

Pruebas para la obtención de títulos de Técnico y Técnico Superior 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 ALUMNO			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I./ N.I.E.	Fecha:	

Código del ciclo: (1) HOTS03	Denominación completa del título: (1) GUÍA, INFORMACIÓN Y ASISTENCIAS TURÍSTICAS
Clave o código del módulo: (1) 0387	Denominación completa del módulo profesional: (1) DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

INSTRUCCIONES GENERALES PARA LA REALIZACIÓN DE LA PRUEBA
<ul style="list-style-type: none"> Cumplimentar los datos del aspirante antes del examen y firmar en todas las hojas que se entreguen. Aportar DNI, NIE o PASAPORTE original. No admitiendo fotocopia del mismo. 2 bolígrafos azules indelebles (no se admitirá ningún otro color ni el uso de lapicero; así como el uso de corrector ortográfico Tipp-ex o similar). Si se ha de rectificar una respuesta, trazar un aspa y volver a escribir la opción definitiva. La pregunta que contenga dos respuestas será anulada. Se utilizará solamente el papel facilitado por el examinador. No se puede utilizar material de consulta, ni tener aparatos electrónicos inteligentes. Calculadora no programable (queda prohibida la utilización de teléfono móvil). Todos los aspirantes deberán presentarse con 15 minutos de antelación a la hora señalada en el calendario de pruebas libres para cada módulo profesional. Una vez COMENZADO el examen NO SE PERMITIRÁ LA ENTRADA DE NINGÚN CANDIDATO al aula.
CRITERIOS DE CALIFICACIÓN Y VALORACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> Examen tipo test de 40 preguntas, con “respuesta múltiple” y/o “verdadero o falso”, donde el aspirante deberá elegir la opción correcta entre cuatro respuestas posibles, (contenido teórico-práctico). Sólo se admitirá una respuesta por pregunta; invalidando aquellas respuestas que den lugar a confusión, por lo que se entenderá errónea la respuesta. El aspirante deberá contestar en la tabla final de respuestas. Solamente se corregirá esa tabla. El tiempo máximo de realización de la prueba será de 1 hora y 10 minutos. <ul style="list-style-type: none"> Cada respuesta contestada correctamente sumará 0,25. Cada respuesta contestada erróneamente restará 0,125. Las preguntas no contestadas ni suman ni restan. Una vez comenzada la prueba no se admitirá la entrada a la misma. Para superar la prueba será necesario alcanzar una puntuación igual o superior a 5.

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

CALIFICACIÓN
.....

1. **El análisis de la potencialidad turística para el desarrollo de una planificación de productos turísticos, se secuencian en el siguiente orden:**
 - a. Análisis de factores externos, inventariado de recursos turísticos y clasificación de los mismos
 - b. Clasificación de los recursos turísticos, inventariado y diagnóstico.
 - c. Diagnóstico, documentación e inventariado de los recursos turísticos
 - d. Ninguna es correcta

2. **La técnica de evaluación de los recursos turísticos que pretende medir la presencia o no de los componentes del recurso, hace referencia a la vertiente:**
 - a. Analítica del recurso
 - b. Económica
 - c. Preferencial del turista
 - d. Observacional del recurso

3. **En un modelo de ficha de un recurso turístico, el organismo responsable se engloba dentro de:**
 - a. La identificación del recurso
 - b. La valoración del recurso
 - c. Las características del recurso
 - d. El aprovechamiento o utilización del recurso

4. **Señala la respuesta CORRECTA. Atendiendo al análisis DAFO de un producto turístico:**
 - a. Las debilidades y fortalezas se extraen del análisis externo
 - b. Las amenazas y oportunidades se extraen del análisis interno
 - c. Sirve para desarrollar el plan de actuación en el desarrollo del producto
 - d. Todas son correctas

5. **¿Qué concepto hace referencia al número de personas que se necesitarán entrevistar para considerar como suficientemente representativo un estudio para el desarrollo de un producto turístico?**
 - a. Población
 - b. Segmento
 - c. Muestra
 - d. Perfil

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

6. En el análisis DAFO de la provincia de Jaén, ¿a qué aspecto hace referencia que haya una carencia de aeropuerto en la provincia?

