



Cofinanciado por
la Unión Europea



PRUEBAS PARA LA OBTENCIÓN DE TÍTULOS DE TÉCNICO Y TÉCNICO SUPERIOR.

Convocatoria correspondiente al curso académico 2023-2024

(ORDEN 3299/2020, de 15 de diciembre, de la Consejería de Educación y Juventud, por la que se regula la organización y el procedimiento de las pruebas para la obtención de los títulos de Técnico y Técnico Superior de Formación Profesional en la Comunidad de Madrid.)

DATOS DEL ASPIRANTE			FIRMA
APELLIDOS:			
NOMBRE:	D.N.I. o Pasaporte:	Fecha:	

Código del ciclo: TMVS01	Denominación completa del ciclo formativo: Técnico Superior en Automoción
Clave del módulo: 10	Denominación completa del módulo profesional: Técnicas de comunicación y relaciones

INSTRUCCIONES GENERALES PARA LA REALIZACIÓN DE LA PRUEBA
<ul style="list-style-type: none"> - Todos los/as candidatos/as han de entregar el examen con los datos personales debidamente cumplimentados, aun cuando no haya respondido a ninguna pregunta y tener disponible el DNI en la mesa. - Si se ha de rectificar una respuesta, tachar con una línea horizontal. No utilizar líquido corrector (Tippex). - Utilizar solamente el papel facilitado por el examinador (con el sello y formato correspondiente). - No se puede utilizar material de consulta. <p>Para ambas pruebas, el/la candidato/a podrá necesitar calculadora científica no programable, compás, regla, escuadra, cartabón, bolígrafo negro o azul y lapicero. Queda prohibida la utilización de dispositivos electrónicos de comunicación en el aula.</p> <p>Dentro de los primeros 15 minutos del horario oficial de inicio de los exámenes se podrá acceder al aula de examen en circunstancias especiales, sin que ello implique en ningún</p>



caso incremento del tiempo fijado para el examen. Una vez iniciados los exámenes, no se permitirá a ningún/a candidato/a abandonar el aula hasta pasados 15 minutos desde el momento fijado para el comienzo de la prueba. Tampoco se permitirá a ningún/a candidato/a entrar en el aula transcurrido dicho período de tiempo.

Las notas se publicarán en un plazo máximo de 4 días naturales desde la realización de la prueba. Las notas serán introducidas en el sistema para que aparezcan en RAICES en el apartado correspondiente del candidato/a.

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN Y VALORACIÓN

Debido a las características de los módulos y en base al artículo 19.3 de la ORDEN 3299/2020, de 15 de diciembre, de la Consejería de Educación y Juventud se realizará **una prueba teórica**. Para superar cada módulo será necesario obtener una calificación igual o superior a 5.

La nota final del módulo será si tiene decimales iguales o superiores a 0,5 se redondeará a la unidad inmediata superior, si los decimales son inferiores a 0,5 se redondeará a la unidad inmediata inferior.

La prueba consistirá en la realización de una prueba escrita de 50 preguntas con 4 posibles alternativas de respuesta y sólo 1 respuesta correcta, marcando la respuesta seleccionada en la plantilla correspondiente. Para superar esta prueba será necesario obtener, al menos, una calificación de 5 puntos sobre 10.

La duración de esta prueba será de 2 horas.

La puntuación de las preguntas de la primera prueba será la siguiente:

- Pregunta contestada correctamente..... **0.2 puntos**
- Pregunta no contestada..... **0 puntos**
- Pregunta contestada incorrectamente..... **- 0.1 puntos**



Cofinanciado por
la Unión Europea



DATOS DEL ASPIRANTE		
APELLIDOS:		
NOMBRE:	D.N.I. o Pasaporte:	Fecha:

FIRMA

CALIFICACIÓN PRUEBA TEÓRICA

CONTENIDO DE LA PRUEBA.

1. Los objetivos de la comunicación son:

- a) Instruir, informar, enseñar, amilanar.
- b) Convencer, averiguar, divertir, incentivar.
- c) Negociar, deleitar, entretener, persuadir.
- d) Todas las anteriores.

