

Pruebas para la obtención del título de Técnico

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: IMPM01	Denominación completa del título: TÉCNICO EN ESTÉTICA Y BELLEZA
Clave o código del módulo: 0643	Denominación completa del módulo profesional: MARKETING Y VENTA EN IMAGEN PERSONAL

INSTRUCCIONES GENERALES PARA LA REALIZACIÓN DE LA PRUEBA
<ul style="list-style-type: none">• Cumplimentar los datos, antes del inicio del examen, y firmar en todas las hojas que se le entreguen.• Quien necesite justificante de haberse presentado a las pruebas, lo solicitará al comienzo de la prueba.• Tener disponible el DNI o documento identificativo equivalente encima de la mesa.• Comenzada la prueba, no se podrá salir del aula hasta pasados 20 minutos.• Apagar y guardar el móvil durante todo el desarrollo de la prueba.• Está prohibido el uso de cualquier dispositivo electrónico (incluido reloj).• Utilizar un bolígrafo de tinta indeleble, de color azul o negro.• No utilizar líquido corrector (típex)• Utilizar solamente el papel facilitado por el examinador.• Señalar la respuesta correcta con un círculo relleno. Si se ha de rectificar, solicite otra hoja de respuestas.• Cualquier otro tipo de respuesta no será válida y anulará la pregunta; lo mismo ocurrirá si la respuesta seleccionada da lugar a dudas.• No escribir en los márgenes para hacer aclaraciones.• No se permite el uso de material didáctico.• La prueba tendrá una duración de 1 hora.

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN Y VALORACIÓN
<ul style="list-style-type: none">• Este examen consta de 40 preguntas.• Sólo existe una respuesta adecuada a cada pregunta.• Todas las preguntas tienen el mismo valor.• Los errores penalizan: dos errores restan un acierto (un error resta 0,12 puntos); y las preguntas no contestadas y las anuladas, ni suman ni restan puntos.• Para obtener una calificación positiva es necesario alcanzar una nota igual o superior a 5.

CALIFICACIÓN
- -

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

CONTENIDO DE LA PRUEBA: Contesta adecuadamente a cada una de las siguientes preguntas.

1. El marketing mix es el conjunto de las siguientes herramientas:

- a. Política, producto y distribución.
- b. Producto, distribución.
- c. Producto, precio, comunicación y política
- d. Producto, precio, comunicación y distribución.

2. El proceso de creación de un servicio se denomina:

- a. Servicio
- b. Proceso de servicio
- c. Servicción
- d. Servucción.

3. La compra de una marca exclusiva es una compra por:

- a. Precio.
- b. Moda.
- c. Prestigio.
- d. Comodidad.

4. La imagen o concepto que deseamos que tenga nuestro negocio en la mente del posible comprador se denomina:

- a. Posicionamiento del servicio.
- b. Puesta en marcha del servicio
- c. Política del servicio
- d. Política de producto

5. El marketing se basa en:

- a. Analizar y satisfacer las necesidades de los clientes.
- b. Atender la satisfacción del consumidor.
- c. Valorar los beneficios de la empresa.
- d. Todas son correctas.

6. La forma en la que un cliente expresa la voluntad de satisfacer una necesidad es:

- a. Demanda.

- b. Deseo.
- c. Valor.
- d. Necesidad.

7. El marketing operativo engloba:

- a. Política de producto, política de precio y análisis interno.
- b. Política de precio, política de distribución e investigación mercados.
- c. Política de precio, política de producto, política de distribución y política de comunicación.
- d. Política de comunicación y distribución.

8. Que nuestros precios sean algo superiores a los de la competencia será:

- a. Una oportunidad.
- b. Una amenaza.
- c. Una debilidad.
- d. Una fortaleza.

9. El cliente que acude a tu negocio a comprar un producto o servicio se denomina:

- a. Cliente externo
- b. Cliente interno.
- c. Vendedor.
- d. Ninguna es correcta.

