un servicio. En la logística un punto de referencia es:
- A) La satisfacción del cliente.
 - B) El margen de rentabilidad.
 - C) El volumen de producción.
69. He comprado un producto por Internet, ¿tengo derecho a devolución?
- A) Nunca.
 - B) Sí.
 - C) Sí, durante 7 días.
70. ¿Qué información está obligado a facilitar el prestador de servicios previamente a contratar con él electrónicamente?
- A) Información contractual.
 - B) Información visual.
 - C) Información clara, comprensible e inequívoca.
71. ¿Por qué normativa se rigen los contratos electrónicos?
- A) Por la Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información del Comercio Electrónico.
 - B) Por la Ley 34/2002 y por los Códigos Penal y de Comercio.
 - C) Ninguna es correcta.
72. Una de las actividades de marketing principales es:
- A) Valorar la capacidad económica del cliente.
 - B) Establecer el canal de distribución más propicio para la conveniencia del vendedor.
 - C) Ninguna es correcta.

73. **NO** forma parte de las cuentas anuales de las empresas:
- A) La cuenta de pérdidas y ganancias.
 - B) El Código de Comercio.
 - C) El balance.
74. **NO** es una actividad propia del merchandising:
- A) La degustación de productos en el establecimiento.
 - B) La colocación estratégica del producto en un local determinado.
 - C) Un anuncio de TV.
75. ¿Qué áreas de trabajo comprende el área comercial de una empresa?
- A) Aprovisionamiento y ventas.
 - B) Logística y Administración.
 - C) Marketing y Compras.
76. ¿En qué consiste la gestión de aprovisionamiento y en qué tareas se concreta?
- A) Consiste en adquirir material para no interrumpir el proceso productivo o de ventas.
 - B) Proveer material de logística.
 - C) Consiste solo en tareas de compras.
77. Cliente interno es:
- A) Todo aquel proveedor, supervisor o empleado que colabora en la producción de un servicio o producto.
 - B) La persona que contrata un producto final.
 - C) El comprador que acude a la empresa a satisfacer una necesidad.
78. ¿Cómo se denomina al conjunto de actividades, herramientas y estrategias en el sector comercial dedicadas a la presentación y expansión del conocimiento de un producto?
- A) Publicidad.
 - B) Promoción de ventas.
 - C) Relaciones públicas.
79. Señale la afirmación **VERDADERA** con respecto a los canales de distribución electrónicos:
- A) Es necesario el contacto directo con el cliente.
 - B) Se ahorran costes
 - C) Apenas son utilizados actualmente.
80. Entre los tipos de canales de distribución se encuentra el:
- A) Canal indirecto.
 - B) Canal largo.
 - C) Canal intermedio.