

## 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: <b>COM S03</b>	Denominación completa del título: <b>TÉCNICO SUPERIOR EN GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES</b>
Clave o código del módulo: <b>1010</b>	Denominación completa del módulo profesional: <b>INVESTIGACIÓN COMERCIAL</b>

#### 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](http://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.- Analiza las variables del mercado y del entorno de la empresa u organización, valorando su influencia en la actividad de la empresa y en la aplicación de las diferentes estrategias comerciales. (TOTAL: 1,5 PUNTOS)**

Ejercicio 1. Analice los efectos de los factores del macroentorno en la actividad comercial de la empresa. (0,75 puntos)

Ejercicio 2. Describa el impacto de las variables que conforman el microentorno en la actividad comercial de la empresa. (0,75 puntos)





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

**2ª PARTE.- Configura un sistema de información de marketing (SIM) adaptado a las necesidades de información de la empresa, definiendo las fuentes de información, los procedimientos y las técnicas de organización de los datos. (TOTAL: 1 PUNTO)**

Ejercicio 3. Clasifique la información en función de su naturaleza, del origen o procedencia de los datos y de la disponibilidad de los mismos. (1 punto)



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

**3ª PARTE.- Elabora el plan de la investigación comercial, definiendo los objetivos y finalidad del estudio, las fuentes de información y los métodos y técnicas aplicables para la obtención, tratamiento y análisis de los datos. (TOTAL: 1 PUNTO)**

Ejercicio 4. Explique en qué consiste cada una de las fases del proceso de investigación comercial. (1 punto).



## Comunidad de Madrid

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

**4ª PARTE.- Organiza la información secundaria disponible, de acuerdo con las especificaciones y criterios establecidos en el plan de investigación, valorando la suficiencia de los datos respecto a los objetivos de la investigación. (TOTAL: 0,5 PUNTOS)**

Ejercicio 5. Indique una fuente de información secundaria interna y otra secundaria externa. Explique en qué consiste cada una de ellas. (0,5 puntos).



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

**5ª PARTE.- Obtiene información primaria de acuerdo con las especificaciones y criterios establecidos en el plan de investigación, aplicando procedimientos y técnicas de investigación cualitativa y/o cuantitativa para la obtención de datos. (TOTAL: 1 PUNTO)**

Ejercicio 6.

a) Indique dos técnicas primarias cualitativas y dos técnicas primarias cuantitativas. (0,25 puntos)

b) Explique en qué consiste cada una de las técnicas mencionadas en el apartado anterior. (0,5 puntos)

c) Exponga una aplicación de cada una de las técnicas explicadas anteriormente en el mundo del marketing. (0,25 puntos)



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

**6ª PARTE.- Determina las características y el tamaño de la muestra de la población objeto de la investigación, aplicando técnicas de muestreo para la selección de la misma. (TOTAL: 2 PUNTOS)**

Ejercicio 7. En una ciudad de 250.000 habitantes, se desea efectuar un estudio para conocer la proporción de hogares que disponen de conexión a Internet. Para ello, se va a realizar una encuesta telefónica, en la que se planteará a los encuestados una pregunta de respuesta dicotómica, en la que deberán responder si disponen o no en su casa de conexión a Internet. Respecto a la proporción de hogares que disponen de conexión a Internet, no existe pretest ni estudio previo que nos permita calcular la dispersión, por lo que se trabajará con el supuesto de máxima dispersión de la población. El error máximo admitido es del 7 %.

Se pide: Calcular el tamaño de la muestra, para un nivel de confianza del 95,5 %. Explicar los resultados obtenidos. (1 punto)

TABLA DE APOYO AL CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA									
Grado de confianza deseado en %	99,73	99	98	96	95,5	95	90	86,64	80
Z	3,00	2,58	2,56	2,05	2,00	1,96	1,64	1,50	1,28



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

Ejercicio 8. Una empresa de bebidas energéticas desea realizar un estudio comercial. Esta empresa vende sus productos a tres tipos de clientes que clasifica en función de las ventas realizadas como grandes, medios y pequeños. El número total de clientes que tiene asciende a 22.200.

Grupos de clientes	Nº clientes/grupo
Grandes	4.800
Medios	13.200
Pequeños	4.200

Para el estudio comercial, la empresa ha estimado que necesita una muestra de 703 clientes.

Se pide:

- Determine la composición de la muestra que corresponde a los distintos estratos para un muestreo estratificado si se utiliza la afijación proporcional. (0,5 puntos)
- Determine la composición de la muestra que corresponde a los distintos estratos para un muestreo estratificado con afijación óptima, sabiendo que la desviación típica de cada estrato es de 1,6 (clientes grandes), 1,1 (clientes medios) y 0,8 (clientes pequeños). (0,5 puntos)

Nota: Deben explicarse los pasos y cálculos realizados.





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

**7ª PARTE.- Realiza el tratamiento y análisis de los datos obtenidos y elabora informes con las conclusiones, aplicando técnicas de análisis estadístico y herramientas informáticas. (TOTAL: 3 PUNTOS)**

Ejercicio 9. Se ha preguntado a 40 personas el número de componentes que forman su hogar familiar obteniéndose los siguientes resultados:

Nº de personas en el hogar	2	3	4	5	6	7
Frecuencia	4	11	11	6	6	2

Calcule e interprete los resultados:

- Media (0,75 puntos).
- Mediana (0,25 puntos).
- Moda (0,25 puntos).
- Varianza. (1 punto).
- Desviación típica. (0,75 puntos).

Nota: Deben explicarse los pasos y cálculos realizados. El resultado debe ser correcto para obtener la puntuación.



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