10. Un cliente de complexión redondeada con tendencia al sobrepeso y con carácter abierto y simpático se denomina:

- a. Asténico
- b. Atlético
- c. Pícnico
- d. Displástico.

11. En el proceso de compra, cuando la telefonista de tu peluquería informa sobre una técnica novedosa y establece la cita entre el peluquero y la clienta, el rol que desempeña se denomina:

- a. Iniciador
- b. Prescriptor
- c. Facilitador
- d. Decisor

12. En la pirámide de Maslow, las necesidades organizadas desde la base de la pirámide a la cima, son:

- a. Fisiología-afiliación-reconocimiento-seguridad
- b. Seguridad-afiliación-reconocimiento-autorrealización
- c. Autorrealización-reconocimiento-afiliación-seguridad
- d. Ninguna es correcta.

13. Cuando compro algo por precio, es una motivación:

- a. Racional
- b. Emocional
- c. Racional u emocional
- d. Ninguna es correcta.

14. El sentimiento que genera un deseo que no ha sido satisfecho por el motivo que sea, se denomina:

- a. Mecanismo de defensa.
- b. Enfado
- c. Emociones
- d. Frustración.

15. Cuando una persona se interesa por un tratamiento de peluquería y estética novedoso y cuando ve que no puede pagarlo, se contenta pensando que ese dinero lo va a emplear en otra cosa. Este proceso se denomina:

- a. Frustración
- b. Represión
- c. Regresión
- d. Mecanismo de defensa.

16. El balance entre la percepción y las expectativas se denomina:

- a. Fidelización
- b. Frustración
- c. Defensa
- d. Satisfacción

17. Si una persona no entiende lo que le dices porque no entiende tu idioma, en el proceso de comunicación hay una barrera:

- a. Física.
- b. Ambiental.
- c. Psicológica.
- d. Semántica.

18. En el proceso de comunicación el canal es:

- a. Es el sistema de signos, señales y reglas identificables por el emisor y el receptor.
- b. Es la persona que transmite el mensaje.
- c. El contexto físico y emocional en que tiene lugar la comunicación.
- d. El medio a través del cual se transmite el mensaje.

19. Si hablamos muy alto o bajo nos referimos a la comunicación:

- a. Verbal
- b. Kinesia
- c. Proxemia.
- d. Paraverbal.

20. La kinesia es el estudio de:

- a. El paralenguaje.
- b. Las expresiones faciales.
- c. La comunicación verbal no oral.
- d. Los movimientos del cuerpo.

21. La sonrisa muestra satisfacción, alegría, tristeza....y es comunicación:

- a. Verbal
- b. Kinesia
- c. Proxemia.
- d. Paraverbal.

22. El estudio de las distancias en la comunicación entre las personas se llama:

- a. Comunicación táctil.
- b. Paralenguaje.
- c. Proxemia.
- d. Kinesia.

23. Parafrasear significa:

- a. Utilizar frases sencillas en las respuestas.
- b. Pedir a la persona que repita lo que ha dicho para verificar que lo hemos entendido bien.
- c. Repetir con nuestras palabras lo que entendemos que el emisor ha querido decir.
- d. Ser amable con las palabras

24. Señala la respuesta falsa relacionada con las promociones:

- a. Tienen carácter temporal.
- b. Incluyen un incentivo.

- c. Buscan resultados rápidos.
- d. Buscan que los productos se vendan por sí mismos.

25. La primera fase de una campaña publicitaria es:

- a. Establecer el presupuesto.
- b. Determinar el público objetivo.
- c. Identificar el objetivo de la campaña.
- d. Elaborar el mensaje.

26. En publicidad, la separación del mercado en diferentes grupos que presentan unas características similares se denomina:

- a. Segmentación.
- b. Público objetivo.
- c. Fragmentación.
- d. Medios masivos.

27. Los objetivos de una promoción de ventas son:

- a. Mejorar la rentabilidad de las ventas.
- b. Rebajar el nivel de existencias
- c. Dar a conocer un producto o servicio nuevo.
- d. Todas son correctas.

