

Anexo 2

Pruebas para la obtención de títulos de Técnico y Técnico Superior

MODELO PARA LA ELABORACIÓN DE LAS PRUEBAS

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 ASPIRANTE			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I. / N.I.E.	Fecha:	

Código del ciclo: COM M01	Denominación completa del título: TÉCNICO EN ACTIVIDADES COMERCIALES
Clave o código del módulo: 1231	Denominación completa del módulo profesional: DINAMIZACIÓN EN EL PUNTO DE VENTA

INSTRUCCIONES GENERALES PARA LA REALIZACIÓN DE LA PRUEBA
- La prueba tendrá una duración máxima de una hora y treinta minutos. - No utilizar recursos ni material de consulta (salvo los expresamente autorizados). - Se aconseja realizar una lectura minuciosa y detallada de las cuestiones planteadas. - La prueba se entrega grapada y no se facilitan folios sueltos. - Es necesario cumplimentar los datos del aspirante antes del examen y firmar en todas las hojas que se entreguen. - Antes de entregar la prueba es necesario mostrar el DNI al profesor examinador. - Las respuestas se deben 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). - No se resuelven dudas, cualquier consideración o interpretación se hará constar junto al enunciado. - No se permite el uso de ningún tipo de dispositivo electrónico.

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN Y VALORACIÓN
- La prueba consta de diferentes cuestiones teórico-prácticas. - La valoración de cada cuestión figura junto a su enunciado. La puntuación máxima se obtiene si: - La respuesta es correcta y completa. - El procedimiento es el adecuado y el resultado es el exacto. - La puntuación total de la prueba es de diez puntos. - La calificación mínima necesaria para considerar el ejercicio aprobado es de cinco puntos.
(1) Consígnense las denominaciones exactas y los códigos reflejados en el Anexo 3.a o 3.b de las presentes instrucciones.

CALIFICACIÓN
.....



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

RA 1 Organiza la superficie comercial, aplicando técnicas de optimización de espacios y criterios de seguridad e higiene. 3 puntos

Ejercicio 1

Se ha llevado a cabo un estudio de tres zonas de un *category killer* dedicado a la venta de juguetes para niños. Teniendo en cuenta la información obtenida, analiza los resultados obtenidos en las zonas 2 y 3 y propón posibles soluciones de mejora.

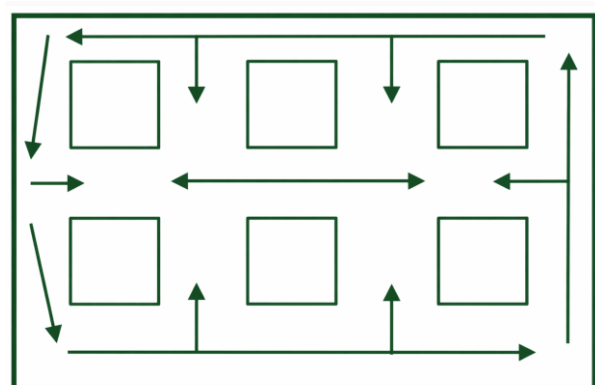
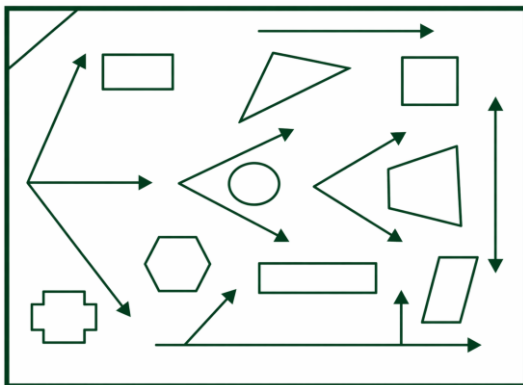
Zonas	Ic CIRCULACIÓN	Ia ATRACCIÓN	Ico COMPRA
Zona 1	90%	95%	80%
Zona 2	87%	30%	68%
Zona 3	40%	87%	90%

1 punto

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

Ejercicio 2

Observa las siguientes disposiciones de mobiliario de una sala de ventas.



Preguntas

1. ¿Cómo se denominan? Analice sus ventajas e inconvenientes. Indique un formato de distribución comercial representativo de cada una de ellas. **1 punto**
2. ¿Cómo denominarías, en un establecimiento del sector textil, los puntos en los que se sitúa la zona de caja y la zona de probadores? **0,5 puntos**
3. Asocie cada uno de los cuatro tipos de muebles expositores con el tipo de establecimiento más adecuado para cada uno. **0,5 puntos**

