

## Anexo 2

### Pruebas para la obtención de títulos de Técnico y Técnico Superior

#### MODELO PARA LA ELABORACIÓN DE LAS PRUEBAS

##### Convocatoria correspondiente al curso 2021-2022

(Resolución de 3 de diciembre de 2021 de la Dirección General de Educación Secundaria, Formación Profesional y Régimen Especial)

DATOS DEL ASPIRANTE			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I. N.I.E. o Pasaporte:	Fecha:	

Código del ciclo: <b>COM M01</b>	Denominación completa del título: <b>TÉCNICO EN ACTIVIDADES COMERCIALES</b>
Clave o código del módulo: <b>1226</b>	Denominación completa del módulo profesional: <b>MARKETING EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL</b>

INSTRUCCIONES GENERALES PARA LA REALIZACIÓN DE LA PRUEBA
<ul style="list-style-type: none"> <li>La prueba tendrá una duración máxima de una hora y treinta minutos.</li> <li>No es necesario ningún material ni documentación.</li> <li>Se aconseja realizar una lectura minuciosa y detallada de las cuestiones planteadas.</li> <li>La prueba se entrega grapada y no se facilitan folios sueltos.</li> <li>Es necesario cumplimentar los datos del aspirante antes del examen y firmar en todas las hojas que se entreguen.</li> <li>Antes de entregar la prueba es necesario mostrar el DNI al profesor examinador.</li> <li>Las respuestas se deben escribir con tinta indeleble, que no sea roja.</li> <li>Si se ha de rectificar una respuesta, trazar un aspa o tachar con una línea horizontal. No utilizar líquido corrector (Tippex)</li> <li>No se resuelven dudas, cualquier consideración o interpretación que se quiera que se tenga en cuenta se hará constar junto al enunciado.</li> <li>No se permite el uso de ningún tipo de dispositivo electrónico.</li> </ul>

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN Y VALORACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> <li>La prueba consta de diferentes cuestiones teórico-prácticas.</li> <li>La valoración de cada cuestión figura junto a su enunciado.</li> <li>La puntuación máxima de cada cuestión se obtiene si la respuesta es correcta y completa.</li> <li>La puntuación total de la prueba es de diez puntos.</li> <li>La calificación mínima necesaria para considerar el ejercicio aprobado es de cinco puntos.</li> </ul>

(1) Consígnense las denominaciones exactas y los códigos reflejados en el Anexo 3.a o 3.b de las presentes instrucciones.

CALIFICACIÓN
.....

DATOS DEL ASPIRANTE			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I. N.I.E. o Pasaporte:	Fecha:	

**1ª PARTE: Identificación del concepto de marketing y su utilidad en la actividad comercial, analizando sus principales funciones en las empresas y organizaciones. (0,5 PUNTOS)**

Ejercicio 1 (0,25 puntos) : Enumere las principales diferencias entre una organización con orientación hacia el producto y una organización orientada hacia la competencia, en relación a los aspectos que caracterizan las políticas del marketing mix de ambas.

Ejercicio 2 (0,25 puntos) : Explique brevemente las distintas tipologías de organización en las que se puede estructurar el departamento de marketing a nivel empresarial



DATOS DEL ASPIRANTE			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I. N.I.E. o Pasaporte:	Fecha:	

**2ª PARTE: Caracterización del mercado y el entorno de la empresa, analizando los principales factores que los conforman y su influencia en la aplicación de las acciones de marketing. (1 PUNTO)**

Ejercicio 3 (0,3 puntos) : Analice las vertientes a considerar en el entorno del marketing e identifique el grado de control que la organización tiene sobre ellas.

Ejercicio 4 (0,3 puntos): Enumere los distintos agentes que conforman el microentorno de una organización.

Ejercicio 5 (0,4 puntos): Describa las distintas categorías en las que se pueden agrupar las motivaciones de compra de los consumidores, desde una perspectiva el marketing.

DATOS DEL ASPIRANTE			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I. N.I.E. o Pasaporte:	Fecha:	

**3ª PARTE: Determinación del proceso de investigación comercial y el sistema de información de marketing, analizando las técnicas y los procedimientos aplicables para su desarrollo. (1,5 PUNTOS)**

Ejercicio 6 (0,5 puntos): Realice una breve descripción de los distintos criterios de segmentación existentes, atendiendo a la metodología de medición de las variables y las características analizadas; exponiendo las principales ventajas e inconvenientes que presenta cada uno de los grupos contemplados

Ejercicio 7 (0,25 puntos): Enumere las características esenciales y comunes a todos los sistemas de información de mercados.