28. Con un surtido amplio y poco profundo:

- a. Se cubren pocas necesidades, pero se ofrece un amplio rango de elección para cada necesidad.
- b. Se cubren el máximo de necesidades y se ofrece un amplio rango de elección para cada necesidad.
- c. Se cubren pocas necesidades y se ofrecen pocas posibilidades de elección.
- d. Se cubre un amplio abanico de necesidades, pero se limita la elección dentro de cada necesidad.

29. Antonio se va de compras por su barrio a comprar una crema hidratante de la marca que usa habitualmente, pero observa que venden una crema hidratante de otra marca con un regalo incluido y la compra, ¿qué tipo de compra ha realizado?

- a. Impulsiva pura.
- b. Racional realizada.
- c. Racional modificada.
- d. Racional necesaria.

30. La zona de un establecimiento con gran flujo de clientes es:

- a. Un punto frío
- b. Un punto caliente
- c. Un punto templado
- d. Un punto de aglomeración.

31. Señala cuál de las siguientes características no corresponde a las técnicas del merchandising:

- a. Intentan aumentar la rentabilidad del espacio.
- b. Presentan los productos y su entorno de forma atractiva.
- c. Se aplican dentro y fuera del establecimiento.
- d. Pretenden influir en los clientes provocando su compra.

32. En la implantación horizontal:

- a. Se colocan en el mismo nivel, cosméticos con igual uso, pero de distintas marcas.
- b. Se coloca el mismo producto, pero de diferentes marcas uno debajo de otro.
- c. Se coloca el mismo producto pero de distintas formas cosméticas, una debajo de otra.
- d. Se colocan en el mismo nivel cosméticos complementarios de distintas marcas.

33. El nivel superior se suele utilizar para:

- a. Los productos que aporten mayor rentabilidad por unidad de superficie.
- b. Decoración, para exponer referencias de mayor tamaño o para repetir la exposición de los niveles inferiores y darle más relevancia.
- c. Productos con menor salida.
- d. Productos que pueden ser tóxicos, ya que así evitamos un consumo accidental de niños o niñas.

34. Indica la pregunta abierta:

- a. «¿Qué tipo de cepillo dental prefiere?»
- b. «¿Conoce la marca Sabonet?»
- c. «¿Quiere que le busque una medida más pequeña?»
- d. «¿Ha probado usted estas nuevas mascarillas?»

35. ¿Qué significan las siglas AIDA?

- a. Atención, Interés, Deseo, Acción.
- b. Amabilidad, Insistencia, Demostración, Acción.
- c. Atención, Insistencia, Demostración, Acción.

- d. Amabilidad, Interés, Deseo, Acción.

36. Una vendedora que vende pero cuyos clientes van y vienen porque no entabla relaciones de fidelidad con ellos, es:

- a. Profesional.
- b. Ladrona.
- c. Amiga.
- d. Oportunista.

37. ¿A qué técnica de cierre de la venta nos estamos refiriendo si la dependiente dice: «¿Prefiere el tamaño grande o el mediano?»?

- a. Técnica del deseo insatisfecho.
- b. Técnica de los hechos indeseables.
- c. Técnica del dilema.
- d. Técnica del hecho consumado.

38. Es una pregunta de influencia:

- a. «¿Quiere que le explique cómo se ha de aplicar?».
- b. «¿Quiere que la llame cuando recibamos el producto?».
- c. «¿Quiere que le enseñe otras marcas?».
- d. «¿Quiere que acabemos con esos granos?».

39. La objeción de tipo: "No sé si a mi pareja le gustará este tinte" es de tipo:

- a. Evasión.
- b. Reflexión.
- c. Sentimental.
- d. Ninguna es correcta.

40. Una situación en la que dos o más personas resultan en desacuerdo u oposición por alguna causa se denomina:

- a. Queja
- b. Reclamación
- c. Conflicto
- d. Discusión.