



Pruebas para la obtención de títulos de Técnico Superior en Guía, Información y Asistencias Turísticas

Convocatoria correspondiente al curso 2024-2025

(Resolución de 19 de diciembre de 2024 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: HOTS03	Denominación completa del título: Técnico Superior en Guía, Información y Asistencias Turísticas
Código del módulo: 0387	Denominación completa del módulo profesional: 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.- Tener disponible el DNI en la mesa.- Señalar y escribir con tinta azul indeleble. No se puede usar lapiceros.- Si se ha de rectificar una respuesta, trazar un aspa y volver a escribir la respuesta correcta.- La pregunta que contenga dos respuestas será anulada al igual que la que no esté escrita con claridad.- No utilizar corrector (Tipp-ex o similar).- Utilizar solamente el papel facilitado por el examinador.- No se puede utilizar material de consulta ni aparatos electrónicos inteligentes.- La contestación a cada pregunta se hará en la tabla final del examen, solo se corregirá dicha tabla.- La prueba tendrá una duración total de 60 minutos.

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN Y VALORACIÓN
<ul style="list-style-type: none">- Cada pregunta tendrá un valor de 0,40 puntos.- En las preguntas tipo test habrá 4 opciones de respuesta, pero solamente una de ellas será la correcta.- Las preguntas sin respuesta ni sumarán ni restarán puntuación y cada respuesta tipo test errónea se penalizará restando media pregunta acertada. (-0,20).- Para superar el módulo la puntuación deberá alcanzar un mínimo de 5 puntos sobre un máximo de 10.

CALIFICACIÓN
.....

1. Según la OMT...

- a) Un visitante se define como la persona que viaja a un determinado destino distinto al suyo habitual por un periodo de tiempo no superior a un año y cuya finalidad principal no es el empleo por una entidad o empresa del país visitado.
- b) Un excursionista es un visitante que pernocta en la ciudad que visita.
- c) Un visitante se define como la persona que hace excursiones diarias durante su crucero.
- d) Un turista no pernocta en la ciudad que visita.

2. ¿Cuál fue una de las primeras guías de viaje de nuestro país?

- a) Guía Michelin.
- b) Lonely Planet.
- c) Codex Calixtinus.
- d) Proper Mundus.

3. ¿Qué afirmación es incorrecta?

- a) El siglo XXI presenta un cambio en la tendencia del turismo debido a un mayor poder adquisitivo.
- b) El siglo XXI presenta un cambio en la tendencia del turismo debido al aumento de calidad en servicios, alojamientos, servicios sanitarios, etc.
- c) El siglo XXI presenta un cambio en la tendencia del turismo debido a Internet.
- d) El siglo XXI presenta un cambio en la tendencia del turismo debido a los cheques de viaje.

4. ¿Qué elementos debemos analizar en un destino?

- a) Infraestructuras, recursos turísticos y servicios.
- b) Infraestructuras, sector servicios y animaciones turísticas.
- c) Recursos turísticos, animaciones turísticas y sector servicios.
- d) Sector servicios, destinos turísticos y recursos turísticos.

5. ¿Qué es el patrimonio turístico?

- a) Elemento inmaterial o actividad humana que crea un atractivo para el turismo y con ello motiva su desplazamiento.
- b) Todo elemento que se encuentra en el destino y que por sí mismo posee capacidad para atraer al turista.
- c) Conjunto de elementos materiales o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico.
- d) Todo aquello digno de ser inventariado en un museo.

6. ¿Cuál es la función de Familitur?

- a) Realiza estadísticas de movimientos en las fronteras.
- b) Realiza encuestas de gasto turístico.
- c) Realiza estadísticas de los movimientos turísticos de los españoles en el interior y el extranjero.
- d) Realiza encuestas a familias que viajan.

7. ¿Qué tipo de cuestionarios existen?

- a) Superestructurados, estructurados, no estructurados.
- b) De preguntas cortas, preguntas largas y de comprensión.
- c) Estructurados, semiestructurados y no estructurados.
- d) Estructurados y no estructurados.

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

8. Señala la afirmación incorrecta relacionada con la investigación de mercado:

- a) La información a analizar será aquella relativa a los movimientos del turista, el perfil del mismo, sus motivaciones y hábitos, la imagen percibida de la oferta, la competencia, el gasto turístico y la incidencia del turismo en la economía de la zona.
- b) La investigación de mercado debe aportar claridad al estudio de rentabilidad del proyecto turístico que se va a realizar.
- c) La información debe ayudar a detectar las necesidades del consumidor.
- d) La investigación de mercado no es necesaria si el empresario ya tiene experiencia previa en el sector turístico, ya que puede anticiparse a las necesidades del cliente sin necesidad de recopilar datos.

9. ¿Para qué se utiliza la investigación de mercado en turismo?

- a) Para conocer los hábitos de consumo y compra.
- b) Para sustituir completamente la experiencia del empresario en la toma de decisiones.
- c) Para garantizar el éxito inmediato de cualquier proyecto turístico.
- d) Para diseñar campañas publicitarias sin tener en cuenta las preferencias del público objetivo.

10. ¿En qué consisten las encuestas panel?

