**IES FEDERICA MONTSENY**

**Anexo V**

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

***Convocatoria correspondiente al curso académico 2019-20***

*(Orden 3743/2019, de 19 de diciembre, del Consejero de Educación y Juventud)*

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

|  |  |
| --- | --- |
| Código del ciclo: COMS04 | Denominación completa del título:  Técnico Superior en Comercio Internacional |
| Clave o código del módulo: 0823 | Denominación completa del módulo profesional:  Marketing Internacional |

**INSTRUCCIONES GENERALES PARA LA REALIZACIÓN DE LA PRUEBA**

[La autenticidad de este documento se puede comprobar en www.madrid.org/csv](http://www.madrid.org/csv) mediante el siguiente código seguro de verificación: **0945626518167810595445**

* + 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, 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**

* + La calificación correspondiente a cada una de las cuestiones aparece indicada en los ejercicios planteados.
  + Se penalizarán las faltas de ortografía, 0,1 punto por cada falta de ortografía.
  + Se tendrá en cuenta la concreción en las repuestas, brevedad y claridad en los planteamientos.
  + Para superar y aprobar el módulo se debe obtener una calificación igual o superior a 5.

**CALIFICACIÓN**

**IES FEDERICA MONTSENY**

[La autenticidad de este documento se puede comprobar en www.madrid.org/csv](http://www.madrid.org/csv) mediante el siguiente código seguro de verificación: **0945626518167810595445**

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

**CONTENIDO DE LA PRUEBA**:

**EXAMEN**

**PARTE TEÓRICA (40%)**

1. Enumera y explica los factores que están determinando la influencia de la globalización de los mercados en el desarrollo del marketing internacional. **(0,5 puntos)**
2. Identifica y argumenta las diferentes etapas que atraviesa una organización en su proceso de internacionalización. **(0,5 puntos)**
3. ¿Cuáles son las principales instituciones nacionales dedicadas a la promoción del comercio internacional? Explica sus funciones y competencias. **(0,5 puntos)**
4. Enumera y explica las diferentes alternativas posibles para diseñar el proceso de internacionalización de los productos de una compañía hacia otros mercados. **(1 punto)**
5. ¿Qué elementos se deben tomar en consideración en el diseño y elaboración de un informe comparativo de los precios en los mercados internacionales? Argumenta tu respuesta. **(1 punto)**
6. Enumera y argumenta las diferentes fases en el desarrollo comercial de una empresa hacia los mercados internacionales. **(0,5 puntos)**

**PARTE PRÁCTICA (60%)**

1. La empresa CREAMOB, S.A., dedicada a la producción y comercialización de muebles, ha fabricado 32.400 mesas de escritorio, soportando un coste variable unitario de 26,28 euros y unos costes fijos de 420.000 euros. **(1 punto)**

Calcula lo siguiente:

1. El coste unitario del producto.
2. El precio de venta del producto, si se desea obtener un margen comercial del 40%.
3. El punto muerto o umbral de rentabilidad a partir del precio establecido.
4. Representa gráficamente el procedimiento de diseño de una matriz McKinsey/General Electric, así como las distintas zonas de interés estratégico resultantes de su aplicación a una unidad estratégica de negocio. **(2 puntos)**
5. Elabora un Plan de marketing internacional para una PYME española del sector agrícola que pretende comenzar a exportar sus productos en diferentes países de la Unión Europea. **(3 puntos)**