

**IES SIGLO XXI**Código: 28038306  
Consejería de Educación,  
Universidades, Ciencia  
y Portavocía**UNIÓN EUROPEA**  
Fondo Social Europeo  
"El FSE invierte en tu futuro"**Comunidad de Madrid****EJEMPLAR PARA LA COMISIÓN DE EVALUACIÓN****PRUEBAS PARA LA OBTENCIÓN DE TÍTULOS DE TÉCNICO****Convocatoria correspondiente al curso académico 2021-2022***(Resolución del 3 de Diciembre de 2021 de la Dirección de Educación Secundaria, Formación Profesional y Régimen especial)*

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

Código del ciclo: (1) <b>SANM01</b>	Denominación completa del ciclo formativo: (1) <b>FARMACIA Y PARAFARMACIA</b>
Clave del módulo: (1) <b>03</b>	Denominación completa del módulo profesional: (1) <b>DISPOSICIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS</b>

INSTRUCCIONES GENERALES PARA LA REALIZACIÓN DE LA PRUEBA							
<ol style="list-style-type: none"> <li>Esta Prueba está constituida por 25 preguntas teórico-prácticas y 5 preguntas de reserva del módulo DISPOSICIÓN Y VENTA.</li> <li>Una vez comenzada la prueba ninguna persona podrá abandonar la sala antes de 15 minutos del inicio de la prueba.</li> <li>Cada pregunta tiene 4 posibles respuestas, entre las que sólo hay una correcta.</li> <li>La contestación a cada pregunta se realizará en la "HOJA DE RESPUESTAS" que se incluye al final del cuestionario. Deberán entregar ambos (cuestionario y hoja de respuestas) sin separar al finalizar el examen.</li> <li>La HOJA DE RESPUESTAS no se puede separar del cuadernillo.</li> <li>Señale con una cruz (X) la respuesta que considere correcta. Ejemplo:</li> </ol>							
<div style="text-align: center;"> <table border="1" style="display: inline-table;"> <tr> <td>1</td> <td>a</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td>c</td> <td>d</td> </tr> </table> </div>		1	a	<input checked="" type="checkbox"/>	c	d	
1	a	<input checked="" type="checkbox"/>	c	d			
<ol style="list-style-type: none"> <li>En caso de error, tache lo que proceda y vuelva a señalar con una cruz la respuesta adecuada Ejemplo:</li> </ol>							
<div style="text-align: center;"> <table border="1" style="display: inline-table;"> <tr> <td>1</td> <td>a</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td>c</td> <td>d</td> </tr> </table> </div>		1	a	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	c	d
1	a	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	c	d		
<ol style="list-style-type: none"> <li>La pregunta que contenga dos o más respuestas señaladas será anulada automáticamente.</li> <li>Utilice bolígrafo azul o negro para contestar. Las respuestas señaladas con lápiz no se corrigen.</li> <li>Antes de contestar cualquier pregunta, lea atentamente el enunciado de la misma.</li> <li>Conteste todas las preguntas de reserva por si se produce la anulación de alguna pregunta.</li> <li>Dispondrá usted de 30 minutos de tiempo para realizar el ejercicio.</li> <li>No olvide poner los apellidos y el nombre en esta hoja y en la HOJA DE RESPUESTAS.</li> </ol>							

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN Y VALORACIÓN			
<ol style="list-style-type: none"> <li>Puntuación relativa: <ul style="list-style-type: none"> <li>PREGUNTA ACERTADA 1 PUNTO</li> <li>PREGUNTA NO ACERTADA - 0,33 PUNTOS</li> <li>PREGUNTA NO CONTESTADA 0 PUNTOS</li> </ul> </li> <li>La puntuación obtenida, una vez descontados los puntos negativos, se ajustará al número decimal más próximo y se procesará con los siguientes criterios de calificación:</li> </ol>			
0-2,4 puntos	0	12,5-14,9 puntos	5
2,5-4,9 puntos	1	15-17,4 puntos	6
5-7,4 puntos	2	17,5-19,9 puntos	7
7,5-9,9 puntos	3	20-22,4 puntos	8
10-12,4 puntos	4	22,5-23,9 puntos	9
		24- 25 puntos	10
<ol style="list-style-type: none"> <li>Se considera APROBADO el módulo cuando la nota resultante sea 5 o superior</li> </ol>			



