

Pruebas para la obtención de los títulos de Técnico y Técnico Superior de Formación Profesional

Convocatoria correspondiente al curso 2025-2026

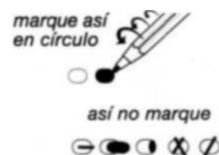
(Resolución de 12 de diciembre de 2025 de la Dirección General de Educación Secundaria, Formación Profesional y Régimen Especial)

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

Código del ciclo: 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

- 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
- 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
- No utilizar líquido corrector (típlex) en la plantilla de respuestas
- Utilizar solamente el papel facilitado por el examinador
- No escribir en los márgenes de la hoja de respuestas para hacer aclaraciones.
- Solo se corregirán la hoja de respuestas (última página), no se tendrán en cuenta las respuestas señaladas en el cuadernillo de preguntas
- Señalar la respuesta correcta rellenando el círculo en la 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 se permite el uso de material didáctico.
- La prueba tendrá una **duración de 1 hora**.



CRITERIOS DE CALIFICACIÓN Y VALORACIÓN

- Este examen consta de 40 preguntas.
- Sólo existe una respuesta adecuada a cada pregunta.
- Las preguntas puntúan de la siguiente forma:
 - Aciertos=+0.25
 - Errores= -0.125
- La fórmula de corrección será:
 - Primero, multiplicando los aciertos por 0.25
 - Segundo, multiplicando los errores por 0.125
 - Finalmente, restando a la puntuación de los aciertos, la de los errores
- Se consideran positivas las calificaciones iguales o superiores a cinco.

ACIERTOS	ERRORES	EN BLANCO	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) **Una de las ventajas de aplicar marketing en estética y peluquería es:**
 - a. Eliminar la estacionalidad del sector.
 - b. Aumentar los costes fijos.
 - c. Reducir la calidad del servicio.
 - d. Limitar la comunicación con los clientes.
- 2) **¿Cuál es el propósito del marketing mix?**
 - a. Analizar el entorno interno y externo de la empresa.
 - b. Evaluar los resultados y realizar los ajustes necesarios.
 - c. Crear un plan de acción y establecer sistemas de control.
 - d. Seleccionar el mercado objetivo y desarrollar las 4Ps.
- 3) **Según la teoría original de Maslow, ¿qué condición es necesaria para que una necesidad superior emerja con fuerza motivacional?**
 - a. Que todas las necesidades inferiores estén completamente satisfechas al 100%
 - b. Que las necesidades inferiores estén razonablemente satisfechas, aunque no de forma absoluta
 - c. Que exista presión social hacia el logro
 - d. Que el individuo tenga alta autoestima
- 4) **¿Cuál es un ejemplo correcto de movimientos del cuerpo y gestos en la comunicación no verbal?**
 - a. Sonrisa falsa
 - b. Postura erguida y relajada.
 - c. Mirada fija y penetrante
 - d. Movimientos de cabeza.
- 5) **En la comunicación, el contexto es:**
 - a. La respuesta que da el receptor
 - b. El mensaje que se envía del emisor al receptor
 - c. Es la situación en la que se desarrolla la comunicación
 - d. Es la información que se da
- 6) **Internet:**
 - a. Es un medio que sirve para enviar publicidad
 - b. Es un soporte que sirve para enviar publicidad
 - c. Es un contexto que sirve para enviar publicidad
 - d. No es nada de lo anterior
- 7) **Los periodos de rebajas se hacen:**
 - a. Cuando quiere la empresa
 - b. Cuando quiere el fabricante
 - c. Cuando lo marca la ley

- d. Cuando se quiera
- 8) **No es una forma de disposición del mobiliario:**
- a. Libre
 - b. En parrilla
 - c. En diagonal
 - d. Aspirada
- 9) **Señala la opción falsa sobre la asertividad:**
- a. Hay 4 estilos de comunicación: pasivo, activo, asertivo y agresivo
 - b. Hay 3 estilos de comunicación: pasivo, asertivo y agresivo
 - c. Ayuda a aumentar la autoestima
 - d. Transmisión eficaz de opiniones, creencias o sentimientos y con respeto
- 10) **Señala la respuesta falsa. Una señal de compra puede ser**
- a. Probar el producto
 - b. Preguntar sobre la forma de pago
 - c. Comparar con otros productos
 - d. Inclinar ligeramente hacia atrás
- 11) **El CRM es:**
- a. Una red social
 - b. Un programa informático para segmentar grupos de clientes
 - c. Una técnica de venta
 - d. Una aplicación de móvil para enviar mensajes cortos
- 12) **¿Qué se debe hacer si un establecimiento se niega a proporcionar una hoja de reclamaciones?**
- a. Dejar una reseña negativa en línea
 - b. Ignorar la situación
 - c. Solicitar la intervención de la policía
 - d. Aceptar la negativa y retirarse
- 13) **El franquiciador es quien:**
- a. Explota la marca y cede su uso a otros.
 - b. Compra los derechos de una marca.
 - c. Es solo un distribuidor.
 - d. No interviene en la gestión.
- 14) **¿Cuál es el objetivo del análisis del entorno en el plan de marketing?**
- a. Evaluar los recursos y capacidades internos.
 - b. Identificar el mercado objetivo y los competidores.
 - c. Medir la efectividad de las acciones de marketing.
 - d. Desarrollar estrategias para el marketing mix.
- 15) **¿Qué acción forma parte del proceso de atención?**
- a. Hablar continuamente
 - b. Evitar preguntas
 - c. Escucha activa
 - d. Ninguna es correcta

16) **¿Cuáles son las fases del proceso normal de compra?**

- a. Investigación, decisión, acción. evaluación.
- b. Acción estímulo investigación y decisión.
- c. Estímulo, investigación, decisión, acción.
- d. Decisión, acción, estímulo, investigación.

