

Anexo 2

Pruebas para la obtención de títulos de Técnico y

Técnico Superior MODELO PARA LA

ELABORACIÓN DE LAS PRUEBAS

Convocatoria correspondiente al curso 2022-2023

(Resolución de 13 de diciembre de 2022 de la Dirección General de Educación Secundaria, Formación

DATOS DEL ALUMNO			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I./N.I.E.	Fecha:	
Código del ciclo: COMS04	Denominación completa del título: COMERCIO INTERNACIONAL		
Clave o código del módulo: 0822	Denominación completa del módulo profesional: SISTEMAS DE INFORMACION DE MERCADOS		

Profesional y Régimen Especial)

INSTRUCCIONES GENERALES PARA LA REALIZACIÓN DE LA PRUEBA
<p>Indíquese cuantas instrucciones sean necesarias para la realización de la prueba, materiales necesarios, duración y cualesquiera otros aspectos relevantes que se consideren oportunos como, entre otros, los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cumplimentar los datos del aspirante antes del examen y firmar en todas las hojas que se entreguen. - Tener disponible el DNI o documento identificativo equivalente en la mesa. - Señalar y escribir con tinta indeleble, que no sea roja, las respuestas y su desarrollo. - 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 (con el sello y formato correspondiente). - No utilizar material de consulta (salvo aquél que se autorice expresamente).
CRITERIOS DE CALIFICACIÓN Y VALORACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> - Cada respuesta tipo test vale 0,27 puntos - Preguntas tipo test mal contestadas restan 0,12 puntos - Preguntas NO TIPO TEST mal contestadas no restan - Ejercicio 1: 1 punto - Ejercicio 2: 1 punto

CALIFICACIÓN
.....

(1) Consignense las denominaciones exactas y los códigos reflejados en el anexo 1.a o 1.b de las presentes instrucciones.



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

CONTENIDO DE LA PRUEBA:

1.- Aquellos factores del entorno que o son controlables por parte de la organización, pero sobre los que puede ejercer, en mayor o menor medida su influencia y cierto grado de control, se denominan

- a)** Variables del microentorno de la organización
- b)** Variables del macroentorno de la organización
- c)** Variables internas de la organización
- d)** Variables externas de la organización

2.- Las oportunidades y amenazas presentes en el entorno se podrán detectar a través de la puesta en práctica de:

- a)** Un análisis del macroentorno
- b)** Un análisis del microentorno
- c)** Un análisis interno
- d)** Un análisis externo

3.- Las marcas del fabricante responden a una estrategia comercial asociada a:

- a)** Mercados de consumo inmediato
- b)** Mercado de servicios
- c)** Mercados de consumo duradero
- d)** Las respuestas a y c son correctas

4.- La institución básica del sistema multilateral de comercio y principal plataforma para el desarrollo de las relaciones comerciales entre los países es la

- a)** Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD)
- b)** Secretaría de Estado de Comercio
- c)** Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)
- d)** Organización Mundial del Comercio

5.- Los mercados organizacionales asociados a la adquisición de bienes para su utilización como materia prima para la obtención de otros productos y servicios se denominan

- a)** Mercados institucionales
- b)** Mercados de servicios
- c)** Mercados industriales
- d)** Mercados de intermediarios

6.- Los factores que componen la fase de evaluación o retroalimentación del proceso de compra del consumidor final son:

- a)** Disonancia cognoscitiva
- b)** Valoración de alternativas
- c)** Aprendizaje a partir de la experiencia de compra
- d)** Evaluación del nivel de satisfacción respecto a la adquisición y uso del producto o servicio

7.- En decisiones de compra de baja implicación, el consumidor final puede reducir drásticamente o no tomar en cuenta la fase de:

- a)** Búsqueda de información
- b)** Evaluación de alternativas
- c)** Reconocimiento de la necesidad
- d)** Las respuestas a y b son correctas

8.- Con independencia del criterio de segmentación seleccionado, entre los requisitos que garantizan la efectividad de la segmentación, podemos citar