**Comunidad de Madrid**

**EJEMPLAR PARA LA COMISIÓN DE EVALUACIÓN**

INSTITUTO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA:		LOCALIDAD:
<b>SIGLO XXI</b>		<b>LEGANÉS</b>
Código del ciclo: (1) <b>SANM01</b>	Denominación completa del ciclo formativo: (1) <b>FARMACIA Y PARAFARMACIA</b>	
Clave del módulo: (1) <b>03</b>	Denominación completa del módulo profesional: (1) <b>DISPOSICIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS</b>	

• **EJEMPLAR PARA LA COMISIÓN DE EVALUACIÓN.**

**Referencias legislativas:**

- **DECRETO 13/2009, de 26 de febrero, por el que se establece para la Comunidad de Madrid el currículo del ciclo formativo de grado medio correspondiente al título de Técnica en Farmacia y Parafarmacia.**
- **REAL DECRETO 1689/2007, de 14 de diciembre, por el que se establece el título de Técnico en Farmacia y Parafarmacia y se fijan sus enseñanzas mínimas.**

• **CONTENIDO DE LA PRUEBA:**

1.- Cuando coexisten en la comunicación elementos que se contradicen estamos ante:

- Un cortocircuito
- Interferencias en el canal
- Una comunicación paradójica
- Una barrera semántica

<b>Resultado de aprendizaje</b>	<b>Criterios de evaluación</b>
Aplica técnicas de atención a usuarios describiendo y aplicando procedimientos y protocolos de comunicación.	a) Se han identificado conceptos, elementos, barreras, factores modificadores y tipos de comunicación. b) Se han analizado los diferentes tipos de lenguaje, las técnicas y las estrategias para una buena comunicación.



**IES SIGLO XXI**

Código: 28038306  
Consejería de Educación,  
Universidades, Ciencia  
y Portavocía



**UNIÓN EUROPEA**  
Fondo Social Europeo  
"El FSE invierte en tu futuro"



## Comunidad de Madrid

### EJEMPLAR PARA LA COMISIÓN DE EVALUACIÓN

2.- En el proceso de comunicación, cuando el receptor transmite una respuesta verbal o no verbal al emisor, se denomina:

- a) Recepción del mensaje
- b) Decodificación
- c) Retroalimentación o feedback
- d) Emisión del mensaje

Resultado de aprendizaje	Criterios de evaluación
Aplica técnicas de atención a usuarios describiendo y aplicando procedimientos y protocolos de comunicación.	a) Se han identificado conceptos, elementos, barreras, factores modificadores y tipos de comunicación. b) Se han analizado los diferentes tipos de lenguaje, las técnicas y las estrategias para una buena comunicación.

3.- La conducta asertiva:

- a) Es propia de personas con alta autoestima
- b) Consiste en rebatir las opiniones de los demás
- c) No acepta la derrota
- d) Todas las respuestas son correctas

Resultado de aprendizaje	Criterios de evaluación
Aplica técnicas de atención a usuarios describiendo y aplicando procedimientos y protocolos de comunicación.	a) Se han establecido las habilidades personales y sociales a desarrollar para lograr una perfecta comunicación. b) Se han analizado los diferentes tipos de lenguaje, las técnicas y las estrategias para una buena comunicación.



**IES SIGLO XXI**

Código: 28038306  
Consejería de Educación,  
Universidades, Ciencia  
y Portavocía



**UNIÓN EUROPEA**  
Fondo Social Europeo  
"El FSE invierte en tu futuro"



**Comunidad de Madrid**

**EJEMPLAR PARA LA COMISIÓN DE EVALUACIÓN**

4.- El estudio de los movimientos de nuestro cuerpo es:

- a) La kinesiología
- b) El paralenguaje
- c) La proxemia
- d) La paroxística

Resultado de aprendizaje	Criterios de evaluación
Aplica técnicas de atención a usuarios describiendo y aplicando procedimientos y protocolos de comunicación.	a) Se han establecido las habilidades personales y sociales a desarrollar para lograr una perfecta comunicación. b) Se han analizado los diferentes tipos de lenguaje, las técnicas y las estrategias para una buena comunicación.

