

## Sistemas de Información Gerencial - Examen Final

Nombre: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_

Firma \_\_\_\_\_ Código: \_\_\_\_\_

Marque o encierre en círculo la respuesta correcta (solo una), complete o indique si es falso (F) o verdadero (V) según el caso.

1. La diferencia entre MRP y MRPII :
  - a. La MRP identifica materiales específicos requeridos para producir artículos finales y la función del MRP II consiste en planear las compras necesarias de materiales para producción.
  - b. La MRP planea los Recursos de Manufactura y los MRP II logra la Planeación de materiales.
  - c. La MRP ayuda a determinar los requerimientos de materiales para producción y los MRP II la Planeación de Recursos necesarios para Manufactura.
  - d. Ninguna de las anteriores
  
2. El BOM es el listado consolidado de lo que la compañía planea producir por ítem de producto terminado, partes de reemplazo o repuestos; en cantidad y periodo de tiempo                    F                    V
  
3. Los principales propósitos de una MRP son:
  - a. Controlar los niveles de inventario, asignar prioridades operativas a los artículos y planear la capacidad para cargar el sistema de producción.
  - b. Controlar los niveles de inventario y planear la capacidad para cargar el sistema de producción.
  - c. Planear la capacidad de planta de producción y la atención al cliente.
  - d. Minimizar la inversión en inventario y planear la capacidad para cargar el sistema de producción.
  - e. Ninguna de las anteriores.
  
4. La definición de una ERP es:
  - a. Un sistema que Integra todos los procesos relevantes de una empresa con los módulos y metodologías con el mejor sistema de gestión empresarial.
  - b. Un sistema de ERP es un sistema de información integral que soporta los procesos y la administración de recursos de una organización.
  - c. Es un intento por renombrar al MRP II sin ningún cambio real en su naturaleza, mas bien, es una extensión que incorpora tecnología moderna.
  - d. El ERP es una expansión del MRP II, con nuevas aplicaciones a través de la incorporación de tecnología moderna a la empresa, como el concepto Cliente/Servidor y EDI (Intercambio de Información Electrónica), que han provisto de mayor alcance al uso de la misma filosofía.
  - e. Correctas la c y d
  - f. Todas las anteriores
  
5. Indique seis desventajas de los sistemas ERP (Enterprise Resource Planning).  
A. \_\_\_\_\_                    B. \_\_\_\_\_  
C. \_\_\_\_\_                    D. \_\_\_\_\_  
E. \_\_\_\_\_                    F. \_\_\_\_\_
  
6. Una compañía puede no tener inconveniente en cambiar sus practicas de negocios si no proveen ventajas competitivas al comprar un ERP                    F                    V
  
7. Mientras que MRP II programaría una Planta, ERP programa múltiples plantas completas, a toda la organización global.                    F                    V
  
8. En el CRM sería de gran utilidad la herramienta del datamining, que nos podría ayudar potencialmente a encontrar interesantes oportunidades de negocio.                    F                    V

9. Busca incrementar continuamente la eficiencia en la cadena de valor reduciendo simultáneamente la complejidad, aumentando la visibilidad y la velocidad.
  - a. Supply chain management
  - b. MRP
  - c. Kanban
  - d. Customer Relationship Management System
  
10. El CRM :
  - a. Se trata de un “sistema”, es decir un Software.
  - b. Lo importante es la correcta estrategia de CRM, y la redefinición de los procesos de la compañía.
  - c. Es el manejo adecuado de las relaciones con el cliente que permita a las organizaciones, identificar, atraer e incrementar la lealtad de los consumidores más rentables.
  - d. Todas son correctas.
  - e. Son correctas la b. y c.
  
