

**Comunidad de Madrid****PRUEBAS PARA LA OBTENCIÓN DE TÍTULOS DE TÉCNICO****Convocatoria correspondiente al curso académico 2023-2024**

(Resolución de 29 de diciembre de 2023 de la Dirección General de Educación Secundaria, Formación Profesional y Régimen Especial)

DATOS DEL ASPIRANTE			FIRMA
APELLIDOS:			
NOMBRE	DNI o Pasaporte:	Fecha:	CALIFICACION
Código del ciclo: (1) SANM01	Denominación completa del ciclo formativo: (1) FARMACIA Y PARAFARMACIA		
Clave del módulo: (1) 03	Denominación completa del módulo profesional: (1) DISPOSICIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS		

INSTRUCCIONES GENERALES PARA LA REALIZACIÓN DE LA PRUEBA

- Esta Prueba está constituida por **25 preguntas teórico-prácticas** y 5 preguntas de reserva del módulo DISPOSICIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS
- Una vez comenzada la prueba ninguna persona podrá abandonar la sala hasta que, al menos, hayan transcurrido 15 minutos desde su inicio.
- Cada pregunta tiene 4 posibles respuestas**, entre las que **sólo hay una respuesta correcta, que será la mejor opción posible**.
- La contestación a cada pregunta se realizará en la "HOJA DE RESPUESTAS" que se incluye al final del cuestionario. Deberán entregar ambos (cuestionario y hoja de respuestas) sin separar, al finalizar el examen.
- La **HOJA DE RESPUESTAS** **no** se puede separar del cuadernillo.
- Señale con una cruz (X) la respuesta que considere correcta. Ejemplo:

1	a	<input checked="" type="checkbox"/>	c	d
---	---	-------------------------------------	---	---
- En caso de error, tache lo que proceda y vuelva a señalar con una cruz la respuesta adecuada. Ejemplo:

1	a	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	d
---	---	-------------------------------------	-------------------------------------	---
- La pregunta que contenga dos o más respuestas señaladas, será anulada automáticamente.
- Utilice bolígrafo azul o negro para contestar. Las respuestas señaladas con lápiz no se corrigen.
- Antes de contestar cualquier pregunta, lea atentamente el enunciado de la misma.
- Las preguntas de reserva, solo entrarán a formar parte del examen**, en caso de que se anulase alguna de las 25 preguntas iniciales de las que consta la prueba; sustituyéndose por las preguntas anuladas en el orden en el que están redactadas a partir de la nº 25. Si no se anulase ninguna de las 25 preguntas iniciales, las preguntas de reserva no computan.
- Sólo se permitirá LA ENTRADA CON CALCULADORAS NO PROGRAMABLES, SIN TAPA**, a los exámenes de los siguientes cuatro módulos: 1) Formulación magistral (FM) 2) Operaciones básicas de laboratorio (OBL) 3) Formación y orientación laboral (FOL) 4) Empresa e iniciativa emprendedora (EIE)
- Dispondrá usted de 30 minutos de tiempo para realizar el ejercicio.
- No olvide firmar y poner los apellidos y el nombre en ESTA HOJA y en la HOJA DE RESPUESTAS.**

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN Y VALORACIÓN

1. Puntuación relativa: RESPUESTA CORRECTA: 1 PUNTO // RESPUESTA INCORRECTA: - 0,33 PUNTOS
PREGUNTA NO CONTESTADA: 0 PUNTOS

2. La puntuación obtenida, una vez descontados los puntos negativos, se ajustará al número decimal más próximo y se procesará con los siguientes criterios de calificación:

0-2,4 puntos	0	12,5-14,9 puntos	5
2,5-4,9 puntos	1	15-17,4 puntos	6
5-7,4 puntos	2	17,5-19,9 puntos	7
7,5-9,9 puntos	3	20-22,4 puntos	8
10-12,4 puntos	4	22,5-23,9 puntos	9
		24- 25 puntos	10

Se considera **APROBADO** el módulo cuando la nota resultante sea 5 o superior

**Comunidad de Madrid**

INSTITUTO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA:		LOCALIDAD:
SIGLO XXI		LEGANÉS
Código del ciclo: (1) SANM01	Denominación completa del ciclo formativo: (1) FARMACIA Y PARAFARMACIA	
Clave del módulo: (1) 03	Denominación completa del módulo profesional: (1) DISPOSICIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS	

CONTENIDO DE LA PRUEBA:

- 1.- En comunicación, ¿qué son barreras en la decodificación del mensaje?
 - a) El emisor no conoce bien el código y lo utiliza de manera incorrecta.
 - b) El receptor no conoce bien el código y lo decodifica de manera incorrecta.
 - c) La cantidad de información que contiene el mensaje es excesiva.
 - d) La cantidad de información que contiene el mensaje es muy escasa.
- 2.- En el proceso de comunicación, cuando la persona o grupo de personas reciben la información son:
 - a) El emisor.
 - b) El receptor.
 - c) El contexto.
 - d) El canal.
- 3.- La definición de asertividad es:
 - a) Manifestar libremente tus propias convicciones y defender tus derechos sin mostrar agresividad.
 - b) Defender tus derechos y deseos personales con vehemencia.
 - c) Tratar de contentar a los demás para evitar enfrentamientos y discusiones.
 - d) Evitar conflictos a toda costa.
- 4.- El estudio de los movimientos del cuerpo o lenguaje corporal cuando nos expresamos es:
 - a) La kinesia
 - b) El paralenguaje
 - c) La proxemia
 - d) La paroxística
- 5.- Las necesidades y prioridades del individuo son:
 - a) Varían en función determinadas circunstancias
 - b) Estáticas
 - c) No permiten establecer pautas de actuación adecuadas
 - d) No dependen de cambios en la sociedad
- 6.- Las debilidades y fortalezas que presenta la empresa pertenecen a:
 - a) El análisis externo de la empresa
 - b) El análisis interno de la empresa
 - c) El estudio de la desmotivación del personal
 - d) El estudio de la comunicación con el cliente
- 7.- Se denominan objeciones a:
 - a) La descripción de las características de un producto.
 - b) Las dudas de un cliente para la elección de un producto.
 - c) Las resistencias o impedimentos que expone el cliente para no comprar.
 - d) Es el último mecanismo que falta para que el cliente se decida a comprar.



Comunidad de Madrid

- 8.- En la fase de madurez del ciclo de vida de un producto se produce:
- a) Un crecimiento lento de las ventas
 - b) Un incremento de beneficios rápido
 - c) La estabilización de las ventas
 - d) Disminución de la demanda
- 9.- Qué caracteriza a un punto frío:
- a) Los productos tienen unas ventas superiores a la media
 - b) Son los puntos más visibles
 - c) Los productos se suelen colocar en niveles intermedios
 - d) Son los puntos con menor afluencia de clientes
- 10.- El beneficio que proporciona la inversión realizada en un negocio es:
- a) Margen bruto
 - b) Beneficio bruto
 - c) Coeficiente de rotación
 - d) Rentabilidad de las ventas
- 11.- El escaparate en el que se colocan productos y marcas de alta gama es de tipo:
- a) Promocional
 - b) Informativo
 - c) Estacional
 - d) De prestigio
- 12.- Los metros disponibles al nivel del suelo corresponden a:
- a) Lineal a ras del suelo
 - b) Lineal en exposición
 - c) Lineal desarrollado
 - d) Lineal central
- 13.- Es el esfuerzo de entender e interpretar no solamente lo que dice el cliente, sino también lo que quiere decir o siente la persona que emite el mensaje:
- a) El temperamento
 - b) La empatía
 - c) La autoestima
 - d) La escucha activa
- 14.- La imagen o concepto que deseamos que tenga nuestro negocio en la mente de las personas se denomina:
- a) El posicionamiento
 - b) Análisis interno
 - c) Segmentación de mercados
 - d) Análisis de la demanda
- 15.-Cuál de los siguientes componentes no forma parte de las estrategias del marketing mix:
- a) El precio
 - b) La comunicación
 - c) El producto
 - d) Canales de distribución



Comunidad de Madrid

16.- Para obtener toda la información que genera nuestra empresa, así como los recursos de que dispone debemos:

- a) Analizar el entorno
- b) Planificar la oferta
- c) Hacer un análisis interno
- d) Todas las respuestas son correctas

17.- El margen de producto por unidad de superficie se obtiene:

- a) Multiplicando el margen unitario por la unidad de superficie
- b) Multiplicando el margen total anual de un producto por la superficie que ocupa
- c) Dividiendo las unidades vendidas de un año por la unidad de superficie
- d) Dividiendo el margen total anual de un producto por la superficie que ocupa

18.- La superficie total de exposición es:

- a) Lineal a ras del suelo
- b) Lineal en exposición
- c) Lineal desarrollado
- d) Lineal central

19.- El grupo de población al que dirigimos preferentemente una actuación se denomina:

- a) Target
- b) Público objetivo
- c) Público diana
- d) Todas las anteriores

20.- Para una exposición óptima de un producto en una estantería, el número de unidades adecuado en la primera línea visual es:

- a) Una unidad
- b) Dos unidades
- c) Tres unidades
- d) Cinco unidades

21.- La estrategia basada en ofertar muchas secciones de productos pero con poca variedad de productos en cada una de ellas:

- a) Mucha amplitud y mucha profundidad
- b) Mucha amplitud y poca profundidad
- c) Poca amplitud y mucha profundidad
- d) Poca amplitud y poca profundidad

22.-Cuál de estos requisitos es obligatorio para identificar una farmacia:

- a) Rótulo exterior donde figurará en caracteres grandes "Farmacia"
- b) Placa situada en la entrada del local donde figure el nombre del titular
- c) Cruz de Malta roja, verde o azul (según normativa).
- d) Todas las respuestas anteriores son correctas

23.- Debe estar bien visible y se recomienda que tenga iluminación interior y exterior para verse de lejos:

- a) Logotipo
- b) Rótulo de la farmacia
- c) Marketing
- d) La cruz



Comunidad de Madrid

24.- En el mostrador conviene colocar:

- a) Productos de alto precio que obedecen a una compra meditada
- b) Productos de bajo precio que obedecen a una compra por impulso
- c) Productos de bajo precio que obedecen a una compra meditada
- d) Productos de alto precio que obedecen a una compra por impulso

25.- Es un instrumento de medida cuantitativo o cualitativo que permite hacer una valoración de un producto o servicio:

- a) Un indicador de calidad
- b) Un sistema de gestión de la calidad
- c) Las Normas ISO 9000
- d) La reputación del establecimiento

PREGUNTAS DE RESERVA

26.- El uso de la empatía:

- a) Mejora el entendimiento entre farmacéutico y cliente
- b) Consiste en dar la razón al cliente
- c) Sentir simpatía por el cliente
- d) Todas las respuestas son correctas

27.- El rango de edad de la población es un factor del entorno:

- a) Económico
- b) Demográfico
- c) Sociocultural
- d) Tecnológico

28.- Qué debemos hacer ante un conflicto con un cliente:

- a) Evitar discutir y escuchar.
- b) Interrogar al cliente
- c) Deshacernos rápidamente del problema
- d) Evitar la responsabilidad personal

29.-Cuál de estos es un punto caliente:

- a) Zonas inferiores del mobiliario
- b) Zonas más elevadas del mobiliario
- c) Niveles de ojos y de manos del mobiliario
- d) Extremo del mostrador opuesto a la caja registradora

30.-Cuál de estos criterios NO se puede utilizar para segmentar mercados de consumo:

- a) Demográficos
- b) Socioeconómicos
- c) Políticos
- d) Geográficos



IES SIGLO XXI

Código de Centro: 28038306

DAT Madrid Sur

Consejería de Educación, Ciencia y Universidades

UNIÓN EUROPEA

Fondo Social Europeo
"El FSE invierte en tu futuro"



Comunidad de Madrid

Clave del módulo: 03		DISPOSICIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS	
DATOS DEL ASPIRANTE			CALIFICACIÓN
APELLIDOS:			
NOMBRE:	D.N.I.:	Fecha:	

HOJA DE RESPUESTAS:

1.	a	b	c	d
2.	a	b	c	d
3.	a	b	c	d
4.	a	b	c	d
5.	a	b	c	d
6.	a	b	c	d
7.	a	b	c	d
8.	a	b	c	d
9.	a	b	c	d
10.	a	b	c	d
11.	a	b	c	d
12.	a	b	c	d
13.	a	b	c	d
14.	a	b	c	d
15.	a	b	c	d
16.	a	b	c	d
17.	a	b	c	d
18.	a	b	c	d
19.	a	b	c	d
20.	a	b	c	d

21.	a	b	c	d
22.	a	b	c	d
23.	a	b	c	d
24.	a	b	c	d
25.	a	b	c	d

PREGUNTAS DE RESERVA:

26.	a	b	c	d
27.	a	b	c	d
28.	a	b	c	d
29.	a	b	c	d
30.	a	b	c	d

FIRMA