5.- Según Maslow, las primeras necesidades que se deben satisfacer son:

- a) Las fisiológicas
- b) Las de autorrealización
- c) Las de seguridad
- d) Las de protección

Resultado de aprendizaje	Criterios de evaluación
Aplica técnicas de atención a usuarios describiendo y aplicando procedimientos y protocolos de comunicación.	a) Se han establecido las habilidades personales y sociales a desarrollar para lograr una perfecta comunicación. b) Se han analizado los diferentes tipos de lenguaje, las técnicas y las estrategias para una buena comunicación.



**IES SIGLO XXI**

Código: 28038306  
Consejería de Educación,  
Universidades, Ciencia  
y Portavocía



**UNIÓN EUROPEA**  
Fondo Social Europeo  
"El FSE invierte en tu futuro"



**Comunidad de Madrid**

**EJEMPLAR PARA LA COMISIÓN DE EVALUACIÓN**

6.- Las amenazas y oportunidades pertenecen a:

- a) La empresa
- b) El entorno
- c) Los clientes
- d) Los proveedores

Resultado de aprendizaje	Criterios de evaluación
Ejecuta actividades de venta de productos parafarmacéuticos describiendo y aplicando las fases de un proceso de venta.	a) Se ha relacionado el concepto de marketing con la satisfacción de los deseos del consumidor. b) Se ha definido la importancia de mantener actualizado el fichero de usuarios para la aplicación del plan de fidelización.

7.- La aptitud es:

- a) La capacidad que tiene una persona para ejecutar correctamente una labor
- b) La facilidad que tiene una persona para ejecutar una tarea
- c) La necesidad o la fuerza que impulsa a una persona a obrar de una manera
- d) La disposición o estado de ánimo que conduce a un determinado comportamiento

Resultado de aprendizaje	Criterios de evaluación
Ejecuta actividades de venta de productos parafarmacéuticos describiendo y aplicando las fases de un proceso de venta.	a) Se han analizado las cualidades y actitudes que debe desarrollar el vendedor hacia el usuario y la empresa (marketing interno). b) Se han valorado como facilitadores, en el proceso de decisión de compra, la información, el asesoramiento, el ambiente acogedor, la educación, la comunicación y las habilidades sociales del vendedor.

8.- En la fase de crecimiento del ciclo de vida de un producto se produce:

- a) Un crecimiento lento de las ventas
- b) Un incremento de beneficios rápido
- c) La estabilización de las ventas
- d) Disminución de la demanda



**IES SIGLO XXI**

Código: 28038306  
Consejería de Educación,  
Universidades, Ciencia  
y Portavocía



**UNIÓN EUROPEA**  
Fondo Social Europeo  
"El FSE invierte en tu futuro"



**Comunidad de Madrid**

**EJEMPLAR PARA LA COMISIÓN DE EVALUACIÓN**

Resultado de aprendizaje	Criterios de evaluación
Ejecuta actividades de venta de productos parafarmacéuticos describiendo y aplicando las fases de un proceso de venta.	a) Se han determinado las líneas de actuación en la venta según el plan de acción establecido por la empresa. b) Se han desarrollado las fases de un proceso de venta (captar la atención, provocar el interés, despertar el deseo, mover a la acción del usuario).

9.- Qué caracteriza a un punto frío:

- a) Los productos tienen unas ventas inferiores a la media
- b) Los productos tienen unas ventas superiores a la media
- c) En ellos debemos colocar los productos de consumo esporádico
- d) a y c son correctas

Resultado de aprendizaje	Criterios de evaluación
Organiza los productos de parafarmacia en el punto de venta, aplicando técnicas de merchandising.	a) Se ha identificado la relación libre y personal que se establece entre usuario y productos expuestos según organización, colocación o decoración.  b) Se han establecido los parámetros físicos y comerciales que determinan la colocación (puntos calientes) del surtido (productos) en los niveles del lineal (mobiliario).

10.- La diferencia entre el precio de venta y el precio de coste es

- a) Margen bruto
- b) Beneficio bruto
- c) Coeficiente de rotación
- d) Rentabilidad de las ventas



**IES SIGLO XXI**

Código: 28038306  
Consejería de Educación,  
Universidades, Ciencia  
y Portavocía



**UNIÓN EUROPEA**  
Fondo Social Europeo  
"El FSE invierte en tu futuro"



**Comunidad de Madrid**

**EJEMPLAR PARA LA COMISIÓN DE EVALUACIÓN**

Resultado de aprendizaje	Criterios de evaluación
Ejecuta actividades de venta de productos parafarmacéuticos describiendo y aplicando las fases de un proceso de venta.	<p>a) Se ha descrito la importancia del conocimiento por parte del vendedor de las características del producto.</p> <p>b) Se han determinado las líneas de actuación en la venta según el plan de acción establecido por la empresa.</p>