- a) Son encuestas que se utilizan cuando queremos saber datos de grupos grandes, ya que se realizan a un gran número de personas a través de encuestas personales, telefónicas o por internet.
- b) Son encuestas que utilizan muestras más pequeñas, pero lo que hacen es seguir durante un determinado periodo de tiempo la evolución de las mismas muestras.
- c) Son encuestas que son contratadas por varios clientes, de modo que la financiación del proyecto se reparte entre varios clientes.
- d) Son encuestas que se utilizan en empresas de turismo para saber si los empleados están satisfechos con su puesto de trabajo.

11. ¿Qué significan las siglas MICE?

- a) Management of International Cultural Events.
- b) Marketing, Innovation, Communication & Entertainment.
- c) Multinational Investments in Conference Enterprises.
- d) Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions.

12. ¿Qué nivel no pertenece a los niveles de producto según la satisfacción del cliente?

- a) Nivel básico.
- b) Nivel esperado.
- c) Nivel mejorado.
- d) Nivel alcanzado.

13. ¿Qué tipo de factor condiciona la demanda turística en situaciones como guerras o catástrofes?

- a) Factores económicos.
- b) Factores de estacionalidad.
- c) Factores de producción.
- d) Factores sociopolíticos.

14. ¿Qué afirmación es la correcta?

- a) Cuando la demanda aumenta y la oferta se mantiene en un determinado destino, se produce un fenómeno de escasez de productos turísticos, por lo que el precio subirá.
- b) Cuando la demanda baja y la oferta se mantiene se produce un exceso de productos y servicios, por lo que el mercado tenderá a bajar los precios.
- c) Cuando la oferta disminuye, pero la demanda se mantiene, escasea el producto y empiezan a subir los precios.
- d) Todas las anteriores son correctas.

15. ¿Qué criterios se deben tener en cuenta en la búsqueda de datos, cuando lo que se quiere es realizar una segmentación de mercados eficiente?

- a) Medibles.
- b) Resolutivos.
- c) No cuantificables.
- d) Heterogéneos.

16. ¿Quién tiene en España la competencia en materia de turismo?

- a) Las diputaciones provinciales.
- b) Las comunidades autónomas.
- c) La Unión Europea.
- d) El Ministerio de Industria y Turismo.

17. ¿Cuál es la diferencia entre destino turístico y producto turístico?

- a) El producto turístico son un conjunto de servicios y experiencias ofrecidos al turista, mientras que el destino turístico es el lugar geográfico donde se desarrollan esas experiencias.
- b) El producto turístico es siempre físico, mientras que el destino turístico solo existe de forma promocional.
- c) No existe ninguna diferencia, ambos términos se usan indistintamente en el sector.
- d) El destino turístico se refiere solo al alojamiento, y el producto turístico solo a los vuelos.

18. ¿Qué debe abarcar la sostenibilidad en materia de turismo?

- a) Solo lo ambiental, ya que es el único aspecto relevante en la sostenibilidad.
- b) Un equilibrio entre lo ambiental, lo económico, lo cultural y lo social.
- c) Lo económico y tecnológico, dejando de lado lo ambiental si afecta al crecimiento.
- d) La promoción turística intensiva como único camino para el desarrollo sostenible.

19. ¿Qué consecuencias puede tener el turismo en la economía de los destinos?

- a) El turismo no tiene ningún impacto real en la economía local.
- b) El turismo solo afecta positivamente y nunca genera consecuencias negativas.
- c) El turismo únicamente influye en los precios del transporte internacional.
- d) Consecuencias en el mercado laboral referidas a la creación o destrucción de empleo.

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

20. ¿Cuál es uno de los objetivos principales de la planificación territorial?

- a) Las mejoras social, económica y ambiental.
- b) La mejora de la red de carreteras y de las infraestructuras.
- c) Las mejoras económicas y del ahorro.
- d) Todas las respuestas anteriores son correctas.

21. Según Balagu y McCleary para poder diseñar la imagen del destino hay que partir de...

- a) Solo los precios de los vuelos y la disponibilidad hotelera.
- b) Únicamente las condiciones climáticas del destino.
- c) Las campañas publicitarias sin considerar las motivaciones del viajero.
- d) Los factores personales que afectan al turista y los factores que lo estimulan para que se decida por un destino.

22. ¿A qué jornada de promoción nos referimos si hablamos del lugar en el que compradores y vendedores intercambian información sobre sus productos?

- a) Workshop.
- b) Fam trip.
- c) Talleres.
- d) Congresos.

23. ¿Qué consumidor de los siguientes no solo participa y actúa en la acción de comprar, sino que además promociona el servicio y lo recomienda con la salvedad de que es ajeno a la empresa y esta no lo controla?

- a) Ciberturista.
- b) Adprosumer.
- c) Prosumer.
- d) Proksumer

24. ¿Qué organismo ha desarrollado la marca Q de Calidad Turística?

- a) El Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE).
- b) Secretaría General de Turismo Internacional. (SGT).
- c) Organización Mundial del Turismo (OMT).
- d) Consejo Europeo de Excelencia Turística. (CEET).

25. ¿Cuál no es un beneficio de implantar un plan de calidad en una empresa turística?

- a) Mejora de procesos.
- b) Aumento de la fidelidad del cliente.
- c) Mejora el posicionamiento en el mercado.
- d) Aumenta los costes de producción.

TABLA DE RESPUESTAS

PREGUNTA	RESPUESTA	PREGUNTA	RESPUESTA
1		11	
2		12	
3		13	
4		14	
5		15	
6		16	
7		17	
8		18	
9		19	
10		20	
11		21	
12		22	
13		23	
14		24	
25			