

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: 1231	Denominación completa del módulo profesional: DINAMIZACIÓN EN EL PUNTO DE VENTA

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**



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

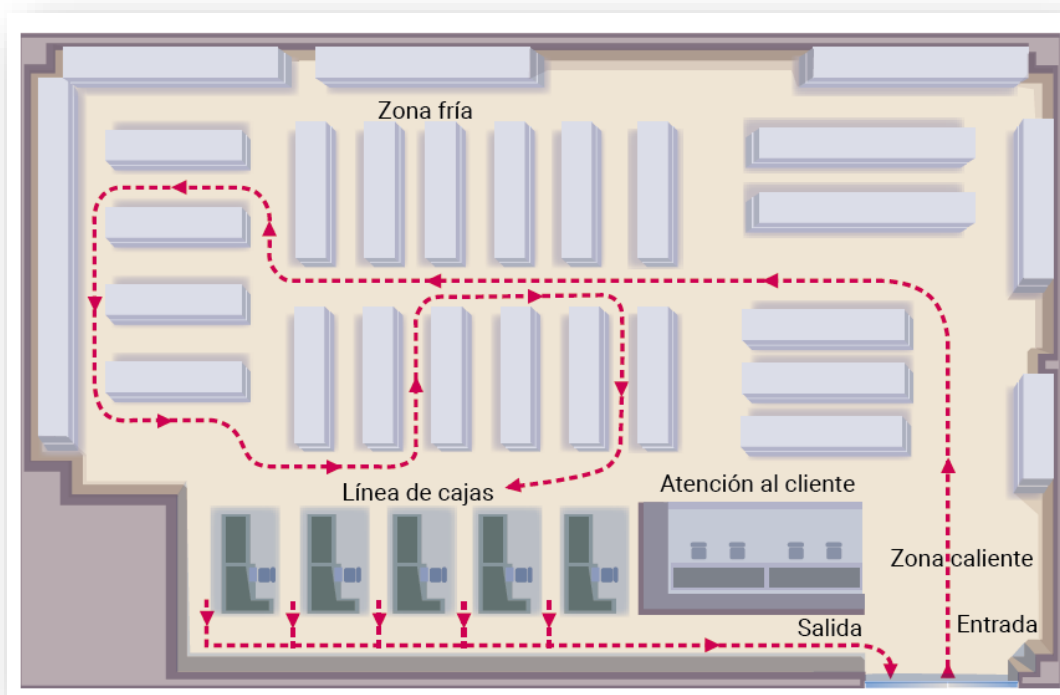
➔ RA 1. Organiza la superficie comercial, aplicando técnicas de optimización de espacios y criterios de seguridad e higiene. **1,5 puntos**

Sobre la superficie rectangular de un hipotético hipermercado, realiza las siguientes implantaciones y explica las razones que te han llevado a elegir sus ubicaciones:

Secciones de productos de:

- ☐ Primera necesidad. (0,25 puntos)
- ☐ Compra reflexiva como electrodomésticos. (0,25 puntos)
- ☐ Compra impulsiva. (0,25 puntos)
- ☐ Productos estacionales. (0,25 puntos)
- ☐ Productos de baja rotación. (0,25 puntos)

¿Qué tipo de distribución en planta se observa en la imagen? (0,25 puntos)





Comunidad de Madrid

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

- ➔ **RA 2.** Coloca, expone y repone los productos en la zona de venta, atendiendo a criterios comerciales, condiciones de seguridad y normativa vigente. **1,5 puntos**

EJERCICIO 1

Teniendo el número de unidades vendidas y el Beneficio Directo del Producto de cada una de las referencias, se pide:

- ☐ Realizar la clasificación de estas según la matriz portfolio, matriz de merchandising o matriz BCG. (1 punto)
- ☐ Comentar las estrategias de actuación que se deben seguir con cada una de las referencias. (0,5 puntos)

Referencias	lcv-70	cva-71	cvn-73	scv-78	mcv-83	Valores medios
BDP	2,13 €	0,75 €	0,44 €	0,85 €	2,34 €	1,30 €
Número de unidades vendidas	407	323	200	189	575	338,8



Comunidad de Madrid

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

➔ **RA 3. Realiza trabajos de decoración, señalética, rotulación y cartelería, aplicando técnicas de publicidad y animación en el punto de venta. 0,25 puntos**

- ☐ Los carteles son soportes publicitarios que contienen algún tipo de mensaje visual. Teniendo en cuenta la finalidad que persiguen podemos encontrarnos con varios tipos. Se pide indicar 2. (0,25 puntos)