11.- Según las técnicas de merchandising, a la hora de captar la atención de los viandantes:

- a) Es mejor un escaparate recargado.
- b) Es mejor un escaparate sencillo
- c) Depende de la ubicación de la farmacia
- d) Las farmacias no necesitan captar la atención de los viandantes

Resultado de aprendizaje	Criterios de evaluación
Organiza los productos de parafarmacia en el punto de venta, aplicando técnicas de merchandising.	<p>a) Se ha identificado la relación libre y personal que se establece entre usuario y productos expuestos según organización, colocación o decoración.</p> <p>b) Se han establecido los parámetros físicos y comerciales que determinan la colocación (puntos calientes) del surtido (productos) en los niveles del lineal (mobiliario).</p>

12.- Los metros de lineal a ras de suelo por el número de estantes que posee cada lineal constituyen el:

- a) Lineal a ras de suelo
- b) Lineal en exposición
- c) Lineal desarrollado
- d) Lineal central



**IES SIGLO XXI**

Código: 28038306  
Consejería de Educación,  
Universidades, Ciencia  
y Portavocía



**UNIÓN EUROPEA**  
Fondo Social Europeo  
"El FSE invierte en tu futuro"



**Comunidad de Madrid**

**EJEMPLAR PARA LA COMISIÓN DE EVALUACIÓN**

Resultado de aprendizaje	Criterios de evaluación
Organiza los productos de parafarmacia en el punto de venta, aplicando técnicas de merchandising.	<p>a) Se ha identificado la relación libre y personal que se establece entre usuario y productos expuestos según organización, colocación o decoración.</p> <p>b) Se han establecido los parámetros físicos y comerciales que determinan la colocación (puntos calientes) del surtido (productos) en los niveles del lineal (mobiliario).</p>

13.-Cuál de estas habilidades es la más importante para relacionarse con los demás?

- a) El temperamento
- b) La autoestima
- c) La empatía
- d) El control de las emociones

Resultado de aprendizaje	Criterios de evaluación
Aplica técnicas de atención a usuarios describiendo y aplicando procedimientos y protocolos de comunicación.	<p>a) Se han establecido las habilidades personales y sociales a desarrollar para lograr una perfecta comunicación.</p> <p>b) Se han analizado los diferentes tipos de lenguaje, las técnicas y las estrategias para una buena comunicación.</p>

14.- El proceso consistente en dividir el mercado en diferentes grupos de población a los que nos queremos dirigir, se llama:

- a) Análisis de la demanda
- b) Análisis interno
- c) Análisis de la competencia
- d) Segmentación de mercados



**IES SIGLO XXI**

Código: 28038306  
 Consejería de Educación,  
 Universidades, Ciencia  
 y Portavocía



**UNIÓN EUROPEA**  
 Fondo Social Europeo  
 "El FSE invierte en tu futuro"

**Comunidad de Madrid****EJEMPLAR PARA LA COMISIÓN DE EVALUACIÓN**

Resultado de aprendizaje	Criterios de evaluación
Organiza los productos de parafarmacia en el punto de venta, aplicando técnicas de merchandising.	a) Se ha valorado la importancia de reposición del stock de acuerdo con el procedimiento establecido por la empresa. b) Se han valorado las sugerencias que el vendedor puede aportar basándose en la información recopilada acerca de las demandas o sugerencias de los posibles usuarios.

15.- Cuál de los siguientes componentes no forma parte de las estrategias del marketing mix:

- a) El precio
- b) El producto
- c) La comunicación
- d) La competencia

Resultado de aprendizaje	Criterios de evaluación
Organiza los productos de parafarmacia en el punto de venta, aplicando técnicas de merchandising.	a) Se ha valorado la importancia de reposición del stock de acuerdo con el procedimiento establecido por la empresa. b) Se han valorado las sugerencias que el vendedor puede aportar basándose en la información recopilada acerca de las demandas o sugerencias de los posibles usuarios.

