

PRUEBAS PARA LA OBTENCIÓN DE TÍTULOS DE TÉCNICO Y TÉCNICO SUPERIOR DE FORMACIÓN PROFESIONAL

Convocatoria correspondiente al curso 2025-2026

Resolución de 12 de diciembre de 2025, 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 TMVS01	Denominación completa del título: TÉCNICO SUPERIOR EN AUTOMOCIÓN
Clave o código del módulo 309	Denominación completa del módulo profesional: TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN Y RELACIONES

INSTRUCCIONES GENERALES PARA LA REALIZACIÓN DE LA PRUEBA
- 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 indeleble, que no sea roja. - Si se ha de rectificar una respuesta, trazar un aspa o tachar con una línea horizontal. No utilizar líquido corrector (Tippex). - Utilizar solamente el papel facilitado por el examinador - No utilizar material de consulta. Para la realización de la prueba teórica el examinando podrá utilizar calculadora normal o científica no programable, bolígrafo negro o azul y lapicero. Queda prohibida la utilización de dispositivos electrónicos de comunicación en el aula. Todos los alumnos han de entregar el examen y la hoja de resultados, con los datos personales debidamente cumplimentados, aun cuando no haya respondido a ninguna pregunta. Las operaciones de cálculo se realizarán en un espacio en blanco asignado en el examen para las mismas, indicando el número de pregunta al que corresponden. 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 caso incremento del tiempo fijado para el examen. Una vez iniciados los exámenes, no se permitirá a ningún estudiante abandonar el aula hasta pasados 15 minutos desde el momento fijado para el comienzo de la prueba. Tampoco se permitirá a ningún alumno 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 ROBLE 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 única prueba teórica**. Para superar el módulo será necesario obtener una calificación igual o superior a 5 en dicha prueba.

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 prueba será la siguiente:

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

CALIFICACIÓN

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

1. ¿Quién es considerado el padre del marketing moderno?
 - a. Warren Weaver.
 - b. Philip Kotler
 - c. Claude E. Shannon
 - d. André-Gustave Citroën

2. Las 4 p's del marketing mix son:
 - a. Precio, producto, punto de producción y promoción
 - b. Precio, producto, punto de venta y promoción
 - c. Precio, producto, promoción y postventa
 - d. Ninguna de las anteriores es correcta

3. Un análisis DAFO nos permite:
 - a. Analizar fortalezas y debilidades de una empresa
 - b. Analizar la situación económica de las empresas según los resultados del año económico
 - c. Analizar las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas de la empresa
 - d. Ninguna de las anteriores

4. ¿Cuál de los siguientes procedimientos de obtención de información de clientes puede ser un arma de doble filo?
 - a. Cuestionarios
 - b. Buzón de sugerencias
 - c. Sondeos telefónicos
 - d. Encuestas

5. Los cuestionarios deben servir para conseguir información sobre:
 - a. Nuevos recursos a incorporar
 - b. Futuras campañas a realizar
 - c. Valores e índices de satisfacción de clientes
 - d. Todas las anteriores son correctas

6. Para establecer una comunicación ¿Qué elementos tienen que coexistir?
 - a. Emisor, receptor, mensaje, canal, código y contexto
 - b. Emisor, transmisor, receptor, mensaje, canal y código
 - c. Emisor, transmisor, receptor, mensaje, canal y código
 - d. Emisor, transmisor, mensaje, contexto, código y canal

7. Aquellos que han ejercido hace tiempo una transacción económica con nuestra empresa y, por lo tanto, se encuentran en nuestra base de datos de clientes son
 - a. Clientes actuales inactivos
 - b. Clientes potenciales
 - c. Clientes actuales activos
 - d. Clientes antiguos

8. Aquellos que tienen la capacidad de adquirir alguno de los productos o servicios que ofrecemos, pero que todavía no se ha llevado a cabo son
 - a. Clientes actuales
 - b. Clientes potenciales
 - c. Clientes activos
 - d. Clientes inactivos

9. Aquellos que han realizado una transacción con nuestra empresa recientemente o la realizan en forma de ciclos repetitivos, es decir, existe una cierta asiduidad, son
 - a. Clientes actuales activos
 - b. Clientes potenciales
 - c. Clientes actuales activos
 - d. Clientes favoritos

