

GESTIÓN COMERCIAL CURSO 2000-2001

Duración: 1 hora y media

CONVOCATORIA: MAYO/JUNIO. 2ª Semana

TIPO DE EXAMEN : A

CODIFIQUE EN EL ANVERSO DE ESTA HOJA: SU D.N.I., CÓDIGO CARRERA: 41 – CÓDIGO ASIGNATURA: 303

Si se equivoca al codificar cualesquiera de los datos o respuestas y no puede borrar solicite una hoja nueva del mismo tipo de examen, acompañando ambas (nueva y vieja) al examen indicando cuál es la válida. ES OBLIGATORIO ENTREGAR EL ENUNCIADO

1-Si los participantes de un mercado son libres para efectuar las transacciones en las cantidades y precios que decidan se trataría de:
a)Un oligopolio b)Un mercado transparente c)Un mercado libre d) Un monopolio

2-En lo referente a los mercados de productos industriales, indique la afirmación incorrecta: a)El número de compradores suele ser escaso b)La demanda de estos productos es una demanda derivada de la demanda de los bienes y servicios en cuya producción participan c)La demanda de estos bienes es más sensible a las actuaciones comerciales que en los bienes de consumo d)En estos mercados a veces se produce el monopolio de la demanda.

3-Efectuando una campaña de publicidad suficientemente persuasiva y considerando todas las demás variables constantes: a)Todo esfuerzo publicitario forzaría a un aumento de la elasticidad de la demanda del bien con respecto al precio b)Se podría incrementar el precio del bien sin que la demanda se resintiese c)Un aumento del precio del bien provocaría una gran disminución de la demanda d)Ninguna de las anteriores

4-Según el tipo de producto, los mercados pueden ser: a)Mercados de servicios b)Subastas c)Mercados de empresas d)Mercados libres

5-Los modelos de demanda: a)Han de ser siempre lineales b)Deben ser representados con funciones monótonas y crecientes c)Se formulan siempre de forma no lineal c)Ninguna es correcta

6-La estrategia comercial que persigue la consecución de una ventaja competitiva derivada de costes más bajos es: a)La estrategia concentrada b)La estrategia diferenciada c)La estrategia de inversión d)La estrategia indiferenciada.

7-¿Cuál de las siguientes es una estructura de distribución sin vinculación formal entre los integrantes del canal?: a)Estructura vertical de origen contractual b)Las cadenas sucursalistas c)Las cooperativas de detallistas d)Los economatos

8-De los siguientes ¿Cuál podría considerarse un efecto a corto plazo de las promociones de ventas?: a)Efectos sobre la frecuencia de compra b)Efectos sobre la elasticidad cruzada de las distintas marcas c)Efectos sobre la demanda global d)Efectos sobre la repetición de compras.

9-¿Cuál de los siguientes métodos de determinación del presupuesto publicitario considera los objetivos de la campaña (en términos de demanda o en términos de comunicación) como una referencia principal para fijar dicho presupuesto: a)Método de los objetivos b)Método del porcentaje sobre ventas c)Método de la paridad competitiva d)Método de los recursos disponibles

10- Si una empresa busca beneficios crecientes en el futuro (Indique la afirmación correcta): a)Suele ser suficiente con emplear una estrategia de perfeccionamiento de producto b)Suele ser necesaria una estrategia basada en el desarrollo de nuevos productos c)Debe evitar realizar inversiones importantes en capital d)Ninguna es correcta.

11-¿Qué estrategia basada en objetivos de inversión busca la liquidez aunque sea a costa de perder posición competitiva en el mercado?: a)La de mantenimiento b)La de cosecha c)La de crecimiento d)Ninguna de las anteriores

12-Indique en qué caso la previsión de la demanda mediante el método de “análisis de las intenciones de compra”es más fiable: a)En bienes de consumo duradero y compra esporádica b)En bienes de compra frecuente c)En bienes complementarios d)En bienes inferiores

13-La utilidad marginal: a)Siempre tiene un valor constante b)Crece al aumentar el consumo del bien c)Es la utilidad conseguida al consumir cualquier cantidad de producto d)Ninguna es correcta

14-La llamada “gestión del lineal” es una actividad de: a)Distribución geográfica b)Promoción c)Marketing directo d)Merchandising

15-La utilización preferente de los atributos extrínsecos para evaluar la “calidad” del producto, se suele emplear : a)Cuando no se trata de primeras compras b)Cuando la evaluación de atributos específicos requiere poco tiempo c)Si la calidad es fácil de evaluar por el consumidor mediante otros atributos d)Ninguna es correcta

16-Los “mercadillos” constituyen una variante tradicional de: a)Galerías comerciales b)Centros comerciales c)Mercados d)Calles comerciales

17-Si un bien pasa a tener más sustitutivos en el mercado, la curva de demanda con respecto al precio será: a)Más inelástica b)Más rígida c)Más elástica d)No se verá afectada.

18-Indique la afirmación incorrecta en relación con las “tiendas de conveniencia”: a)El precio bajo es uno de los factores determinantes para las personas que acuden a ellas b)Constituyen una fórmula de régimen de autoservicio c)Los márgenes comerciales suelen ser elevados d)Es común en este tipo de establecimientos la estructura integrada de franquicia.

19-¿Cuál de las siguientes estructuras con vinculación formal entre los integrantes del canal NO se caracteriza por ser propiedad de una única organización?: a)Las cadenas de grandes almacenes b)Las franquicias c)Los grandes grupos de distribución d)Ninguna de las anteriores

20-El producto, concebido como un conjunto de modificaciones y mejoras a que se puede someter en el futuro sin que deje de ser el mismo producto genérico, recibe el nombre de: a)Producto mejorado b)Producto esperado c)Producto potencial d)Producto básico

21-Indique cuál de los siguientes NO se considera un factor endógeno al comportamiento del consumidor: a)La motivación b)La percepción c)La cultura d)Las creencias

22-¿En qué tipos de mercado existe una correlación negativa entre calidad y esfuerzo publicitario?: a)En mercados desinformados b)En los que la calidad es poco importante para los consumidores c)En los que el coste de la calidad es alto para las empresas d)En todas las anteriores existe correlación negativa

23-¿Cuál de las siguientes características es propia del sistema de ventas del comercio tradicional?: a)Una de las formas de este sistema de ventas son los autoservicios b)Es el sistema que se impone actualmente en mercados de consumo frecuente c)La profundidad de cada una de las líneas de productos ofrecidas no suele ser amplia d)Ninguna de las anteriores

24-El test en el que se emplean representaciones verbales, visuales y simbólicas que evocan la futura realidad del producto es el: a)Test de producto b)Test de mercado c)Pre-test de mercado d)Test de concepto

25-¿En qué área del análisis del comportamiento del comprador ha tenido influencia la teoría psicoanalítica de Freud?: a)En la teoría conductista del aprendizaje b)En la teoría del procesamiento de la información c)En la teoría de la investigación de la personalidad d)Ninguna es correcta

SISTEMA DE PUNTUACIÓN: Las preguntas tienen una única respuesta correcta (0,4 puntos). Los desaciertos puntúan -0,2 puntos y las preguntas no contestadas 0 puntos. Para aprobar el examen será necesario obtener 5 puntos.

Para consultar su calificación debe llamar al teléfono del S.I.R.A.: 902-252641 o consultar la página web del servidor de la UNED.