- a. Debilidad
- b. Fortaleza
- c. Oportunidad
- d. Amenaza

7. Haciendo referencia a la oferta, los puntos de información turística se consideran:

- a. Infraestructura básica
- b. Infraestructura complementaria
- c. Recursos turísticos
- d. Ninguna es correcta

8. Señala la respuesta INCORRECTA.

- a. Los elementos que componen el producto turístico son tangibles e intangibles.
- b. Los elementos que intervienen en el producto turístico son los que por un lado hacen referencia al soporte físico que se necesita, y por otro, al elemento que presta el servicio, la acción humana más el ambiente.
- c. El producto turístico posee heterogeneidad.
- d. El producto turístico no tiene fecha de caducidad.

9. El producto al nivel esperado es aquel que incrementa la satisfacción que experimenta el cliente, que le hace sentir que se trata de un producto único, que lo diferencia de la competencia.

- a. Verdadero
- b. Falso

10. ¿Cuál es la fase del ciclo de vida de un producto en donde el producto despierta interés en el turista, lo consume y recomienda y aumenta las ventas de manera rápida?

- a. Fase inicial o de lanzamiento
- b. Fase de crecimiento
- c. Fase de madurez
- d. Fase de decadencia

11. La fase de decadencia se puede omitir cuando con el tiempo los productos se adaptan a los gustos de la demanda.

- a. Verdadero
- b. Falso

12. Hablamos de oferta turística, desde el punto de vista del destino, refiriéndonos a la experiencia, servicios y productos en sí, que se ofrecen en el propio destino

- a. Verdadero
- b. Falso

13. La investigación de mercados:

- a. Diseña, obtiene, analiza y presenta datos y descubrimientos pertinentes
- b. Desarrolla un pronóstico futuro de detección de oportunidades
- c. Realiza un estudio a nivel cliente, competidores y mercado
- d. Todas son correctas

14. ¿Qué tipo de encuesta es aquella que se utiliza cuando se quiere saber información de grupos grandes, recogiendo datos actitudinales, opiniones, intereses...?

- a. Encuesta panel
- b. Encuesta ómnibus
- c. Encuesta ad-hoc
- d. Encuesta segmentada

15. Cuando el destino deja de ser atractivo y genera menor flujo de turismo, puede provocar la destrucción de empleo, lo cual sería una consecuencia:

- a. Cultural
- b. Medioambiental
- c. Política
- d. Socioeconómica

16. En la etapa de diseño y desarrollo de bocetos y prototipos de un producto turístico también será importante la realización de un presupuesto de costes y el análisis de los precios de la competencia.

- a. Verdadero
- b. Falso

17. ¿Qué se quiere decir con la expresión tangibilizar los servicios turísticos?

- a. En un contacto por mail, aportar cercanía y profesionalidad
- b. En una agencia de viajes, atender con la vestimenta cuidada
- c. En la web de un hotel, reflejar con imágenes la realidad de las habitaciones
- d. Todas son correctas

18. ¿Cuál de los siguientes es una buena herramienta para la presentación de un producto nuevo para agencias de viajes?

- a. Brainstorming
- b. Viaje de incentivo
- c. Workshop
- d. Presstrip

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

19. ¿Cómo se denomina al concepto de creación de una marca de destino?

- a. Marketing de contenido
- b. Branding de territorios
- c. Reputación
- d. Ninguna es correcta

20. Según el modelo de creación de imagen de Baloglu y McCleary, ¿qué factores hay que tener en cuenta para la imagen del destino?

- a. Factores políticos del territorio y factores motivacionales del turista
- b. Factores personales del turista y factores de estímulo del turista
- c. Factores personales del turista y factores políticos del territorio
- d. Factores de estímulo del turista y factores económicos del territorio

21. Para la puesta en marcha de un producto turístico, se ha de:

- a. Realizar ensayos y pruebas finales para matizar puntualizaciones
- b. Integrar los productos en los canales de distribución turísticos
- c. Generar sistemas de retroalimentación
- d. Todas son correctas

22. ¿a qué concepto hace referencia la siguiente definición? Es la acción para llevar al consumidor el producto turístico para su venta.

- a. Comercialización
- b. Promoción
- c. Distribución
- d. Publicidad

23. ¿Cuál de las siguiente formas de promocionar un producto turístico implica dar una aportación económica a eventos o equipos deportivo, utilizándolo para promocionar el evento?

- a. Workshops
- b. Talleres
- c. Roadshop
- d. Patrocinio

24. ¿En qué consisten los banners publicitarios?

