

# Escuela Superior de Hostelería y Turismo. Madrid

## PRUEBAS PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE TÉCNICO SUPERIOR EN FORMACIÓN PROFESIONAL

### Convocatoria correspondiente al curso 2020-2021

(Resolución de 12 de enero 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: (marcar con una X)	Denominación completa del título: (marcar con una X)
<input type="checkbox"/> HOTS01	<input type="checkbox"/> GESTIÓN DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS
<input type="checkbox"/> HOTS02	<input type="checkbox"/> AGENCIAS DE VIAJES Y GESTIÓN DE EVENTOS
<input type="checkbox"/> HOTS03	<input type="checkbox"/> GUÍA, INFORMACIÓN Y ASISTENCIAS TURÍSTICAS
Código del módulo:	Denominación completa del módulo profesional:

INSTRUCCIONES GENERALES PARA LA REALIZACIÓN DE LA PRUEBA
<ul style="list-style-type: none"><li>- Cumplimente sus datos antes del examen y firme en todas las hojas que se entreguen, el espacio reservado para ello.</li><li>- Tenga disponible el DNI, NIE o Pasaporte en la mesa.</li><li>- Antes de contestar cualquier pregunta, lea atentamente el enunciado de esta.</li><li>- La prueba consta de un total de 40 preguntas tipo test.</li><li>- Señale y escriba con tinta indeleble, que no sea roja, las respuestas.</li><li>- La contestación a cada pregunta se realiza marcando con un círculo la respuesta que considere correcta.</li><li>- Si se ha de rectificar una respuesta, trazar un aspa y volver a marcar con un círculo la opción definitiva. No utilizar líquido corrector (Tippex). La pregunta que contenga dos respuestas señaladas será anulada.</li><li>- Se utilizará solamente el papel facilitado por el examinador.</li><li>- No se puede utilizar material de consulta.</li><li>- La prueba tendrá una duración de 60 minutos.</li></ul>
CRITERIOS DE CALIFICACIÓN Y VALORACIÓN
<ul style="list-style-type: none"><li>- Cada pregunta tendrá un valor de 0,25 puntos.</li><li>- En las preguntas tipo test habrá 3 opciones de respuesta para cada pregunta, pero solamente una de ellas será la correcta.</li><li>- Las preguntas sin respuesta ni sumarán ni restarán puntuación y cada respuesta tipo test errónea se penalizará restando media pregunta acertada.</li><li>- Para superar el módulo la puntuación deberá alcanzar un mínimo de 5 puntos sobre un máximo de 10.</li></ul>

# I.E.S. ESCUELA SUPERIOR DE HOSTELERÍA Y TURISMO DE MADRID

## TURNO LIBRE

*Convocatoria año 2021*

### ***Módulo: Marketing Turístico***

**1. Para tutelar y garantizar la protección de nuestros datos en la red se creó:**

- a) Departamento Online de Policía Española
- b) El Registro General de Protección de Datos
- c) La Agencia Española de Protección de Datos

**2. El consumerismo**

- a) Busca que no dejemos de consumir, para que la rueda del capitalismo no pare y así no se estanque la economía mundial
- b) Está detrás de muchas adicciones de los consumidores
- c) Ambas respuestas anteriores son falsas

**3. Indica la frase verdadera:**

- a) El marketing NO crea necesidades, simplemente orienta los deseos y estimula la demanda.
- b) El marketing SÍ crea necesidades para, posteriormente, orientas los deseos y estimular la demanda
- c) Ambas respuestas anteriores son incorrectas

**4. Los productos y servicios turísticos poseen una serie de características; “La dificultad de estandarización de los productos y servicios “ es una implicación de la característica:**

- a) Intangibilidad
- b) Inseparabilidad y simultaneidad de producción y consumo
- c) Heterogeneidad

**5. Cuando la competencia es fuerte, al ser la oferta mayor que la demanda, en la dirección de marketing se habla de...**

- a) Enfoque de marketing social
- b) Enfoque de producto
- c) Enfoque de ventas

**6. Señala lo correcto...**

- a) El marketing sin ánimo de lucro no existe; no tendría sentido
- b) El marketing holístico excluye al marketing interno, por no tratarse de los clientes, piedra angular de todo.
- c) Las dos afirmaciones anteriores son incorrectas.

**7. Los estilos de vida pertenecen a los criterios generales de segmentación turística, concretamente a los criterios:**

- a) Objetivos
- b) Subjetivos
- c) Relativos

**8. Cuando la empresa turística ofrece productos adaptados a las necesidades de cada uno de los distintos segmentos, está utilizando, para la cobertura del mercado, la estrategia:**

- a) Estrategia holística
- b) Estrategia concentrada
- c) Estrategia diferenciada

**9. La segmentación por producto:**

- a) Incluye el ofrecer productos similares a través de “segundas marcas”
- b) Incluye ofrecer productos similares pero cuya diferencia radica en el precio
- c) Incluye analizar los distintos usos de un producto, ya que esto puede variar de un mercado a otro

**10. En la servucción:**

- a) El sistema de organización interna es un elemento no visible
- b) El personal de contacto es un elemento visible
- c) Ambas opciones anteriores son correctas

**11. Señala lo correcto...**

- a) La imagen de la empresa es cómo perciben los consumidores el producto frente a la competencia
- b) El posicionamiento es cómo los consumidores perciben el producto
- c) La imagen es cómo los consumidores perciben el producto

**12. En el ciclo de vida de un destino turístico :**

- a) La tasa de crecimiento más elevada se da en la fase de consolidación
- b) La tasa de crecimiento más elevada se da en la fase de implicación
- c) La tasa de crecimiento más elevada se da en la fase de desarrollo

**13. Señala lo correcto**

- a) Hay productos que jamás entrarán en declive
- b) En la fase de lanzamiento de un producto ya existe la competencia
- c) Las dos respuestas anteriores son falsas

**14. La marca paraguas:**

- a) Consiste en ofrecer una marca diferente para cada producto, pero con elementos en común
- b) Consiste en asignar una marca distinta a cada producto, para una mejor segmentación
- c) Las dos respuestas anteriores son falsas

**15. El precio es una variable del marketing mix que supone :**

- a) Un instrumento a corto plazo
- b) Un instrumento a medio plazo
- c) Un instrumento a largo plazo

**16. La fijación de *precios descremados* es una opción de la...**

- a) Estrategia específica de nuevos productos
- b) Estrategia de paquetes de productos
- c) Estrategia de ajuste demanda-capacidad

**17. El acercamiento de bonos y billetes, que justifican que se ha adquirido el producto turístico, se corresponde con la función de los canales de distribución denominada:**

- a) Distribución física
- b) Reducción del número de transacciones
- c) Negociación

**18. El turismo de masas utiliza, normalmente, una estrategia de distribución:**

- a) Intensiva
- b) Extensiva
- c) Retensiva

**19. Indique lo correcto:**

- a) Existe máquinas de vending, expendedoras automáticas de producto turístico
- b) Existen centrales de reserva que pertenecen a consorcios turísticos
- c) Las afirmaciones anteriores son falsas; ni una máquina no puede sustituir a una agencia de viajes ni empresas que son competencia entre sí darían jamás un servicio conjunto

**20. Si hablamos de marketing en internet, el canal cuyo objetivo es mejorar el posicionamiento de presencia de la empresa dentro de los buscadores, sin necesidad de pagar por ello es:**

- a) SMM (Social Media Marketing)
- b) SEO ( Search Engine Optimization)
- c) SEM (Search Engine Marketing)