

Anexo 2

Pruebas para la obtención de títulos de Técnico y Técnico

Superior MODELO PARA LA ELABORACIÓN DE LAS PRUEBAS

Convocatoria correspondiente al curso **2020-2021**

(Resolución de 12 de enero 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: COM S03	Denominación completa del título: TÉCNICO SUPERIOR EN GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES
: 0930	POLITICAS DE MARKETING

INSTRUCCIONES GENERALES PARA LA REALIZACIÓN DE LA PRUEBA
<p>La prueba tendrá una duración máxima de una hora y cuarenta y cinco minutos.</p> <p>No es necesario ningún material ni documentación.</p> <p>Se aconseja realizar una lectura minuciosa y detallada de las cuestiones planteadas.</p> <p>La prueba se entrega grapada y no se facilitan folios sueltos.</p> <p>Es necesario cumplimentar los datos del aspirante antes del examen y firmar en todas las hojas que se entreguen.</p> <p>Antes de entregar la prueba es necesario mostrar el DNI al profesor examinador.</p> <p>Las respuestas se deben escribir con tinta indeleble, que no sea roja.</p> <p>Si se ha de rectificar una respuesta, trazar un aspa o tachar con una línea horizontal. No utilizar líquido corrector (Tippex)</p> <p>No se resuelven dudas, cualquier consideración o interpretación que se quiera que se tenga en cuenta se hará constar junto al enunciado.</p>
CRITERIOS DE CALIFICACIÓN Y VALORACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> - La prueba consta de diferentes cuestiones teórico-prácticas. - La valoración de cada cuestión figura junto a su enunciado. - La puntuación total de la prueba es de diez puntos. - La calificación mínima necesaria para considerar el ejercicio aprobado es de cinco puntos.

(1) Consignense 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



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

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



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

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 punto)

- a) Un comerciante de ropa ha comprado una partida de 500 pantalones al precio de 25 € la unidad. Espera venderlos en tres meses y los gastos son los siguientes: Gastos de personal: 2.300 €; luz, agua y teléfono: 350 €; alquiler local: 900 €; Otros gastos: 750 €. El comerciante aplica un 18 % de beneficio. ¿A qué precio deberá vender cada pantalón? (0,75 puntos)

- b) La empresa COMPUTER ESPAÑA S.A, dedicada a la fabricación de ORDENADORES fabricó y vendió durante el año pasado 200 ordenadores. Sus ingresos totales por la venta de los ordenadores para ese período ascendieron a 180.000€. Los costes fijos del ejercicio fueron de 63.495 euros y los costes variables totales de 27.000€. Suponiendo que todas las unidades se vendieron al mismo precio, se pide:

- a) Determinar el punto muerto o umbral de rentabilidad de la empresa. (0.75 puntos)



Comunidad de Madrid

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

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



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

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



Comunidad de Madrid

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

6ª PARTE 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



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

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



Comunidad de Madrid

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

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



CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN
E INVESTIGACIÓN

Comunidad de Madrid

IES Clara del Rey