2. Los tipos de comunicación son:

- a) Lenguaje, visual.
- b) Escrito, acústico.
- c) Con lenguaje, sin lenguaje.
- d) Visual, acústico.

3. Una factura es un ejemplo de comunicación

- a) Escrita con lenguaje.
- b) Escrita sin lenguaje.
- c) Visual con lenguaje.
- d) Todas las anteriores.

4. Tipos de comunicación sin lenguaje son:

- a) Visual.
- b) Gestual.
- c) Acústica.



Cofinanciado por
la Unión Europea



d) Todas las anteriores.

5. Los flujos de comunicación son:

- a) Horizontal
- b) Ascendente, descendente
- c) Diagonal
- d) Todas las anteriores.

6. De la siguiente lista, no es un canal de comunicación:

- a) Telemetría.
- b) Descendente
- c) Correo.
- d) Telefonía.

7. El fax es un ejemplo de:

- a) Obstáculo.
- b) Canal.
- c) Código.
- d) Ninguna de las anteriores.

8. Una actitud positiva del receptor es:

- a) Asumir que no todos pensamos igual.
- b) No mirar al interlocutor.
- c) Desviar la atención.
- d) Ninguna de las anteriores.

9. Es ejemplo de código:

- a) Lenguaje Morse.
- b) Lenguaje Binario.
- c) Lengua española.
- d) Todas las anteriores.

10. El ruido es un tipo de obstáculo en la comunicación:

- a) Organizativo.
- b) Físico.
- c) Social.
- d) Todas las anteriores.

11. Las redes de comunicación pueden ser:

- a) Formales.



Cofinanciado por
la Unión Europea



- b) Aburridas.
- c) Entretenidas.
- d) Todas las anteriores.

12. Es ventaja de la comunicación horizontal:

- a) Fomentar el espíritu de equipo.
- b) Eliminar las reuniones.
- c) Hablar en un mismo nivel.
- d) Todas las anteriores.

13. No entender el significado de un término es:

- a) Un factor psicológico.
- b) Un factor social.
- c) Un factor semántico.
- d) Todas las anteriores.

14. Una actitud positiva en la comunicación oral por parte del emisor es:

- a) Hablar rápidamente para disminuir tiempo.
- b) Hablar lentamente porque no entiende.
- c) Hablar a velocidad adecuada a las circunstancias.
- d) Todas las anteriores.

15. El emisor en una comunicación:

- a) Identifica un personaje.
- b) Codifica un mensaje.
- c) Utiliza un lápiz, bolígrafo o similar.
- d) Ninguna de las anteriores.

16. Una desventaja de la transmisión verbal de un mensaje es:

- a) El ruido ambiental en la comunicación.
- b) La sintaxis unívoca.
- c) La distorsión en las sucesivas comunicaciones.
- d) La distorsión sucesiva.

17. Las interferencias comunicativas que se hallan en el entorno inmediato de la comunicación se denominan barreras...

- a) Contextuales.
- b) Del entorno.
- c) Interpersonales.



Cofinanciado por
la Unión Europea



d) Ambientales.

18. Señala qué función ofrece la comunicación en un grupo de trabajo.

- a) Publicidad.
- b) Control.
- c) Competitividad.
- d) Compromiso

19. ¿Cómo se denominan los caminos que sigue el flujo de mensajes entre el personal de una empresa?

- a) Códigos de comunicación.
- b) Canales de comunicación.
- c) Redes WIFI
- d) Redes de comunicación.

20. Determina cuál de las siguientes son actitudes o técnicas positivas que debe tener el receptor.

- a) No mirar al cliente mientras habla.
- b) Asumir que no todos pensamos igual.
- c) Ser extenso.
- d) Tener prejuicios.

21. Se trata de un canal de comunicación que sirve únicamente como entrada de información y es una de las herramientas de mejora más potentes que existen en las empresas...

- a) SMS.
- b) El teléfono.
- c) El buzón de sugerencias.
- d) El correo electrónico.

22. ¿Cómo se denomina el modelo de comunicación estudiado en la unidad 1?

- a) Bell.
- b) Shannon y Weaver.
- c) Shannon y Warren.
- d) Boll Games

23. ¿Cómo se denomina la red de comunicación informal en la que algunas personas no transmiten la información que reciben y, como consecuencia, se corta la transmisión?