16.- Para obtener información sobre lo que demandan los clientes debemos:

- a) Analizar el entorno
- b) Planificar la oferta
- c) Hacer un análisis interno
- d) Todas las respuestas son correctas

Resultado de aprendizaje	Criterios de evaluación
Organiza los productos de parafarmacia en el punto de venta, aplicando técnicas de merchandising.	a) Se ha valorado la importancia de reposición del stock de acuerdo con el procedimiento establecido por la empresa. b) Se han valorado las sugerencias que el vendedor puede aportar basándose en la información recopilada acerca de las demandas o sugerencias de los posibles usuarios.



**IES SIGLO XXI**

Código: 28038306  
Consejería de Educación,  
Universidades, Ciencia  
y Portavocía



**UNIÓN EUROPEA**  
Fondo Social Europeo  
"El FSE invierte en tu futuro"



## Comunidad de Madrid

### EJEMPLAR PARA LA COMISIÓN DE EVALUACIÓN

17.- El margen de producto por unidad de superficie se obtiene:

- a) Multiplicando el margen unitario por la unidad de superficie
- b) Dividiendo el margen total anual de un producto por la superficie que ocupa
- c) Multiplicando el margen total anual de un producto por la superficie que ocupa
- d) Dividiendo las unidades vendidas de un año por la unidad de superficie

Resultado de aprendizaje	Criterios de evaluación
Organiza los productos de parafarmacia en el punto de venta, aplicando técnicas de merchandising.	a) Se ha valorado la importancia de reposición del stock de acuerdo con el procedimiento establecido por la empresa. b) Se han valorado las sugerencias que el vendedor puede aportar basándose en la información recopilada acerca de las demandas o sugerencias de los posibles usuarios.

18.- A qué llamamos microentorno:

- a) Al conjunto de grandes fuerzas que afectan de forma global a la empresa
- b) Al conjunto de factores que afectan directamente al poder de compra del cliente
- c) A los agentes ajenos a la organización, pero vinculados directamente con su actividad
- d) Ninguna de las anteriores es correcta

Resultado de aprendizaje	Criterios de evaluación
Organiza los productos de parafarmacia en el punto de venta, aplicando técnicas de merchandising.	a) Se ha valorado la importancia de reposición del stock de acuerdo con el procedimiento establecido por la empresa. b) Se han valorado las sugerencias que el vendedor puede aportar basándose en la información recopilada acerca de las demandas o sugerencias de los posibles usuarios.

19.- El grupo de población al que dirigimos preferentemente una actuación se denomina:

- a) Público preferente
- b) Público diana
- c) Público especial
- d) Sector de población



**IES SIGLO XXI**

Código: 28038306  
Consejería de Educación,  
Universidades, Ciencia  
y Portavocía



**UNIÓN EUROPEA**

Fondo Social Europeo  
"El FSE invierte en tu futuro"



**Comunidad de Madrid**

**EJEMPLAR PARA LA COMISIÓN DE EVALUACIÓN**

Resultado de aprendizaje	Criterios de evaluación
Organiza los productos de parafarmacia en el punto de venta, aplicando técnicas de merchandising.	<p>a) Se ha valorado la importancia de reposición del stock de acuerdo con el procedimiento establecido por la empresa.</p> <p>b) Se han valorado las sugerencias que el vendedor puede aportar basándose en la información recopilada acerca de las demandas o sugerencias de los posibles usuarios.</p>

20.- Para una exposición óptima de un producto en una estantería, el número de unidades adecuado en la primera línea visual es:

- a) Una unidad
- b) Tres unidades
- c) Más de cinco unidades
- d) Más de diez unidades

Resultado de aprendizaje	Criterios de evaluación
Organiza los productos de parafarmacia en el punto de venta, aplicando técnicas de merchandising.	<p>a) Se ha identificado la relación libre y personal que se establece entre usuario y productos expuestos según organización, colocación o decoración.</p> <p>b) Se han clasificado los productos de parafarmacia según su utilidad observando la normativa vigente.</p> <p>c) Se han establecido los parámetros físicos y comerciales que determinan la colocación (puntos calientes) del surtido (productos) en los niveles del lineal (mobiliario)</p>

21.- La estrategia basada en la especialización en alguna sección determinada y la reducción de las referencias en otras secciones se llama:

- a) Mucha amplitud y mucha profundidad
- b) Mucha amplitud y poca profundidad
- c) Poca amplitud y mucha profundidad
- d) Poca amplitud y poca profundidad



**IES SIGLO XXI**

Código: 28038306  
Consejería de Educación,  
Universidades, Ciencia  
y Portavocía