17) **¿Cuántos tipos de comunicación verbal existen?**

- a. Dos: verbal y contra verbal.
- b. Sólo hay una la hablada.
- c. Tres: palabra pensamientos y omisiones.
- d. Dos: oral y escrito

18) **El mensaje publicitario:**

- a. Lo compone el eslogan
- b. Consiste en una frase corta que resume la intención del anuncio
- c. Incluye texto, imágenes, sonidos y símbolos
- d. Su único objetivo es captar la atención

19) **La compra no planificada suele estar relacionada con:**

- a. Estímulos visuales
- b. Falta de stock
- c. Precios altos
- d. Falta de atención

20) **Es una objeción real:**

- a. Tengo que verlo con mi marido
- b. No acaba de convencerme
- c. No es lo que yo tenía pensado
- d. El envase es demasiado grande

21) **¿Qué color de la hoja de reclamaciones debe quedarse el consumidor según la normativa?**

- a. Verde o amarilla
- b. Blanca
- c. Azul
- d. Rosa

22) **Para fidelizar, el profesional debe:**

- a. Esperar que el cliente vuelva solo.
- b. No dejar silencios.
- c. Anticiparse a los deseos del cliente.
- d. Llamarlo con confianza.

23) **¿Qué forma parte de la comunicación externa?**

- a. Reuniones internas
- b. Publicidad
- c. Hojas de turnos
- d. Avisos al personal

24) **Un anuncio incluye durante milisegundos una palabra que el espectador no percibe conscientemente. ¿Qué tipo de publicidad es?**

- a. Publicidad comparativa

- b. Publicidad emocional
- c. Publicidad subliminal
- d. Publicidad informativa

25) **La técnica del punto máximo es:**

- a. Una técnica para rebatir objeciones
- b. “Sí, pero” seguido de un argumento que reste el inconveniente planteado
- c. Es una técnica de cierre
- d. A y b son correctas

26) **¿Cuál es el objetivo principal de obtener la certificación ISO 9001 de gestión de la calidad?**

- a. Eliminar la competencia del mercado
- b. Mejorar la eficiencia y satisfacción del cliente
- c. Aumentar los precios de los productos
- d. Reducir la calidad de los servicios

27) **La servucción se define como:**

- a. La fabricación de bienes.
- b. La creación de un servicio.
- c. El plan financiero.
- d. La distribución de productos.

28) **Las variables principales que influyen en una compra son:**

- a. Producto, conveniencia y precio.
- b. Producto, precio y reflexión
- c. Producto, conveniencia y valor
- d. Reflexión, precio y valor.

29) **El escaparate comunica:**

- a. Solo precios
- b. Normas internas
- c. Imagen y estilo del centro
- d. Solo los productos y servicios

30) **La preparación de la venta:**

- a. No es muy importante la formación previa, se adquiere con la experiencia
- b. La improvisación es más importante que la estrategia de venta
- c. Hay que conocer los productos, la competencia y las tendencias de mercado
- d. Todas son correctas

31) **Los atributos tangibles de un producto son:**

- a. Las características físicas que se perciben con los sentidos
- b. Las características no perceptibles por los sentidos, pero sí objetivas
- c. Son el precio y el valor del producto
- d. Ninguna es correcta

32) **¿Qué elemento es importante en una fachada?**

- a. Estantería
- b. Iluminación
- c. El rotulo
- d. Escalón

33) Un punto caliente es:

- a. El lugar donde se pone la calefacción
- b. Lugar que pasa desapercibido por los clientes
- c. Lugares donde los productos se vende menos
- d. Un lugar que atrae a los clientes

34) ¿Qué es la mediación o arbitraje en el contexto de reclamaciones de consumidores?

- a. Un sistema de reembolso automático
- b. Un servicio de entrega a domicilio
- c. Una alternativa extrajudicial
- d. Un proceso judicial

35)Cuál es la definición de cliente en términos económicos:

- a. Una persona que trabaja dentro de la empresa y requiere un servicio o producto.
- b. Un cliente es aquella persona física o jurídica que recibe un producto o un servicio.
- c. Una persona que necesita un producto o servicio, pero no es parte de la empresa.
- d. Persona que compra impulsivamente un producto o servicio

36) ¿Qué habilidad refuerza la comunicación verbal?

- a. No escuchar
- b. Repetir sin sentido
- c. Parafrasear
- d. Hablar solo de uno mismo

37) Promocionar una limpieza facial con descuento es una campaña de:

- a. Promoción de servicios
- b. Publicidad institucional
- c. Publicidad engañosa
- d. Publicidad subliminal

38) ¿Cuáles son los tipos de clientes según el proceso de compra?

- a. Reflexivo e impulsivo
- b. Leal y cambiante
- c. Frecuente y esporádico
- d. Todo lo anterior

39) El merchandising busca principalmente:

- a. Cambiar el precio de los productos
- b. Influir en el comportamiento de compra del cliente
- c. Eliminar la competencia
- d. Reducir costes de personal

40) Las promociones suelen durar poco tiempo porque:

- a. No funcionan a corto plazo
- b. Son costosas para la empresa
- c. No gustan a los clientes
- d. Son obligatorias