- a)** Estabilidad temporal
- b)** Accesibilidad
- c)** Defensa
- d)** Carácter cualitativo

9.- Si realizamos una clasificación de la información en base a su disponibilidad, diferenciamos entre

- a)** Fuentes personales, institucionales y documentales
- b)** Fuentes primarias y secundarias
- c)** Fuentes bibliográficas, cuantitativas y cualitativas
- d)** Fuentes internas y externas

10.- El subsistema de datos internos nutre al sistema de información de marketing de una empresa de información acerca de

- a)** Su interacción con el microentorno
- b)** Su interacción con el macroentorno
- c)** Las relaciones entre distintos departamentos de la empresa a nivel funcional
- d)** Todas las respuestas anteriores son correctas

11.- Los objetivos que guían la redacción del Código ICC/ESOMAR son:

- a)** Incrementar la confianza del público en la investigación comercial
- b)** Subrayar la necesidad de mostrar un especial cuidado en el ejercicio profesional cuando se trabaje con niños y/o adolescentes
- c)** Reducir la necesidad de legislación en este sentido
- d)** Todas son correctas
- e)** Todas son falsas

12.- El origen de la necesidad de llevar a cabo un proyecto de investigación comercial, se basa principalmente en

- a)** La presencia de aspectos internos mejorables dentro de la organización
- b)** La existencia de incertidumbre respecto a la evolución de un determinado fenómeno o escenario
- c)** La importancia del macroentorno en el desarrollo de las decisiones estratégicas de la organización
- d)** Ninguna de las anteriores es correcta

13.- En el proceso de determinación de los objetivos de la investigación, la tipología de objetivos que se definen por su carácter cualitativo, integral o terminal son

- a)** Los objetivos específicos
- b)** Los objetivos intermedios
- c)** Los objetivos generales
- d)** Los objetivos operativos

14.- La tipología de investigación basada en el diseño de un proceso estructurado de investigación, que suele utilizar muestras de gran tamaño y cuyo interés está dirigido al análisis cuantitativo de la información obtenida, se llama

- a)** Investigación concluyente
- b)** Investigación longitudinal
- c)** Investigación exploratoria
- d)** Investigación transversal

15.- Las fuentes de información secundaria son de gran utilidad para

- a)** Establecer el diseño más adecuado para el desarrollo técnico de la investigación
- b)** Contribuir a la comprensión del problema objeto de estudio
- c)** Favorecer el establecimiento de hipótesis
- d)** Todas son correctas
- e)** Todas son falsas

16.- Los sistemas de búsqueda y recolección de información partiendo de palabras clave, para la localización de recursos en internet se llaman

- a) Data Warehouse
- b) Sistemas de información electrónicos
- c) Sistema CRM
- d) Motores de búsqueda

17.- El proceso de transformación e integración de aquellos datos recolectados, procesados y analizados anteriormente a nivel interno o externo, con un fin diferente a los objetivos planteados para el desarrollo de una investigación para permitir su uso efectivo en el desarrollo de la misma se llama

- a) Análisis cuantitativo
- b) Análisis cualitativo
- c) Análisis secundario
- d) Prospección documental

18.- En relación al grado de colaboración mostrado por las personas que proporcionan información, ¿Qué técnicas cualitativas se caracterizan por su carácter indirecto?

- a) Técnicas de creatividad
- b) Dinámicas de grupos
- c) Entrevistas
- d) Técnicas proyectivas
- e) Todas son correctas

19.- Indica cual respuesta **NO ES CORRECTA**. Entre los principales aspectos que aportan las dinámicas de grupo en la ejecución técnica de una investigación comercial podemos destacar

- a) Objetividad
- b) Flexibilidad
- c) Facilidad de realización
- d) Dinamismo

20.- Indica cual respuesta **NO ES CORRECTA**. La técnica cualitativa de observación es de gran utilidad para:

- a) La detección y el análisis de comportamientos inconscientes
- b) No distorsionar el comportamiento natural de la persona observada
- c) Aquellos supuestos en los que los propios individuos que componen la población no tienen capacidad para proporcionar dicha información
- d) La detección y el análisis de motivaciones, actitudes y opiniones impulsivas o rutinarias instantáneas

21.- En relación a las nuevas tipologías de encuesta con apoyo de las nuevas tecnologías, aquella que presenta una mayor restricción geográfica en cuanto a su capacidad de utilización es:

- a) MCAPI
- b) CATI
- c) CAPI
- d) CAWI

22.- A nivel estatal, el Estudio General de Medios constituye uno de los principales instrumentos de análisis asociados a:

- a) Paneles de detallistas
- b) Paneles de audiencias
- c) Encuestas ómnibus
- d) Paneles de consumidores

23.- En relación al desarrollo de técnicas de experimentación, el criterio de validez relacionado con la posibilidad de generación de la relación de causalidad identificada, que además permite la formulación de modelos de comportamiento se llama

- a) Variación concomitante
- b) Validez interna
- c) Validez externa
- d) Validez experimental

24.- Indica cual respuesta **NO ES CORRECTA**. Entre las principales razones para la contratación de encuestas ómnibus por parte de las empresas, podemos destacar las siguientes

- a) Su coste reducido, ya que los costes de estructura y operativos son compartidos por varias empresas
- b) El carácter dinámico de la información aportada, al realizarse varias oleadas
- c) La posibilidad para las empresas de llevar a cabo investigaciones asociadas a un número reducido de preguntas muy concretas
- d) Su realización por parte de empresas especializadas, principalmente de institutos de investigación y consultoras

25.- Qué tipología de muestreo es considerada por diversos autores como un método semiprobabilístico

- a) Muestreo estratificado
- b) Muestreo aleatorio simple
- c) Muestreo por rutas aleatorias
- d) Muestreo por cuotas

26.- La categoría de errores no muestrales, que está relacionada con las distorsiones en los resultados derivadas de los métodos usados para la concreción de los individuos incluidos en la muestra se llama

- a) Sesgo de selección
- b) Sesgo de información
- c) Sesgo de confusión
- d) Sesgo del investigador

27.- El valor que sirve para describir de forma resumida las variables y atributos estudiados en la muestra se llama

- a) Parámetro
- b) Estadístico
- c) Nivel de confianza
- d) Intervalo de confianza

28.- El número de apariciones en una muestra de un determinado valor de una variable se denomina

- a) Frecuencia absoluta
- b) Frecuencia relativa
- c) Frecuencia absoluta acumulada
- d) Frecuencia relativa acumulada

29.- La proporción o tamaño relativo de las ocurrencias de un valor determinado de la variable respecto al resto de valores o el conjunto de la muestra se llama

- a) Frecuencia absoluta
- b) Frecuencia relativa
- c) Frecuencia absoluta acumulada
- d) Frecuencia relativa acumulada

30.- La medida de dispersión que representa la variabilidad promedio de una distribución a partir del cálculo del promedio de las desviaciones experimentadas por las observaciones respecto de la media se llama

- a) Coeficiente de variación
- b) Varianza
- c) Desviación típica
- d) Covarianza

Ejercicio 1:

Tenemos los siguientes datos relativos al nivel de gasto mensual en productos de limpieza de 250 hogares

Gasto mensual en €	Observaciones
0-50	19
51-150	69
151-250	78
251-350	53
351-500	31

- Realiza el cálculo de la media de la distribución de frecuencias
- Atendiendo a la distribución de frecuencias realiza el cálculo de la moda
- Calcula la mediana de la distribución de frecuencias
- Calcula la desviación típica de la distribución de frecuencias

Ejercicio 2:

En un IES se lleva a cabo un examen de matemáticas a los dos grupos de Bachillerato,

El grupo A tiene una nota media de 7,4 con una desviación típica de 2

El grupo B tiene una nota media de 6,6 con una desviación típica de 1,2

¿Cuál de los dos grupos tiene un conocimiento más homogéneo de la asignatura?