

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 S03	Denominación completa del título: TÉCNICO SUPERIOR EN GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES
Clave o código del módulo: 0927	Denominación completa del módulo profesional: GESTIÓN DE PRODUCTOS Y PROMOCIONES 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:	

1ª PARTE Determina la dimensión del surtido de productos, definiendo el posicionamiento estratégico para conseguir la gestión óptima del establecimiento. (TOTAL: 3 puntos)

Ejercicio 1

Defina el concepto de coeficiente de ocupación del suelo e indique cómo se calcula. (0,5 puntos)

Ejercicio 2

Analice la repercusión que tiene en el punto de venta obtener un coeficiente de ocupación del suelo bajo o alto. (0,5 puntos)





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

Ejercicio 3

Una cadena minorista que se dedica a la comercialización de juguetes en régimen de libre servicio desea conocer si puede mejorar la gestión del espacio disponible en sus establecimientos para la exposición y asignación de lineal a los distintos productos que pone a la venta.

Divide su espacio comercial en cuatro secciones que son las siguientes: juguetes, bebés, aire libre y outlet. El análisis se hará en un establecimiento de la cadena que dispone en total de 200 metros de lineal al ras del suelo y en el que hasta este momento se ha estado asignando a cada una de las secciones los mismos metros de lineal al ras del suelo.

Se dispone de los resultados de ventas y beneficio bruto de este establecimiento obtenidos en el último semestre para cada una de las secciones:

Sección	Ventas (en euros)	Beneficio Bruto (en euros)
Juguetes	8.000	4.800
Bebés	6.000	4.000
Aire libre	3.200	2.000
Outlet	1.200	800

- Realice un nuevo reparto del lineal al ras del suelo entre las cuatro secciones en función de sus ventas y analice los resultados obtenidos. (1 punto)
- Haga lo mismo que en el apartado anterior, pero ahora en función del beneficio bruto. (1 punto)



Comunidad de Madrid

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



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

2ª PARTE Determina el procedimiento de implantación del surtido de productos en los lineales según criterios comerciales, optimizando las operaciones de mantenimiento y reposición. (TOTAL: 2 PUNTOS)

Ejercicio 4

Explique la ubicación de los productos en el lineal en función de la rotación del producto y en función del margen comercial (1 punto).

Ejercicio 5 (1 punto)

El lineal asignado al tomate frito en un supermercado se compone únicamente de 3 referencias, Ref. 2001, Ref. 2002 y Ref.2003, cuyas ventas son las siguientes:

Ref.	Ventas medias semanales
2001	50 unidades
2002	30 unidades
2003	20 unidades

Analice la repercusión en las ventas si se realizaran los siguientes cambios en el lineal y compare los resultados obtenidos en las dos opciones:

Opción 1		
Referencia	Nivel actual	Nuevo nivel
Ref. 2001	Ojos	Suelo
Ref. 2002	Manos	Ojos
Ref. 2003	Suelo	Manos

Opción 2		
Referencia	Nivel actual	Nuevo nivel
Ref. 2001	Ojos	Suelo
Ref. 2002	Manos	Manos
Ref. 2003	Suelo	Ojos

Información adicional:

Un estudio realizado por varios autores calcula las variaciones en las ventas de los productos cuando se les mueve de una altura a otra. A este respecto, las conclusiones obtenidas son la siguientes:

- Cuando se sube un producto del nivel suelo al nivel manos las ventas se incrementan un 34%.
- Cuando se sube un producto del nivel manos al nivel ojos las ventas se incrementan un 63%
- Cuando se sube un producto del nivel suelo al nivel ojos las ventas se incrementan un 78%
- Cuando se baja un producto del nivel ojos al nivel manos las ventas se reducen un 20%.
- Cuando se baja un producto del nivel ojos al nivel suelo las ventas se reducen un 33%.
- Cuando se baja un producto del nivel manos al nivel suelo las ventas se reducen un 40%.



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



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

3ª PARTE: Calcula la rentabilidad de la implantación del surtido, analizando y corrigiendo las posibles desviaciones sobre los objetivos propuestos (TOTAL: 1 PUNTO).

Ejercicio 6

Identifique y explique cuatro instrumentos de control cuantitativo utilizados para valorar de forma periódica la implantación de los productos. (0,25 puntos por identificar y explicar cada instrumento).



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

4ª PARTE: Diseña acciones promocionales en el punto de venta, aplicando técnicas de merchandising adecuadas (TOTAL: 1 PUNTOS)

Ejercicio 7

Identifique cuatro tipos de acciones promocionales en el punto de venta y explique en qué consisten. (0,25 puntos por cada tipo).



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

5ª PARTE: Determina los procedimientos de selección y formación del personal de promoción en el punto de venta, definiendo el perfil del candidato y las acciones formativas según el presupuesto disponible (TOTAL: 2 PUNTOS)

Ejercicio 8

Enumere los diferentes tipos de clientes según su fidelidad. Explique las características de cada uno de ellos y analice la adecuada atención que hay que proporcionarles y de qué manera su grado de satisfacción puede afectar a la empresa. (0,5 puntos por cada uno de los tipos)



Comunidad de Madrid

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

6ª PARTE Controla la eficiencia de las acciones promocionales, adoptando medidas que optimicen la gestión de la actividad. (TOTAL: 1 PUNTO)

Ejercicio 9

Explique dos criterios de control de las acciones promocionales. (1 punto)