Tipo de establecimiento

Ferretería

Joyería

Supermercado

Textil

Mobiliario

Burros

Góndola

Paneles *Peg board*

Vitrina



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



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

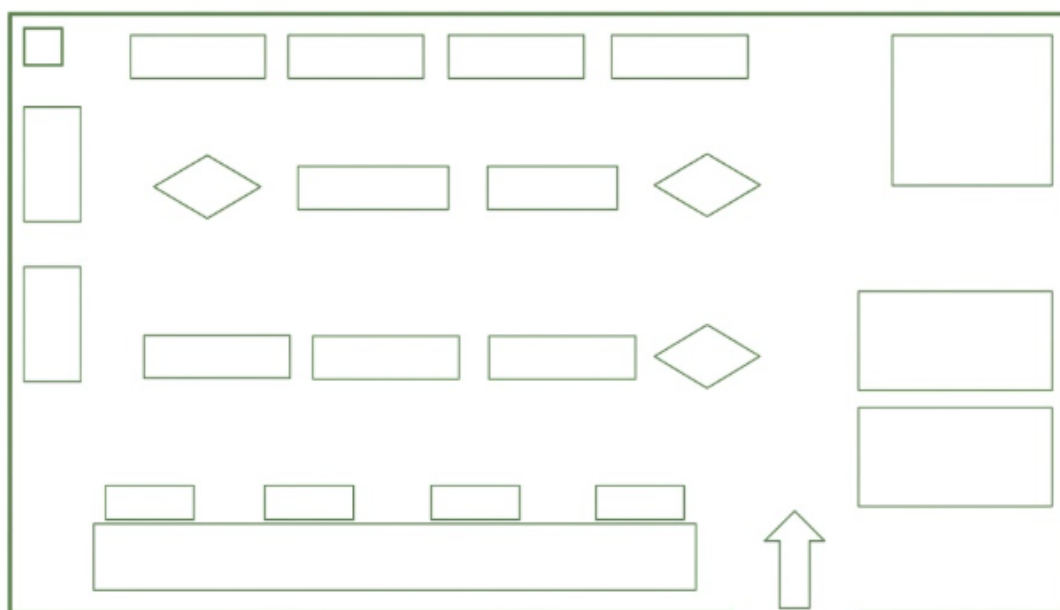
RA 2 Coloca, expone y repone los productos en la zona de venta, atendiendo a criterios comerciales, condiciones de seguridad y normativa vigente. 2 puntos

Ejercicio 1

Sobre la superficie rectangular de un hipotético hipermercado, realiza las siguientes implantaciones de zonas, secciones y productos. Justifica las razones que te han llevado a realizar ese diseño de planta o lay out.

- Zonas: caliente, fría y línea de caja. Indica tipología de pasillos.
- Secciones: carnicería, bebidas, charcutería, pescadería, textil, electrodomésticos, frutería, congelados, perfumería y librería;
- Productos: pilas, chicles, aperitivos.

1,25 puntos





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



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

Preguntas

1. Explica qué magnitudes definen la dimensión del surtido de un punto de venta. Teniendo en cuenta estas magnitudes, analiza de forma comparativa el surtido en los siguientes formatos de distribución comercial:
 - a) Tienda de conveniencia y category killer
 - b) Hipermercado y autoservicio.

0,75 puntos



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

RA 3 Realiza trabajos de decoración, señalética, rotulación y cartelería, aplicando técnicas de publicidad y animación en el punto de venta. 0,5 puntos

Preguntas

1. Enumere y explique brevemente al menos **cuatro objetivos o funciones** que persiga el uso del PLV dentro de un establecimiento comercial. 0,4 puntos
2. Son muchas las formas de PLV que habitualmente se observan en los puntos de venta. Identifique y describa dos tipos de PLV que sean habituales en una farmacia. 0,1 puntos



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

RA 4 Realiza los escaparates adecuados a las características esenciales de los establecimientos y cuida los elementos exteriores, aplicando técnicas profesionales. 0,5 puntos

Preguntas

1. Según la finalidad que persiguen identifica 5 tipos de escaparates que conozcas. 0,5 puntos

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

RA 5 Determina acciones promocionales para rentabilizar los espacios de establecimientos comerciales, aplicando técnicas para incentivar la venta y para la captación y fidelización de clientes. 2 puntos

Ejercicio 1

La venta media mensual que ha efectuado un determinado producto durante el ejercicio anterior alcanza las 97 unidades físicas, siendo el beneficio por unidad de 9,64 €. El establecimiento comercial se plantea la realización de una acción promocional con un tiempo de vigencia de un mes. Utiliza la reducción del precio con un coste de 4,5 €/u. También sabemos que la empresa llevará a cabo una campaña de publicidad en radio local, a través de cuñas publicitarias, con el fin de comunicar dicha acción. El coste de la misma asciende a 463 €. Calcular cuantas unidades tiene que vender para que la promoción genere beneficios. Calcule el punto crítico de la acción. 1 punto

Preguntas

Las promociones pueden jugar un papel especialmente importante en la optimización de los resultados de un negocio.

- ¿Cuál es el objetivo fundamental de la utilización de las muestras? Indique de qué tipo de promoción se trata y analice sus principales inconvenientes. 0,5 puntos
- Compara las técnicas promocionales conocidas como *juegos* y *concursos*, analizando sus diferencias en cuanto a mecánica, participación, grado de implicación del consumidor, criterios de obtención del premio, tipos de premio y objetivos comerciales dentro de la estrategia de marketing. 0,5 puntos



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

RA 6 Aplica métodos de control de acciones de merchandising, evaluando los resultados obtenidos.

2 puntos

Ejercicio 1

Con los siguientes datos semanales sobre cuatro referencias pertenecientes a la familia de cafeteras un establecimiento quiere obtener información para poner en marcha estrategias de mejora.

Referencia	PV	PC	Unidades vendidas	Lineal (m)
A	330	230	26	0,4
B	240	110	39	0,4
C	210	135	42	0,4
D	120	160	30	0,4
Total				

1. Analice si las referencias de la actividad anterior pueden ser consideradas como productos parásitos, interesantes o equilibrados. **1 punto**
2. Analice, a través del *Indice de Lineal según Ventas*, si la dotación de lineal dada a cada referencia es la correcta. Indique qué decisión se debe tomar en aquellos casos en los que no lo sea. **1 punto**