10. La pirámide de Maslow explica:
 - a. Que el nivel cultural de los clientes condiciona su comportamiento frente al asesor de servicio
 - b. Que el nivel adquisitivo de los clientes condiciona el presupuesto de compra o reparación
 - c. Que una serie de necesidades condiciona la motivación humana y por tanto su comportamiento frente al consumo
 - d. Todas las anteriores son correctas

11. Indique cuál es el canal o medio del que existe mucha variedad y tiene un gran poder de transmisión de información
 - a. Soporte multimedia
 - b. Correo postal
 - c. Teléfono
 - d. Ninguna de las anteriores
12. Indique cuál es el canal o medio que es rápido, pero no ofrece fiabilidad
 - a. Soporte multimedia
 - b. Correo postal
 - c. Teléfono
 - d. Ninguna de las anteriores
13. 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 existe en las empresas...
 - a. SMS
 - b. Teléfono
 - c. Buzón de sugerencias
 - d. Correo electrónico
14. Determina las 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
15. Las interferencias comunicativas que se hallan en el entorno inmediato de la comunicación se denominan barreras
 - a. Contextuales
 - b. Del entorno
 - c. Interpersonales
 - d. Ambientales
16. A la hora de comunicarse con el cliente
 - a. Debemos evitar utilizar demasiados tecnicismos
 - b. Debemos utilizar muchos tecnicismos ya que denotan profesionalidad
 - c. Utilizaremos muchas expresiones coloquiales y argot
 - d. a y c son correctas

17. Señala qué funciones ofrece la comunicación en un grupo de trabajo
- Publicidad
 - Control
 - Motivación
 - b y c son correctas
18. ¿Cómo se denominan los caminos que sigue el flujo de mensajes entre el personal de una empresa?
- Códigos de comunicación
 - Canales de comunicación
 - Redes de comunicación
 - Ninguna de las anteriores
19. ¿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?
- Red casual
 - Rumor
 - Red en línea
 - Red reticular
20. En cuanto a lenguaje no verbal señala qué afirmación es correcta:
- Dar la mano firmemente denota confianza y seguridad
 - Las manos en el bolsillo indican autoridad
 - La mano en el mentón significa indecisión
 - Todas las anteriores son correctas
21. Señala las acciones adecuadas que debe llevar a cabo el personal.
- Ante un cliente ofuscado y polémico, es normal enfadarse
 - Ante un cliente que pregunta o tiene dudas, es imprescindible la rapidez, amabilidad y preparación
 - Ante clientes indecisos, daremos nuestra opinión personal
 - Si tenemos quejas de clientes, hay que meditar con tiempo la respuesta y responder a la queja sin prisa
22. Con relación a los clientes de una empresa, indicar cuál de las siguientes afirmaciones es correcta.
- Los proveedores se pueden considerar clientes externos
 - Los departamentos de la empresa se pueden considerar clientes externos
 - Los compradores finales de productos/servicios se pueden considerar clientes externos
 - Ninguna de las anteriores es correcta

23. El feedback es:
- a. Una respuesta dada a un estímulo como forma de evaluarlo
 - b. Una categoría de clientes
 - c. Un programa de comunicación para estimular la compra de ciertos productos
 - d. Ninguna de las anteriores
24. Dentro de los obstáculos de la comunicación, cuando no se interpreta o no se entiende el significado de las palabras, esto se puede clasificar como
- a. Factores sintácticos
 - b. Factores sociales
 - c. Factores semánticos
 - d. Factores organizativos
25. Dentro de los obstáculos de la comunicación, cuando existe una jerarquía demasiado rígida en la empresa que dificulta la comunicación, esto se puede clasificar como
- a. Factores sintácticos
 - b. Factores sociales
 - c. Factores semánticos
 - d. Factores organizativos
26. Dentro de los obstáculos de la comunicación, cuando existe cualquier afección que afecta al emisor o receptor, esto se puede clasificar como
- a. Factores físicos
 - b. Factores fisiológicos
 - c. Factores organizativos
 - d. Factores externos
27. En la comunicación oral, el proceso comunicativo se produce por medios _____ y ayudas _____ y en este caso el lenguaje corporal, tono de voz toman una gran importancia.
- a. Físicos y fisiológicos
 - b. Verbales y visuales
 - c. Organizativos y físicos
 - d. Visuales y físicos
28. En una exposición oral han de tenerse en cuenta:
- a. El contenido de la presentación
 - b. Utilización de un lenguaje adecuado
 - c. El empleo de frases cortas
 - d. Todas las respuestas anteriores son correctas