- a) Rumor.

- b) Red en línea.
- c) Red reticular.
- d) Red en círculo.

24. Es importante al atender a un cliente:

- a) Dejar que termine de hablar.
- b) Distraer la atención.
- c) Prejuizar su opinión.
- d) Todas las anteriores.

25. Una actitud positiva frente al cliente es:

- a) Ninguna es correcta.
- b) Asumir que todos pensamos igual.
- c) No mirar al interlocutor.
- d) No prestar atención.

26. Procuraremos atender al cliente:

- a) En un entorno tranquilo.
- b) En el taller a la vista de las operaciones.
- c) En un espacio externo.
- d) Todas las anteriores.

27. Realizaremos la atención con el cliente con un tono:

- a) Dependerá de las circunstancias.
- b) Alto y fuerte para una atención completa.
- c) Siempre el mismo tono.
- d) Todas las anteriores.

28. El grado de satisfacción del cliente:

- a) Todas son correctas.
- b) Lo podemos percibir por su lenguaje corporal.
- c) Es necesario preguntar y cuestionar.
- d) Es difícil de identificar.

29. Es conveniente para captar al cliente:

- a) Publicidad adaptada con características diferente.
- b) Publicitar lo que quiere, aunque no sea correcto
- c) Buzoneo masivo.
- d) Ninguna de las anteriores.



30. ¿Cómo se evalúan los grados de satisfacción de un cliente?

- a) Todas son correctas
- b) Atender al cliente aparte y conversar con él informalmente.
- c) Entrevistarle formalmente para que pueda expresar su opinión.
- d) Realizar un seguimiento personal

31. ¿Cómo se muestran las motivaciones principales de un cliente?

- a) A la hora de pagar
- b) En el tono de voz
- c) A través de sus actitudes y comportamientos que muestra a la hora de formalizar una operación comercial con el taller
- d) Ninguna es correcta

32.Cuál de las siguientes herramientas no sirve para conocer mejor a los clientes:

- a) Mapa de empatía
- b) Mapa de expectativa de cliente
- c) Pensamiento de diseño
- d) Lienzo de la propuesta de valor

33. Sobre la definición “Jobs to be done” (Señala la incorrecta):

- a) Los clientes quieren soluciones, no servicios o productos.
- b) Ayuda a desarrollar productos y servicios que se ajusten mejor a las necesidades de los clientes.
- c) Es importante dar buen servicio más que centrarse en ganar dinero. Si das buen servicio el dinero lo tienes asegurado
- d) Puede ayudarte a diferenciarte de la competencia.

34. Sobre las siguientes definiciones (Señala la incorrecta):

- a) El cliente ha de ser el objetivo de toda empresa ya que es el protagonista principal de nuestro negocio.
- b) El cliente y sus necesidades son el motivo que da sentido a la actividad comercial y a las empresas.
- c) Nuestro objetivo es llegar a conocer al cliente para que nuestro servicio satisfaga sus necesidades.
- d) Si una empresa satisface las necesidades de sus clientes está avocada a la desaparición.

35. La frase: “Tratemos de ser nosotros quien da las explicaciones al cliente antes de que sea el quien nos las pida” la enunció:

- a) A. Citroën

- b) Sigmund Freud
- c) Henry Ford
- d) Ferruccio Lamborghini

36. La publicidad se considera como:

- a) Difusión de la empresa
- b) Una actitud de la empresa
- c) Todas son correctas
- d) Herramientas de marketing.

37. Es considerado como padre del marketing moderno:

- a) Louis Kotler
- b) Philip Kotler
- c) Morgan Freeman
- d) Carlos Slim

38. Indica cual de estas afirmaciones es incorrecta dentro de los aspectos que un técnico en marketing debe conocer:

- a) Debe saber elaborar un plan de marketing de posventa.
- b) Conocer cómo se desarrolla el plan de marketing de la competencia.
- c) Implantación del plan de marketing en su empresa.
- d) Desarrollo de las diferentes campañas de marketing en su empresa.

