

1. La promoción de ventas hace referencia al ofrecimiento de incentivos: P.240

A) A medio plazo B) A corto plazo C) A largo plazo D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta

2. ¿Con qué tipo de utilidad asociaría la actividad de almacenamiento en relación con la función de distribución comercial? P.252

A) Utilidad de lugar B) Utilidad de tiempo C) Utilidad de modo D) Utilidad de posesión

3. Las llamadas “compras por impulso” constituyen una situación extrema de las compras: P.67

A) De alta implicación B) De baja implicación C) Sin implicación D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta

4. Un requisito adicional (no general) de segmentación es:

A) La sustancialidad del segmento B) La heterogeneidad de los grupos C) La homogeneidad de los consumidores D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta P. 108

5. Señale la respuesta CORRECTA: P.257

A) Los canales de distribución son más cortos en los mercados de consumo que en los industriales B) Los mayoristas venden al consumidor final C) Los asentadores son mayoristas de destino D) Los llamados “cash and carry” son un tipo de mayoristas propio de los mercados agrarios

6. Señale las estrategias comerciales basadas en objetivos de inversión: P.356

A) De crecimiento y de cosecha B) Indiferenciada y diferenciada C) Indiferenciada y concentrada D) Diferenciada y concentrada

7. ¿Cuántas de las siguientes variables son controlables por la empresa: promoción, distribución, entorno político y entorno económico? P. 22

A) Una exclusivamente B) Sólo dos C) Sólo tres D) Las cuatro

8. ¿Cuál de los siguientes tipos básicos de recursos intangibles es especialmente importante en el caso de las empresas turísticas debido a la propia naturaleza del negocio?

A) Capital humano B) Capital estructural C) Capital relacional D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta P.26

9. La demanda potencial máxima realizable es una fracción de la demanda máxima: P.57

A) Teórica B) Práctica C) Actual D) Existente

10. Cuando la previsión de la demanda se formula mediante un modelo, estamos ante: P.59

A) Un análisis de series temporales B) Un análisis funcional o causal C) Un análisis discriminante D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta

11. El estudio del comportamiento del consumidor abarca las actividades que conducen a la adquisición de bienes y servicios: A) Para el propio consumidor exclusivamente B) Para el consumo de terceros exclusivamente C) Tanto para el propio consumo como para el de terceros con los que el que efectúa la compra mantiene determinados vínculos D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta P.66

12. Los grupos étnicos se utilizan como variable en los criterios generales de segmentación: P. 109

A) Demográficos y socioeconómicos B) Geográficos C) Psicográficos D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta

13. ¿Qué estrategia comercial de segmentación consiste en elegir uno o varios de los segmentos existentes y presentar en cada uno de ellos una oferta distinta fruto de una planificación estratégica específica?: P.117

A) Indiferenciada B) Diferenciada C) Concentrada D) Dispersa

14. Los turistas que planifican sus itinerarios y hacen sus propias reservas aunque es posible que recurran esporádicamente a una agencia de viajes pertenecen al segmento de turistas: P.143

A) Aventureros B) Viajeros errantes C) Viajeros en grupo D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta

15. La estrategia de “marca blanca” de un determinado producto tiene como finalidad: P.159

A) La disminución de los costes de fabricación B) La disminución de los costes de transporte C) La disminución de los costes relacionados con la variable “promoción” D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta

16. ¿Cuál de los siguientes factores que influyen en la competitividad internacional de las empresas turísticas NO pertenece a las industrias auxiliares y relacionadas con el sector? (48)

A) Los servicios médicos B) Experiencia y conocimiento C) Barreras de entrada y de salida D) Los recursos naturales y culturales

17. ¿Cuál de las siguientes NO es una de las modalidades de concentración empresarial? (53)

A) Franquicia B) Consorcios C) Acuerdo de “joint-venture” D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta

18. ¿En qué fase de la implantación del e-business los clientes pueden colaborar directamente, a través de Internet, en el diseño general o personalizado de los productos? (69)

A) Información B) Transacción C) Integración D) Participación

19. Señale la respuesta INCORRECTA. El turismo gastronómico:

A) Forma parte del turismo sostenible B) Es un turismo de calidad que genera riqueza C) La estacionalidad es una de sus características D) No es un turismo abrasivo desde el punto de vista ecológico (106)

20. ¿Cuál de las siguientes fases NO forma parte de la estrategia publicitaria? A) Elección del público objetivo B) Elección del sistema de ventas C) Selección del mensaje D) Determinación del presupuesto publicitario P.202

21. En el turismo rural, la comunicación que se viene desarrollando actualmente es, ante todo: A) Informativa B) Persuasiva racional exclusivamente C) Persuasiva emocional exclusivamente D) Persuasiva inconsciente exclusivamente (101)

22. En relación con la eficacia publicitaria, el “pre-test”: P.223

A) Se realiza después de la ejecución de la campaña B) Consiste en observar las reacciones que el anuncio consigue en una muestra de individuos del público objetivo C) No se diferencia del post-test desde el punto de vista estratégico D) Permite modificar integralmente la campaña

23. ¿En qué fase del proceso de planificación de las estrategias de venta personal se decide si los vendedores han de pertenecer o no a la plantilla laboral de la empresa? P.235

A) Establecimiento de objetivos B) Determinación del esfuerzo C) Asignación del esfuerzo D) Organización, gestión y control del esfuerzo

24. La actividad de control de la dirección de marketing que consiste en investigar si la empresa está obteniendo o no beneficios se llama: P.358

A) Control del plan anual B) Control de la rentabilidad C) Control de eficiencia D) Control estratégico

25. ¿Qué línea de actuación del Sistema de Calidad Turística Española (SCTE) tiene como finalidad conseguir una orientación hacia la calidad total? (39)

A) La creación de sistemas de calidad en diversos subsectores turísticos B) La creación de una marca única C) La creación de un ente gestor único D) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta

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. **Podrá consultar su calificación en el teléfono 902-252600 o en la web del servidor de la UNED.**