29. En una exposición oral han de tenerse en cuenta:

- a. Vocalizar con claridad
- b. Sustituir palabras por ilustraciones
- c. a y b son correctas
- d. Admitir que se está nervioso y disculparse por ello

30. Actitudes y técnicas positivas como emisor son:

- a. Pensar lo que realmente no se quiere decir y expresarlo de forma clara y coherente
- b. Adaptar el lenguaje al nivel de comprensión del receptor utilizando un vocabulario complejo y difícil de entender
- c. Hablar correctamente, a velocidad adecuada, de forma clara y vocalizando bien en todo momento
- d. Todas las anteriores son correctas

31. Actitudes y técnicas negativas como emisor

- a. No prestar atención al cliente
- b. Ayudar al cliente
- c. Tener empatía con el cliente
- d. Todas las anteriores son correctas

32. Las preguntas abiertas se suelen utilizar para:

- a. Situar en contexto la necesidad o el problema del cliente
- b. Entender la situación
- c. Obtener información adicional
- d. Todas las anteriores son correctas

33. Las preguntas cerradas se suelen utilizar para:

- a. Obtener información concreta
- b. Aclarar cualquier duda
- c. Confirmar la información previa que se tiene
- d. Todas las anteriores son correctas

34. 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

35. Con relación al control de calidad de los servicios que ofrece un taller, indicar cuál de las siguientes afirmaciones es correcta:
- La satisfacción del cliente no está relacionada con la calidad del servicio que se ofrece si no con el coste hora y el coste de los recambios
 - El objetivo de un buen servicio es conseguir la satisfacción del cliente y no la venta o la reparación en sí misma
 - El control de calidad del servicio que ofrece un taller va dirigido a los procesos de reparación, por lo que controlar la calidad del servicio de atención al cliente no es prioritario
 - Ninguna de las anteriores es correcta
36. El método empleado para localizar las posibles fuentes de fallos de un servicio a partir de la representación gráfica del mismo se denomina
- Blueprinting
 - ServQual
 - Quiz Customer
 - Disclaimsearching
37. El _____ depende de la calidad del diagnóstico o análisis estratégico realizado por la dirección de la empresa
- Gap técnico
 - Gap estratégico
 - Gap analítico
 - Gap funcional
38. En el contexto de la calidad del servicio (modelo de gaps) la diferencia entre lo que la empresa comunica al exterior y lo que realmente hace se conoce como
- Gap comunicativo
 - Gap empresa-cliente
 - Gap autoreferencial
 - Gap de las relaciones externas
39. En caso de reclamación, el cliente remitirá el original de la hoja de reclamaciones cumplimentado, en el plazo máximo de _____ mes(es) a las autoridades competentes en materia de consumo correspondientes al lugar donde se encuentre ubicado el taller, conservando la copia verde en su poder y entregando las copias rosa y amarilla al taller.
- 3
 - 2
 - 1
 - 6

