

Anexo 2

Pruebas para la obtención de títulos de Técnico y Técnico Superior

MODELO PARA LA ELABORACIÓN DE LAS PRUEBAS

Convocatoria correspondiente al curso 2023-2024

(Resolución de 29 de diciembre de 2023 de la Dirección General de Educación Secundaria, Formación Profesional y Régimen Especial)

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

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

INSTRUCCIONES GENERALES PARA LA REALIZACIÓN DE LA PRUEBA

- La prueba tendrá una duración máxima de una hora y treinta minutos.
- No utilizar recursos ni material de consulta (salvo los expresamente autorizados).
- Se aconseja realizar una lectura minuciosa y detallada de las cuestiones planteadas.
- La prueba se entrega grapada y no se facilitan folios sueltos.
- Es necesario cumplimentar los datos del aspirante antes del examen y firmar en todas las hojas que se entreguen.
- Antes de entregar la prueba es necesario mostrar el DNI al profesor examinador.
- Las respuestas se deben escribir con tinta indeleble, que no sea roja.
- Si se ha de rectificar una respuesta, trazar un aspa o tachar con una línea horizontal. No utilizar líquido corrector (Tippex).
- No se resuelven dudas, cualquier consideración o interpretación se hará constar junto al enunciado.
- No se permite el uso de ningún tipo de dispositivo electrónico.

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN Y VALORACIÓN

- La prueba consta de diferentes cuestiones teórico-prácticas.
- La valoración de cada cuestión figura junto a su enunciado. La puntuación máxima de cada cuestión se obtiene si la respuesta es correcta y completa.
- La puntuación total de la prueba es de diez puntos.
- La calificación mínima necesaria para considerar el ejercicio aprobado es de cinco puntos.

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

CALIFICACIÓN

.....



La autenticidad de este documento se puede comprobar en www.madrid.org/csv mediante el siguiente código seguro de verificación: **0945626518167810595445**



Comunidad de Madrid

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): Defina el concepto de marketing.

Ejercicio 2 (0,25 puntos): Describa los distintos tipos de marketing.

.



DATOS DEL ALUMNO			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I./ N.I.E.	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 (1 punto): Explique cada uno de los factores del microentorno y macroentorno de la empresa.



DATOS DEL ALUMNO			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I./ N.I.E.	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 4 (0,75 puntos): Explique en qué consiste cada uno de los tipos de estrategias de segmentación.

Ejercicio 5 (0,75 puntos): Enumere y comente las fases de la investigación comercial.



Comunidad de Madrid

DATOS DEL ALUMNO			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I./ N.I.E.	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 6 (0,5 puntos) Defina cada uno de los atributos del producto.

Ejercicio 7 (0,5 puntos): Describa las características de cada una de las etapas del ciclo de vida del producto e identifique las posibles estrategias a adoptar en cada una de ellas.



Comunidad de Madrid

DATOS DEL ALUMNO			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I./ N.I.E.	Fecha:	

Ejercicio 8 (0,5 puntos): Explique en qué consiste el análisis de la cartera producto-mercado BCG.



DATOS DEL ALUMNO			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I./ N.I.E.	Fecha:	

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

Ejercicio 9 (0,5 puntos): Analice los factores internos y externos a la empresa que influyen en el precio de un producto

Ejercicio 10 (0,5 puntos): Determine el precio de venta de un producto cuyos costes fijos totales ascienden a 3.550 euros, el coste variable unitario es de 35 euros y desea obtener un margen de beneficio del 18% sobre el coste. La empresa espera vender 500 unidades. (Calcule el precio sin IVA)

Ejercicio 11: La empresa "Bella, S.A." tiene entre sus objetivos el de alcanzar un beneficio de 215.000 € anuales para el año 2024. Los costes fijos anuales se estiman en 343.000 € y el coste variable unitario en 350 €/unidad. La empresa tiene previsto alcanzar unas ventas de 2.232 unidades.

- Calcule el precio de venta para alcanzar el beneficio indicado (0,25 puntos).
- Determine el volumen de producción con el que la empresa comienza a obtener beneficios (0,25 puntos)



DATOS DEL ALUMNO			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I./ N.I.E.	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 12 (0,5 puntos): Indique las funciones que cumplen los intermediarios en el canal de distribución.

Ejercicio 13 (0,5 puntos) Explique los distintos tipos de intermediarios.



Comunidad de Madrid

DATOS DEL ALUMNO			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I./ N.I.E.	Fecha:	

Ejercicio 14 (0,5 puntos): Explique los distintos métodos de venta.



Comunidad de Madrid

DATOS DEL ALUMNO			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I./ N.I.E.	Fecha:	

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

Ejercicio 15 (0,5 puntos): Describa cada una de las herramientas de comunicación comercial.

Ejercicio 16 (0,5 puntos): Identifique y comente las técnicas de promoción de ventas más utilizadas por las empresas de distribución.



Comunidad de Madrid

DATOS DEL ALUMNO			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I./ N.I.E.	Fecha:	

Ejercicio 17 (0,5 puntos): Explique brevemente en qué consiste cada una de las herramientas de relaciones públicas.



Comunidad de Madrid

DATOS DEL ALUMNO			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I./ N.I.E.	Fecha:	

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

Ejercicio 18 (1 punto): Detalle la estructura del plan de marketing.