Facultad de Ingeniería
Escuela de Ingeniería Informática

Examen Final

Semestre Académico 2006 II

A

Curso: Organización y Administración
Grupo: Nro. 1 y 2
Profesor: Adán Estela Estela
Fecha: 9 de diciembre 2006
Duración de la Prueba: 1 hora
Nota: El examen es sin copias ni apuntes.
Está prohibido el prestado de calculadoras, correctores, uso de celulares, consumo de bebidas, comidas y cigarrillos.

Al momento de desarrollar el examen lea bien la pregunta

- En la hoja cuadriculada desarrolle las respuestas para responder por favor escriba con letra legible de lo contrario no se podrá corregir y por lo tanto la respuesta será invalidada
- En la hoja de preguntas marque lo que corresponda
- cada pregunta contestada tiene valor de (2 puntos)

1. Explique el proceso de la selección de personas y cual es la importancia de la integración de personas y como ha establecido la capacitación de personal en su empresa (3 puntos)

2. Explique que son las políticas, las normas y redacte algunos ejemplos que ha propuesto en su trabajo de la empresa

(3 puntos)

3. Construya la planeación estratégica y el organigrama de su empresa (4 puntos)

Devolución del examen el día martes de 11.30 a 12.30 a.m. En la sala de profesores

1. La dirección de la mercadotecnia es un proceso riguroso y formal que debe ser seguido por el ejecutivo de Mercadotecnia, que involucran tres categorías de actividades: PLANEACION (señale lo que no corresponde)
   a) Análisis de la información
   b) Definición de los clientes
   c) Evaluación de los clientes
   d) Establecimiento de objetivos

2. Siempre que exista un_____ (objetivo) habrá un_____ (estrategia) y para conseguir tendremos un _____(recursos)
   a) "qué" "donde" "con qué"
   b) "qué" "donde" "por qué"
   c) "qué" "cómo" "con qué"
   d) "por qué" "cómo" "qué"

3. ..... es el proceso de planear y ejecutar la concepción, fijación de precios y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan objetivos individuales y organizacionales".
   a) Operaciones
   b) Personal
   c) Finanzas
   d) Mercadotecnia

4. La Calidad y la competitividad desde el punto de vista del cliente se puede definir como el grado en que un producto o servicio sirve para su propósito, es decir, el grado en que los productos o servicios cumplen o exceden las expectativas del consumidor en cuanto a:
   a) Su desempeño a un precio dado
   b) Su ocupación a un precio adecuado
   c) Su desempeño a un precio justo
   d) Su uso a un precio acordado

5. Otra forma de incrementar el compromiso y la motivación del personal es permitir la participación de los empleados y otorgarle facultades para que puedan tomar decisiones sin consultar con el jefe inmediato.
   a) Empoderamiento
   b) Facilitador
   c) Entrenador
   d) Profesor

6. Los principios de la función de la organización son (señale la que no corresponde)
   a) Subordinación .- Remuneración
   b) Orden, equidad.- Estabilidad
   c) Centralización- descentralización
   d) preactiva.- Unión de empresas

7. La motivación negativa es con presiones y castigos y puede ser
   a) Intrínseca y extrínseca
   b) Intrínseca y sicológica
   c) Física y sicológica
   d) Física y extrínseca

8. Documento que indica la cantidad que necesitará o con lo que cuenta para llevar a cabo una actividad.
   a) Presupuesto
   b) Cronograma
   c) Programa
   d) Reglamento

9. Los principios del control son:
   a) De las normas, alteración, de armonía
   b) De las medidas, excepción, de proporción
   c) De las normas, excepción, de equilibrio
   d) De las normas, desigualdad, de medida

10. Es la capacidad de Orden que tiene un superior para con sus subordinado es también la capacidad que tiene el superior de hacerse obedecer
   a) El Mando
   b) La confianza
   c) La Dirección
   d) La organización