Comunidad de Madrid

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

➡ **RA 4.** Realiza los escaparates adecuados a las características esenciales de los establecimientos y cuida los elementos exteriores, aplicando técnicas profesionales. **2 puntos**

- ☐ La improvisación de un escaparate puede limitar la disponibilidad de medios, así como ocasionar un aumento de los costes. Enumera 8 aspectos que el equipo creativo de visual merchandising debe contemplar a la hora de planificar el escaparate. (0,8 punto)



Comunidad de Madrid

- ☐ Teniendo en cuenta los criterios de clasificación fondo, ubicación y finalidad. ¿Qué tipos de escaparates se perciben en las siguientes imágenes? (0,2 + 0,2 + 0,3 puntos)



--	--	--	--	--	--



--	--	--	--	--	--



- ☐ Se pide indicar 5 técnicas de escaparatismo o reglas de oro que claramente se observa que se cumplen. (0,5 puntos)



Comunidad de Madrid

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

- ➔ **RA 5.** Determina acciones promocionales para rentabilizar los espacios de establecimientos comerciales, aplicando técnicas para incentivar la venta y para la captación y fidelización de clientes.

2,25 puntos

EJERCICIO

La venta media mensual que ha efectuado un determinado producto durante el ejercicio anterior alcanza las 97 unidades físicas, siendo el beneficio por unidad de 9,64 €. El establecimiento comercial se plantea la realización de una acción promocional con un tiempo de vigencia de un mes. Utiliza la reducción del precio con un coste de 4,5 €/u. También sabemos que la empresa llevará a cabo una campaña de publicidad en radio local, a través de cuñas publicitarias, con el fin de comunicar dicha acción. El coste de la misma asciende a 463 €.

Se pide:

- ☐ Calcular el punto crítico de la acción promocional. (0,5 puntos)
- ☐ ¿Qué interpretación se le da al mismo? (0,25 puntos)

Sabemos que las promociones pueden jugar un papel especialmente importante en la optimización de los resultados de un negocio.

Se pide indicar:

- ☐ Tipo de promociones.
- ☐ Características.
- ☐ Objetivos persiguen. (1,5 puntos)





Por solo
3,95€

Llévate con
woman
madame
el nuevo
Advanced Night Repair de
Estée Lauder

LO BUENO
DE **CELEBRAR**,
ES HACERLO
CONTIGO

2013 20º aniversario

DURANTE
20 DÍAS,
20 CHEQUES
REGALO AL DÍA

En nuestros 20 años, tenemos muchas sorpresas para ti.
Desde el 25 de octubre hasta el 16 de noviembre podrás participar en
"el dado de los 20", 20 Cheques Regalo diarios y muchos premios más.

De lunes a sábado de 11:30h a 13:30h y de 18:00h a 21:00h juega,
gana y diviértete! simplemente presentando un ticket de compra del día,
igual o superior a 10€.

DOLCE VITA
GRAN MANZANA



Comunidad de Madrid

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

- ➔ RA 6. Aplica métodos de control de acciones de merchandising, evaluando los resultados obtenidos. **2,5 puntos**

EJERCICIO 1

Se presentan datos sobre las ventas semanales de varias referencias pertenecientes a la familia de protectores solares faciales. Estas se disponen, siguiendo una implantación horizontal, en un mueble expositor tipo góndola, de 90 cm de altura, 3 niveles y 85 cm de profundidad.

Tipo impositivo IVA cremas solares 21 %.

			Góndola cm	Altura Profundidad	90 85		
Referencias	PVP	Pc	Unidades semanales	Lineal a ras de suelo (cm)	Stock inicial (unidades)	Stock final (unidades)	
lcv-70	3,45 €	2,13 €	407	122	33	45	
cva-71	2,99 €	1,87 €	323	89	97	55	
cvn-73	2,80 €	1,67 €	200	66	57	75	
scv-78	3,55 €	2,85 €	189	30	42	45	
mcv-83	1,80 €	0,57 €	575	133	75	74	

Se pide:

Calcular e **interpretar** los siguientes índices y variables:

- ☐ Ventas. (0,25 puntos)
- ☐ Beneficio Bruto. (0,25 puntos)
- ☐ Índice de lineal según ventas. (0,5 puntos)
- ☐ Índice de rotación. (0,25 puntos)
- ☐ Rentabilidad del lineal. (0,5 puntos)
- ☐ Rentabilidad comparada. (0,5 puntos)

Si se realizara el análisis del índice de Lineal según beneficio, ¿se observarían las mismas conclusiones que las obtenidas con el IL según ventas? (0,25 puntos)



Comunidad de Madrid

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