

.....  
firma de compromiso del estudiante”.

Renfe, desde el pasado enero, es una nueva compañía que utiliza una de las marcas más populares de España. La unión de la veterana Red Nacional de Ferrocarril Españoles, fundada en 1941, con el más moderno Gestor de Infraestructuras Ferroviarias (GIF) creado en 1997. Como consecuencia de la fusión y de manera simultánea, se produjo el inmediato nacimiento de otras corporaciones, Adif y Renfe Operadora.

1. Caso de estudio: Analizar el extracto del artículo superior y seleccionar el resultado necesario de este caso:

- Re diseñar atributos de marca
- Renovar infraestructura mobiliaria
- Re diseño de imagen
- Renovar el sistema de comunicación
- Todas las anteriores
- Ninguna de las anteriores

Los trastornos meteorológicos nos afectan cada vez más y parece que empezamos a darnos cuenta de que debemos actuar, incluso en nuestra micro escala. Tres de los grandes en energía española y actores de peso mundial se han lanzado a posicionar sus marcas en la mente del consumidor como organizaciones tremendamente sensibles con la situación del mundo. Endesa, Repsol e Iberdrola tres colosos de la energía, con tres realidades diferentes bombardean al consumidor con publicidades diarias, en una millonaria campaña por posicionar la marca con mensajes navideños y mejores deseos para el próximo año desde noviembre. Union Fenosa, una energética de menos peso ya lanzo su campaña en diciembre “Una pequeña ayuda para un mundo mejor”, potenciando el mensaje principal, que todos somos responsables de ayudar al medioambiente ahorrando energía con tan solo un click, apagando las luces; con unas originales piezas en el exterior y haciendo énfasis en la eficiencia energética.

2. Caso de estudio: Analizar el extracto del caso superior y reconocer la respuesta correcta.

- Definir el problema
- Tipo de diseño de investigación
- Estrategia corporativa
- Objetivos específicos
- Todas las anteriores
- Ninguna de las anteriores

Estudios de Mercado y Opinión señalan una serie de posibles directrices para llevar a cabo una investigación de imagen: “La investigación debe realizarse mediante simples observaciones, corta entrevista o compra de duración normal. Cualquier trabajo de seudocompra debe diseñarse y realizarse de forma que no suponga una pérdida de dinero ni de tiempo para el investigador ni el investigado. La pseudocompra puede realizarse por teléfono.”

3. Caso de estudio: Analizar el extracto del caso superior y reconocer la respuesta correcta.

- Técnicas cualitativas directas
- Técnicas cualitativas indirectas
- Técnicas cuantitativas
- Métodos estadísticos
- Todas las anteriores
- Ninguna de las anteriores

“La gestión del talento humano y del equipo humano es una ventaja competitiva clave. Para nosotros la gestión del talento implica

liderazgo, tener con nosotros sólo a los mejores, gestionar a las personas en función del negocio, fomentar el trabajo en equipo y estimular la generación de ideas”

4. Caso de estudio: Analizar el extracto del relato superior de un ejecutivo corporativo que hace referencia a:

- Ventaja competitiva
- Gestión de talento humano
- Objetivos estratégicos
- Cultura corporativa
- Todas las anteriores
- Ninguna de las anteriores

Casos como la tienda Apple Store en New York, cuya estructura es un cubo de vidrio situado en la Quinta Avenida, que además de estar bien situado y ser muy impactante, afecta positivamente a la imagen de la compañía.

5. Caso de estudio: Analizar el extracto superior y seleccionar a que hace referencia.

- Identidad Corporativa
- Diseño del Producto
- Estructuras
- Eventos
- Todas las anteriores
- Ninguna de las anteriores

Se dan en organizaciones con una figura central muy fuerte y orgullosas según la distancia al centro del poder. En el caso de Apple, el resurgimiento de la empresa a partir de 1999 se produjo alrededor de la figura de Steve Jobs.

6. Analizar el extracto superior y seleccionar la respuesta correcta:

- Cultura de la persona
- Cultura de la tarea
- Cultura de la función
- Cultura del poder
- Todas las anteriores
- Ninguna de las anteriores

El concepto de calidad es fundamental en la filosofía de la empresa, ya que es justamente la búsqueda continua de ésta lo que pone en marcha un círculo virtuoso que crea valor para todos los interlocutores implicados, desde el cultivador de café hasta el consumidor de la taza.

7. Analizar el extracto superior y seleccione la respuesta correcta

- Genera confianza en los públicos de interés para la organización
- Motiva a los integrantes de la organización.
- Asegura el éxito de la organización
- Todas las anteriores
- Ninguna de las anteriores