

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 MRP II :
 - 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. La BOM representa la lista de productos terminados que ingresan al área de manufactura como requerimiento del sistema MRP. F V

3. Just in time es una filosofía que tiene como objetivo principal :

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.
 - e. Correctas la c y d
 - f. Todas las anteriores

5. Indique cuatro desventajas de los sistemas ERP (Enterprise Resource Planning).

A. _____ B. _____

C. _____ D. _____

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.
- Supply chain management
 - MRP
 - Kanban
 - Customer Relationship Management System
10. El CRM :
- Se trata de un “sistema”, es decir un Software.
 - Lo importante es la correcta estrategia de CRM, y la redefinición de los procesos de la compañía.
 - 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.
 - Todas son correctas.
 - Son correctas la b. y c.
11. El Marketing 1 a 1 :
- Se soporta en Estrategias CRM
 - Se basa en la Relación Directa con los Clientes
 - Permite personalizar el producto, el servicio y la Oferta Comercial
 - Todas las anteriores
 - Ninguna de las anteriores
12. Explique cuatro ventajas de aplicar El Marketing 1 a 1
- _____
 - _____
 - _____
 - _____
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. El Marketing Masivo hoy en día, es un proceso formal y estandarizado de retroalimentación, permite ofrecer productos y servicios que respondan a las necesidades expresadas por los clientes. F V
15. Nace al construir conocimiento a partir de información que reside en el data warehouse, por medio de herramientas de reporte y análisis apropiadas.
- Datamining
 - DataWarehouse
 - Business Intelligence
 - Supply Chain Management
16. Son componentes del Business Intelligence
- Multidimensionalidad, Data mining, Agentes, Data Warehouse.
 - Multidimensionalidad y herramienta de minería de datos.
 - Multidimensionalidad y Data mining y otras aplicaciones.
 - Reporteo Empresarial y Análisis de Cubos.

17. 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

18. 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

19. Que puede hacer Business Intelligence?

a. -

b. -

c. -

d. -

20. Relaciones los campos de la columna 1 con la columna 2

1. DataMining		a. Solución que soporta los cinco estilos de inteligencia de negocios, a través de una misma plataforma tecnológica.
2. Data Warehouse		b. Representa las partes requeridas y el material usado en la manufactura de un producto al sistema MRP.
3. Política de Inventarios		c. Conjunto de procesos de pensamiento que utiliza la lógica de la causa y efecto para entender lo que sucede y así encontrar maneras de mejorar.
4. BOM		d. Factor crítico en los sistemas de planeación MRP
5. TOC		e. Es una tecnología que permite analizar grandes volúmenes de datos, organizándolos en forma de cubos multidimensionales.
6. Marketing Relacional		f. Utiliza técnicas como Redes neuronales artificiales y Árboles de decisión.
7. MicroStrategy		g. Es una filosofía y un programa continuo.
8. JIT		h. Marketing 1 a 1

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