39. Se considera un aspecto visual sobre una empresa:

- a) Valores
- b) Solvencia
- c) Vestuario
- d) Excelencia

40. Se considera un aspecto conceptual de la empresa:

- a) Marca
- b) Logotipo
- c) Colores corporativos
- d) Principios

41. Las estructuras organizativas de las empresas en cuanto a personal están divididas en:

- a) Rangos
- b) Áreas
- c) Departamentos
- d) Ninguna es correcta

42. Los organigramas de las empresas pueden ser de varios tipos (SEÑALA LA INCORRECTA):



Cofinanciado por
la Unión Europea



Fondos Europeos



- a) Vertical
- b) Horizontal
- c) De bloque
- d) Rectangulares

43. Los factores por los que viene influenciada la venta potencial pueden ser (SEÑALA LA INCORRECTA):

- a) Deseo de un producto.
- b) Demanda del producto.
- c) Valor o precio del producto.
- d) Calidad del producto

44. Las razones por las que una empresa realiza una inversión en marketing pueden ser (SEÑALA LA INCORRECTA):

- a) Fidelizar a los clientes.
- b) Ganar prestigio.
- c) Crear nuevos clientes.
- d) Recuperar a clientes que hayan dejado de serlo.

45. El proceso para gestionar las reclamaciones debe ajustarse al protocolo...

- a) Real Decreto de 2008.
- b) ISO 9000.
- c) Directiva 2005/132.
- d) Real Decreto de 2006.

46. Depende de la calidad del diagnóstico o análisis estratégico realizado por la dirección de la empresa:

- a) gap técnico
- b) gap estratégico
- c) gap técnico
- d) gap funcional

47. El método empleado para localizar las posibles fuentes de fallos de un servicio a partir de la representación gráfica de este se denomina...

- a) Blueprinting.
- b) ServQual.
- c) Encuesta.
- d) Técnica de la viñeta.

48. La mejora continua dentro de una empresa depende de:

- a) Del equipo directivo, encargados y jefes de taller
- b) Todos los miembros de la empresa



Cofinanciado por
la Unión Europea



- c) Mano de obra directa
- d) Del departamento de RRHH

49. Se define a lo que presenta el cliente cuando desee poner de manifiesto irregularidades en el funcionamiento de los servicios de mantenimiento o reparación prestados por el taller:

- a) Queja
- b) Reclamación
- c) Consulta
- d) Sugerencia

50. Las fases de la gestión de quejas y reclamaciones son:

- a) Denuncia legal, Recepción, Gestión, Proceso, Resolución, Seguimiento, Análisis global
- b) Consideraciones, Recepción, Archivo, Proceso, Resolución, Seguimiento, Análisis global
- c) Recepción, Gestión, Proceso, Resolución, Seguimiento, Análisis global
- d) Consideraciones, Recepción, Gestión, Proceso, Resolución, Seguimiento, Análisis global



Cofinanciado por
la Unión Europea

Centro de Excelencia de FP
CIFP Profesor Raúl Vázquez
Tfno.: 91 507 20 82 - Fax: 91 786 54 41
C/ta. Villaverde-Valdecasas, Km. 4
28053 Madrid



Fondos Europeos



Comunidad
de Madrid
GOBIERNO DE LA COMUNIDAD DE MADRID
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN, CULTURA Y UNIVERSIDADES

DATOS DEL ASPIRANTE			FIRMA
APELLIDOS:			
NOMBRE:	D.N.I. o Pasaporte:	Fecha:	

MARCAR LA RESPUESTA CON UNA "X" EN LA CASILLA CORRESPONDIENTE. EN EL CASO DE NECESITAR MODIFICAR LA RESPUESTA, TACHAR COMPLETAMENTE LA CASILLA Y MARCAR CON UNA "X" LA NUEVA RESPUESTA.

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

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
31	a	b	c	d
32	a	b	c	d
33	a	b	c	d
34	a	b	c	d
35	a	b	c	d
36	a	b	c	d
37	a	b	c	d
38	a	b	c	d
39	a	b	c	d
40	a	b	c	d
41	a	b	c	d
42	a	b	c	d
43	a	b	c	d
44	a	b	c	d
45	a	b	c	d
46	a	b	c	d
47	a	b	c	d
48	a	b	c	d
49	a	b	c	d
50	a	b	c	d