40. Para formular una reclamación el cliente podrá, durante un plazo de ____ mes(es) desde la entrega del vehículo o desde la finalización de la garantía, solicitar del taller la entrega de una hoja de reclamaciones.
- 3
 - 6
 - 2
 - 1
41. Cuando se define la comunicación dentro de un grupo o equipo en el entorno laboral como medida de control del comportamiento de las personas que forman parte de un grupo, es: pag256
- Expresión emocional
 - Control
 - Motivación
 - Cooperación
42. ¿Cómo se denomina a la función de la comunicación en la que nos referimos al acto puro de transmisión y recepción de la información mediante la cual el flujo comunicativo proporciona al receptor un caudal de información en forma de experiencias, aprendizajes, hábitos, etc? Pag256
- Informativa
 - Afectivo valorativa
 - Reguladora
 - Ninguna de las anteriores
43. El origen de la comunicación surge de la necesidad de satisfacer la necesidad humana de: pag254
- Informar
 - Colaborar en la consecución de metas comunes
 - Establecer relaciones interpersonales
 - Todas las anteriores
44. El conjunto de signos y reglas que permiten interpretar el mensaje se denomina: pag254
- Canal
 - Código
 - Contexto
 - Ninguna de las anteriores
45. La comunicación transmitida por un semáforo o cualquier señal de tráfico es: pag259
- Lenguaje escrito
 - Comunicación visual
 - Comunicación gestual
 - Comunicación lingüística

46. El flujo de información entre personas de un mismo nivel organizacional se denomina: pag265
- Información descendente
 - Información ascendente
 - Información horizontal
 - Información diagonal
47. ¿Qué podemos decir de la responsabilidad social de una empresa?
- Las empresas no tienen responsabilidades sociales
 - Son medidas que se toman ante los cambios de la sociedad debidos a la tecnología
 - Una medida que refleja la responsabilidad social de una empresa puede ser la creación de economatos, bibliotecas, parques, etc que ayuden al desarrollo económico de la zona en la que está instalada
 - Consiste en la contratación de un mínimo de un 10 % de personal con discapacidad
48. Ante una queja o reclamación de un cliente:
- La empresa debe entregarle una hoja de reclamaciones si el cliente la solicita, si no lo hace cometería una infracción en materia de consumo
 - La empresa asesora al cliente y si lo considera oportuno, le ofrece una hoja de reclamaciones
 - La empresa solo tiene la obligación de entregar al cliente una hoja de reclamaciones interna, si el cliente desea otro tipo de hoja, debe solicitarla en la oficina de consumo de su comunidad
 - Ninguna de las anteriores
49. Las hojas de reclamaciones se le darán al cliente:
- Si el personal de taller o empresa considera que el cliente tiene algún motivo para quejarse
 - Si el cliente lo solicita aunque no tenga motivo de queja. Si se le deniega, el taller puede ser sancionado
 - Si el cliente lo solicita, pero ha de ser en el momento de la entrega del vehículo
 - El RD 31/95 establece que la hoja de reclamaciones debe ser ofrecida al cliente siempre al entregarle la factura, aunque normalmente no se hace
50. ¿Qué se entiende por gap de calidad del servicio?
- Es la abreviatura de ganancia adecuada al producto que recibe un cliente como servicio de la empresa
 - Es la diferencia entre el servicio que un cliente recibe y el que se espera recibir
 - Es la Garantía Ampliada en Plazo que un cliente recibe como mejora de la calidad de un servicio
 - Ninguna de las anteriores es correcta

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

Cubrir completamente la respuesta correcta como se indica en la imagen → 21 ☐ a ☐ b ☒ c ☐ d

Si debido a un error se quiere corregir la respuesta marcada se hará esto → 21 ☒ a ☐ b ☒ c ☐ d

HOJA DE RESULTADOS

ZIPGRADE.COM

- | | | |
|--|--|--|
| 1 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d | 18 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d | 35 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d |
| 2 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d | 19 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d | 36 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d |
| 3 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d | 20 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d | 37 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d |
| 4 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d | 21 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d | 38 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d |
| 5 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d | 22 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d | 39 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d |
| 6 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d | 23 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d | 40 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d |
| 7 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d | 24 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d | 41 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d |
| 8 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d | 25 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d | 42 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d |
| 9 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d | 26 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d | 43 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d |
| 10 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d | 27 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d | 44 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d |
| 11 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d | 28 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d | 45 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d |
| 12 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d | 29 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d | 46 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d |
| 13 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d | 30 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d | 47 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d |
| 14 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d | 31 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d | 48 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d |
| 15 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d | 32 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d | 49 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d |
| 16 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d | 33 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d | 50 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d |
| 17 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d | 34 ☐ a ☐ b ☐ c ☐ d | |

POT 50 answer (1806)