



# Escuela Superior de Hostelería y Turismo. Madrid



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

### Convocatoria correspondiente al curso 2021-2022

(Resolución de 3 de diciembre 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 20 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 0,50 puntos.</li><li>- En las preguntas tipo test habrá 3 opciones de respuesta, 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>

CALIFICACIÓN

## **Módulo: Marketing Turístico**

**1. Para tutelar y garantizar la protección de los derechos del ciudadano se creó la figura:**

- a) El Departamento Online de Policía Española
- b) El Defensor del Pueblo
- 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) Defiende los derechos de los consumidores

**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 diferenciación 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 débil, al ser la demanda mayor que la oferta, en la dirección de marketing se habla de...**

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

**6. Señala lo incorrecto...**

- a) El marketing integrado diseña las actividades de marketing
- 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. Un nicho de mercado es:**

- a) Un sub-segmento de marketing
- b) Un hiper-segmento de marketing
- c) Las opciones anteriores son incorrectas

**8. Cuando la empresa turística ofrece el mismo producto a distintos segmentos de mercado, está utilizando, para la cobertura del mercado, la estrategia:**

- a) Estrategia indiferenciada
- b) Estrategia desconcentrada
- 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 frente a la competencia
- c) El posicionamiento es cómo los consumidores perciben el producto

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

- a) En la fase de consolidación la tasa de crecimiento cae, pero sigue creciendo el número de turistas
- b) En la fase de consolidación la tasa de crecimiento cae y ya no hay más crecimiento del número de turistas
- c) En la fase de exploración aún no hay turistas en el destino turístico

**13. Señala lo correcto**

- a) Todo producto entrará en declive en algún momento
- b) En la fase de crecimiento de un producto ya existe la competencia
- c) Las dos respuestas anteriores son verdaderas

**14. La empresa asigna una marca diferente a cada uno de sus productos...hablamos de:**

- a) Marca paraguas
- b) Marca blanca
- c) Las dos respuestas anteriores son falsas

**15. La publicidad 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 desnatados* consiste en...**

- a) Empezar con precios bajos para atraer y luego ir subiéndolos paulatinamente
- b) Empezar con precios altos para que el producto se perciba como caro, innovador y muy valorado
- c) Empezar con precios similares a productos similares de la competencia

**17. La compra en una agencia de viajes de varios productos/servicios turísticos para un viaje se corresponde con la función de los canales de distribución denominada:**

- a) Realización de actividades comunicativas
- b) Reducción del número de transacciones
- c) Negociación

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

- a) Intensiva
- b) Selectiva
- c) Exclusiva

**19. Indique lo correcto sobre los instrumentos de comunicación:**

- a) El comunicado de prensa es realizado por el periodista, quien elabora un contenido sobre eventos turísticos, etc
- b) En la rueda de prensa el periodista no elabora ningún contenido sobre eventos turísticos, etc.
- c) Los boletines de noticias o *newsletters* son realizados por organismos públicos para la promoción turística

**20. Si hablamos de marketing en internet, el canal cuyo objetivo es incrementar la presencia de una marca en los resultados de búsqueda a través de buscadores, los cuales contienen anuncios que se pagan por clic, es:**

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