11. El Marketing 1 a 1 :
  - a. Se soporta en Estrategias CRM
  - b. Se basa en la Relación Directa con los Clientes
  - c. Permite personalizar el producto, el servicio y la Oferta Comercial
  - d. Todas las anteriores
  - e. Ninguna de las anteriores
  
12. Por que aplicar Marketing 1 a 1 (ventajas) :
  - A. \_\_\_\_\_
  - B. \_\_\_\_\_
  - C. \_\_\_\_\_
  
13. Son componentes claves de la estructura CRM los Canales de distribución, que deben ser un punto activo de ofertas comerciales y recepción de Información.                    F                    V
  
14. Nace al construir conocimiento a partir de información que reside en el data warehouse, por medio de herramientas de reporte y análisis apropiadas.
  - a. Datamining
  - b. DataWarehouse
  - c. Business Intelligence
  - d. Supply Chain Management
  
15. Son componentes del Business Intelligence
  - a. Multidimensionalidad, Data mining, Agentes, Data Warehouse.
  - b. Multidimensionalidad y herramienta de minería de datos.
  - c. Multidimensionalidad y Data mining y otras aplicaciones.
  - d. Reporteo Empresarial y Análisis de Cubos.
  
16. Para tener una solución de inteligencia de negocios, lo principal es tener un excelente conocimiento del software en donde se almacena la información y conocer el formato de almacenamiento.                    F                    V
  
17. Relaciones los campos de la columna 1 con la columna 2

1. Middleware		a. Solución que soporta los cinco estilos de inteligencia de negocios, a través de una misma plataforma tecnológica.
2. BSC		b. Permite Establecer sistemas de medición.
3. e-sourcing		c. Utiliza las tecnologías de Internet para optimizar la selección de proveedores.
4. e-procurement		d. Utiliza las tecnologías de Internet para automatizar el proceso de compra. Además la empresa puede tener acceso a más proveedores

5. Data Warehouse		e. Asistir de manera programada a directivos, gerentes y supervisores, utilizando tecnologías de la información.
6. DataMining		f. Software que sirve de "pegamento" entre los procesos de la empresa y las bases de datos y aplicaciones que maneja y une todo en forma virtual.
7. Política de Inventarios		g. Sistema japonés que utiliza tarjetas con un índice de artículos, cuando la línea de producción nota una baja de inventario se anexa a una red solicitando más partes.
8. BOM		h. Factor crítico en los sistemas de planeación MRP
9. MicroStrategy		i. Es una tecnología que permite analizar grandes volúmenes de datos, organizándolos en forma de cubos multidimensionales.
10. Kanban		j. Filosofía que tiene como su objetivo la eliminación de pérdidas
11. JIT		k. Utiliza técnicas como Redes neuronales artificiales y Árboles de decisión.
12. Marketing Relacional		l. Marketing 1 a 1
13. Cross Docking		m. Representa las partes requeridas y el material usado en la manufactura de un producto al sistema MRP.
14. e-Coaching		n. Operación mediante la cual se hace un recibo centralizado a un proveedor en un solo lugar.

18. Inicialmente las tecnologías de Internet se enfocaron en este proceso electrónico, que automatizó el ciclo de órdenes de compra, entrega y pago. Las primeras soluciones de aparecieron a fines de 1996, ofreciendo gestionar vía Internet la compra de materias primas, elementos para mantenimiento y reparaciones, etcétera. Nos estamos refiriendo a:

- a. e-procurement,
- b. e-sourcing
- c. e-subastas
- d. Ninguna de las anteriores

19. El propósito de administrar la cadena de abastecimiento consiste en:

- a. Sincronizar las funciones de una empresa con las de sus proveedores
- b. Acoplar el flujo de materiales, servicios e información con la demanda del cliente
- c. Tener una integración interna, entre el área de Compras, producción y distribución.
- d. Correctas la a. y b.
- e. Ninguna de las anteriores

20. A través de la Historia de los negocios, las compañías mantienen inventario. A que se debe principalmente este hecho y que sistema de información cree que puede utilizar para solucionarlo?

---



---



---



---



---



---



---



---

21. Dibuje la cadena de abastecimiento y sus grados de integración.