

## Anexo 2

### Pruebas para la obtención de títulos de Técnico y Técnico Superior

#### MODELO PARA LA ELABORACIÓN DE LAS PRUEBAS

##### Convocatoria correspondiente al curso 2021-2022

(Resolución de 3 de diciembre de 2021 de la Dirección General de Educación Secundaria, Formación Profesional y Régimen Especial)

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

Código del ciclo: <b>COMS03</b>	Denominación completa del título: <b>TÉCNICO SUPERIOR EN GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES</b>
Clave o código del módulo:	Denominación completa del módulo profesional: <b>POLITICAS DE MARKETING</b>

INSTRUCCIONES GENERALES PARA LA REALIZACIÓN DE LA PRUEBA
<ul style="list-style-type: none"> <li>La prueba tendrá una duración máxima de una hora y treinta minutos.</li> <li>No es necesario ningún material ni documentación.</li> <li>Se aconseja realizar una lectura minuciosa y detallada de las cuestiones planteadas.</li> <li>La prueba se entrega grapada y no se facilitan folios sueltos.</li> <li>Es necesario cumplimentar los datos del aspirante antes del examen y firmar en todas las hojas que se entreguen.</li> <li>Antes de entregar la prueba es necesario mostrar el DNI al profesor examinador.</li> <li>Las respuestas se deben escribir con tinta indeleble, que no sea roja.</li> <li>Si se ha de rectificar una respuesta, trazar un aspa o tachar con una línea horizontal. No utilizar líquido corrector (Tippex)</li> <li>No se resuelven dudas, cualquier consideración o interpretación que se quiera que se tenga en cuenta se hará constar junto al enunciado.</li> <li>No se permite el uso de ningún tipo de dispositivo electrónico.</li> </ul>

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN Y VALORACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> <li>La prueba consta de diferentes cuestiones teórico-prácticas.</li> <li>La valoración de cada cuestión figura junto a su enunciado.</li> <li>La puntuación máxima de cada cuestión se obtiene si la respuesta es correcta y completa.</li> <li>La puntuación total de la prueba es de diez puntos.</li> <li>La calificación mínima necesaria para considerar el ejercicio aprobado es de cinco puntos.</li> </ul>

(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:	

**1ª PARTE: Evalúa las oportunidades de mercado, para el lanzamiento de un producto, la entrada en nuevos mercados o la mejora del posicionamiento del producto o servicio, analizando las variables de marketing-mix y las tendencias y evolución del mercado. (1 punto)**

Defina:

a) Marketing

b) Marketing estratégico

c) Marketing operativo

d) Determine distintos tipos de marketing



**2ª PARTE Define la política del producto, analizando las características, atributos y utilidades del producto o servicio para su adecuación a las necesidades y perfil de los clientes a los que va dirigido. (2 puntos)**

a) Determine los diferentes atributos del Producto

b) Establezca y defina las principales características de cada una de las diferentes etapas del Ciclo de Vida del Producto

**3ª PARTE: Define la política de precios de los productos o servicios, analizando los costes, la demanda, la competencia y demás factores que intervienen en la formación y cálculo de los precios. (1,5 punto)**

- a) Un comerciante de ropa ha comprado una partida de 500 pantalones al precio de 35€ la unidad. Espera venderlos en tres meses y los gastos son los siguientes:

Gastos de personal €: 2.300

Luz, agua, teléfono 350€

Alquiler de local: 900€

Otros gastos 750€

El comerciante aplica un 18% de beneficio,

¿A qué precio deberá vender cada pantalón? ( calcule el precio SIN IVA)

- b) Determine el precio de venta de un producto cuyos costes son:

Costes fijos = 20.000€,

Costes variables unitarios = 6€.

Desea obtener un margen de beneficio de 30%

Espera vender 10.000 unidades

**4ª PARTE: Selecciona la forma y canal de distribución más adecuado para cada producto, servicio o gama de productos, analizando las alternativas de distribución disponibles. (1 punto)**

Indique los objetivos y las estrategias de distribución

**5ª PARTE Selecciona las acciones de comunicación más adecuadas para lanzar nuevos productos y servicios o prolongar su permanencia en el mercado y reforzar así la imagen corporativa y de marca, evaluando las distintas alternativas disponibles. (1,5 puntos)**

Indique el mix de comunicación: tipos y formas

**6ª Elabora briefings de productos, servicios o marcas para la ejecución o la contratación externa de acciones de comunicación, relacionando las variables del marketing-mix, los objetivos comerciales y el perfil de los clientes. (1 Punto)**

Defina y desarrolle el briefing de productos y marcas

**7ª PARTE: Elabora el plan de marketing, seleccionando la información de base del producto, precio, distribución y comunicación y relacionando entre sí las variables del marketing-mix (1 punto)**

El plan de marketing: características, utilidades y estructura.



**8ª.PARTE: Realiza el seguimiento y control de las políticas y acciones comerciales establecidas en el plan de marketing, evaluando su desarrollo y el grado de consecución de los objetivos previstos. (1punto)**

Establezca el diseño y ejecución que conlleva la puesta en marcha de un plan de Marketing