- a. En la creación de campañas de correo electrónico con un fuerte carácter comercial del producto turístico
- b. En la creación de elementos que se adjuntan en las webs con diferentes formatos con publicidad del producto turístico.
- c. En el posicionamiento en buscadores de manera pagada
- d. En el posicionamiento en los buscadores de manera gratuita

25. ¿Cómo se denomina al cálculo de la cota máxima de visitantes que puede tener un determinado destino turístico?

- a. Capacidad de carga
- b. Límite máximo de visitantes
- c. Capacidad de máximos
- d. Ninguna es correcta

26. Cuando el desarrollo del destino se empieza a consolidar, es cuando las visitas y los desplazamientos al lugar se empiezan a ver incrementados de manera exponencial, con el consecuente riesgo de insostenibilidad.

- a. Verdadero
- b. Falso

27. Un hotel presta el servicio de alojamiento, junto con un servicio de carta de almohadas, ¿a qué nivel de diseño del producto se encuentra?

- a. Básico
- b. Aumentado
- c. Excelencia
- d. Potencial

28. ¿Cuál de las siguientes es una técnica de dinamización de la actividad turística?

- a. El apoyo de la Administración a particulares para el emprendimiento turístico en zonas rurales
- b. La rehabilitación de viviendas para su uso turístico
- c. La a y b son correctas
- d. Ninguna es correcta

29. ¿Cómo se denomina el nuevo consumidor que participa en la compra, actúa en la acción de la misma e incluso promociona el producto, pero que no forma parte de la empresa y sus opiniones son libres?

- a. Cliente 2.0
- b. Blogguer
- c. Adprosumer
- d. Webclient

30. ¿Cuál de las siguientes es una fuente primaria de información para el análisis del potencial turístico?

- a. Trabajo de campo
- b. Periódico online
- c. Programas de desarrollo turístico
- d. Estudio de encuestas realizadas por Turespaña

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

31. Entre los aspectos específicos que recoge una ficha de inventario de un recurso turístico monumental, se encuentran:

- a. El horario
- b. El precio
- c. Las intervenciones necesarias al mismo
- d. Todas son correctas

32. Conseguir visitantes o turistas prescriptores para mantener vivo el recuerdo de quien visita el destino y conseguir que su experiencia despierte el deseo de otros es un objetivo de la puesta en marcha:

- a. A largo plazo
- b. A medio plazo
- c. A corto plazo
- d. No es un objetivo

33. Selecciona la respuesta CORRECTA

- a. Visitante es todo viajero que viaja por un periodo no inferior a un año y su motivación es turística.
- b. Visitante es todo aquel que es turista y excursionista
- c. Visitante es aquel que realizar un viaje por un periodo no superior a un año, independientemente de la motivación por la que realiza la visita.
- d. Turista es cualquier en su visita a su ciudad

34. La investigación de mercados no es un fin, es un medio para alcanzar un fin: mejorar la toma de decisiones.

- a. Verdadero
- b. Falso

35. La segmentación de los mercados trata de dividir el mercado en grupos más pequeños, pero no es relevante para el la creación de un producto turístico

- a. Verdadero
- b. Falso

36. La demanda puede estar influida por una serie de factores que la condicionan, como, por ejemplo:

- a. El poder adquisitivo del destino emisor
- b. La competencia de los destinos emisores
- c. Las modas
- d. Todas son correctas

37. Cuando la demanda aumenta:

- a. La oferta se mantiene y se produce escasez de productos turísticos
- b. La oferta se mantiene y se produce un exceso de productos turísticos
- c. Los precios que ofrecen las empresas bajan
- d. Ninguna es correcta

38. En el desarrollo de un producto se suceden unas pautas comunes, pero que tendrán una durabilidad diferente para cada producto, en función de como se gestionen factores de influencia como el dinero o la ética profesional.

- a. Verdadero
- b. Falso

39. Después de la consolidación del ciclo de vida de un destino turístico, la etapa siguiente es:

- a. De implicación
- b. De estancamiento
- c. De desarrollo
- d. De reorientación

40. Las palabras destino y territorio son separables ya que se puede pensar en el espacio físico sin pensar en el destino.

- a. Verdadero
- b. Falso

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

Número de pregunta	RESPUESTAS			
	A	B	C	D
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				
31				
32				
33				
34				
35				
36				
37				
38				
39				
40				