Ejercicio 8 (0,5 puntos): ¿Qué subsistemas de un sistema de información de mercados son los responsables de la obtención y gestión de los datos procedentes del microentorno y del macroentorno de la organización?.

Ejercicio 9 (0,25 puntos): Resuma las principales diferencias entre la investigación cualitativa y cuantitativa

DATOS DEL ASPIRANTE			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I. N.I.E. o Pasaporte:	Fecha:	

**4ª PARTE: Definición de las políticas aplicables al producto o servicio, adecuándolo a las necesidades y perfil de los clientes y a las tendencias del mercado. (1,5 PUNTOS)**

Ejercicio 10 (0,5 puntos): Clasifique los distintos productos atendiendo a su naturaleza y atendiendo a su uso o destino

Ejercicio 11 (0,5 puntos): Describa las estrategias de aplicación específica al marketing de servicios.

Ejercicio 12 (0,5 puntos): Defina cada uno de los elementos fundamentales que condicionan la composición y dimensión de la cartera de productos de una organización.

DATOS DEL ASPIRANTE			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I. N.I.E. o Pasaporte:	Fecha:	

**5ª PARTE: Determinación del método de fijación del precio de venta del producto/servicio. (1,5 PUNTOS)**

Ejercicio 13 (0,5 puntos): Describa aquellos factores que influyen en la determinación de la elasticidad demanda-precio de un producto o servicio

Ejercicio 14 (0,5 puntos): Atendiendo a las estrategias de fijación de precios para líneas de productos. ¿Cuál es la principal diferencia entre la estrategia de precios opcionales y la de precios cautivos?.

Ejercicio 15 (0,5 puntos): La empresa IDEA S.L., dedicada a la producción y comercialización de productos de decoración ha fabricado 32.400 elementos, soportando costes variables unitarios de 26,28 € y unos costes fijos de 420.000 €. Calcule: coste unitario del producto. Precio de venta del producto, si se desea una margen comercial del 40%. Umbral de rentabilidad a partir del precio establecido.

DATOS DEL ASPIRANTE			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I. N.I.E. o Pasaporte:	Fecha:	

**6ª PARTE: Selección de la forma y el canal de distribución del producto o línea de productos, considerando los tipos de intermediarios que intervienen y las funciones que desarrollan. (1,5 PUNTOS)**

Ejercicio 16 (0,5 puntos): Describa las distintas formas de intermediación comercial existentes, detallando sus características diferenciales

Ejercicio 17 (0,5 puntos): ¿Qué ventajas e inconvenientes presenta la utilización de intermediarios en el proceso de comercialización para una entidad fabricante?

Ejercicio 18 (0,5 puntos): Detalle las posibles estrategias de cobertura de mercado que puede llevar a cabo una organización en su actividad comercial

DATOS DEL ASPIRANTE			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I. N.I.E. o Pasaporte:	Fecha:	

**7ª PARTE: Identificación de las acciones y técnicas que integran la política de comunicación de la empresa. (1,5 PUNTOS)**

Ejercicio 19 (0,5 puntos): Detalle cada una de las etapas de un proceso estructurado de comunicación comercial

Ejercicio 20 (0,5 puntos): Identifique las distintas tipologías de publicidad atendiendo a su contenido.

Ejercicio 21 (0,5 puntos): Clasifique las distintas tipologías de relaciones públicas, atendiendo a las personas destinatarias de la comunicación



DATOS DEL ASPIRANTE			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I. N.I.E. o Pasaporte:	Fecha:	

**8ª PARTE: Secuenciación del proceso de planificación comercial, identificando las fases o etapas del plan de marketing. (1 PUNTO)**

Ejercicio 21 (0,5 puntos): Detalle la metodología de diseño de las previsiones de ventas de la organización para su inclusión en el plan de marketing

Ejercicio 22 (0,5 puntos): Describa las distintas categorías de objetivos a partir de las cuales se establecerán las estrategias y acciones de un plan de marketing

DATOS DEL ASPIRANTE			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I. N.I.E. o Pasaporte:	Fecha:	