



IB DIPLOMA PROGRAMME
PROGRAMME DU DIPLÔME DU BI
PROGRAMA DEL DIPLOMA DEL BI

M07/3/BUSMT/SP1/SPA/TZ0/XX



22075029

EMPRESA Y GESTIÓN
NIVEL MEDIO
PRUEBA 1

Jueves 17 de mayo de 2007 (tarde)

1 hora 30 minutos

INSTRUCCIONES PARA LOS ALUMNOS

- No vuelva esta página hasta que se lo autoricen.
- Lea con atención el estudio de caso y luego conteste todas las preguntas.

1. (a) Elabore un organigrama de *Gladrags Ltd*, en el que se identifique claramente la responsabilidad funcional de cada persona. [6 puntos]
 - (b) Con referencia al organigrama, defina los términos que siguen:
 - (i) *cadena de mando* [2 puntos]
 - (ii) *ámbito de control*. [2 puntos]
 - (c) Anjay desea modificar la organización, de modo tal que la estructura sea más plana. Discuta la razón del cambio, y argumente el caso utilizando la teoría de la motivación según resulte pertinente. [10 puntos]
 2. (a) Analice las diferencias entre el marketing de ropa bajo la marca familiar *Gladrags* y el marketing de la marca individual “Sassy”. [8 puntos]
 - (b) Utilizando la matriz de Ansoff, proponga una estrategia de marketing futura para *Gladrags Ltd*. [8 puntos]
 3. Tomando como base cuatro índices, discuta de qué modo se ha modificado la situación financiera de *Gladrags Ltd* entre los años 2004 y 2006 [12 puntos]
 4. Después de la reunión de la junta directiva (*línea 173*), se adoptaron las siguientes decisiones:
 - tomar como objetivo el mercado europeo
 - producir la marca *Gladrags* en Vietnam, y la marca “Sassy”, en Gran Bretaña.

Justifique ambas decisiones ante los grupos de intereses. Para respaldar su respuesta, aplique el análisis PEST que se proporciona en el estudio de caso. [12 puntos]
-