**UNIÓN EUROPEA**  
Fondo Social Europeo  
"El FSE invierte en tu futuro"



**Comunidad de Madrid**

**EJEMPLAR PARA LA COMISIÓN DE EVALUACIÓN**

Resultado de aprendizaje	Criterios de evaluación
Organiza los productos de parafarmacia en el punto de venta, aplicando técnicas de merchandising.	<p>a) Se ha identificado la relación libre y personal que se establece entre usuario y productos expuestos según organización, colocación o decoración.</p> <p>b) Se han clasificado los productos de parafarmacia según su utilidad observando la normativa vigente.</p> <p>c) Se han establecido los parámetros físicos y comerciales que determinan la colocación (puntos calientes) del surtido (productos) en los niveles del lineal (mobiliario)</p>

22.- Cuál de estos requisitos es obligatorio para identificar una farmacia:

- a) Rótulo exterior donde figurará en caracteres grandes "Farmacia"
- b) Placa situada en la entrada del local donde figure el nombre del titular
- c) Cruz de Malta roja, verde o azul.
- d) Todas las respuestas anteriores son correctas

Resultado de aprendizaje	Criterios de evaluación
Aplica técnicas de atención a usuarios describiendo y aplicando procedimientos y protocolos de comunicación.	<p>a) Se han distinguido los elementos fundamentales para transmitir la imagen de la empresa como un departamento de atención al usuario.</p>

23.- La adaptación de la denominación social de la empresa a una imagen determinada es el:

- a) Logotipo
- b) Rótulo de la farmacia
- c) Marketing
- d) Ninguna de las respuestas es correcta



**IES SIGLO XXI**

Código: 28038306  
Consejería de Educación,  
Universidades, Ciencia  
y Portavocía



**UNIÓN EUROPEA**  
Fondo Social Europeo  
"El FSE invierte en tu futuro"



**Comunidad de Madrid**

**EJEMPLAR PARA LA COMISIÓN DE EVALUACIÓN**

Resultado de aprendizaje	Criterios de evaluación
Aplica técnicas de atención a usuarios describiendo y aplicando procedimientos y protocolos de comunicación.	a) Se han distinguido los elementos fundamentales para transmitir la imagen de la empresa como un departamento de atención al usuario.

24.- En el mostrador conviene colocar:

- a) Productos de alto precio que obedecen a una compra meditada
- b) Productos de bajo precio que obedecen a una compra impulsiva
- c) Productos de bajo precio que obedecen a una compra meditada
- d) Ninguna de las anteriores es correcta

Resultado de aprendizaje	Criterios de evaluación
Organiza los productos de parafarmacia en el punto de venta, aplicando técnicas de merchandising	a) Se han clasificado los productos de parafarmacia según su utilidad observando la normativa vigente.  b) Se han establecido los parámetros físicos y comerciales que determinan la colocación (puntos calientes) del surtido (productos) en los niveles del lineal (mobiliario)

25.- El Manual de calidad de la oficina de farmacia se refiere a la prestación de servicios relativos a:

- a) Dispensación de medicamentos
- b) Dispensación de productos sanitarios
- c) Promoción, prevención y educación para la salud
- d) Todas las respuestas anteriores son correctas

Resultado de aprendizaje	Criterios de evaluación
Atiende reclamaciones presentadas por los usuarios reconociendo y aplicando criterios y procedimientos de actuación.	a) Se ha valorado la importancia que, para el control de calidad del servicio, tienen los sistemas de información manuales e informáticos que organizan la información su utilidad observando la normativa vigente.



**IES SIGLO XXI**

Código: 28038306  
Consejería de Educación,  
Universidades, Ciencia  
y Portavocía



**UNIÓN EUROPEA**  
Fondo Social Europeo  
"El FSE invierte en tu futuro"



**Comunidad de Madrid**

**EJEMPLAR PARA LA COMISIÓN DE EVALUACIÓN**

## PREGUNTAS DE RESERVA

26.- Empatía es:

- a) Escuchar a los demás
- b) Contestar amablemente
- c) Ponerse en el lugar de otra persona comprendiéndola
- d) Ninguna de las respuestas anteriores es cierta

Resultado de aprendizaje	Criterios de evaluación
Aplica técnicas de atención a usuarios describiendo y aplicando procedimientos y protocolos de comunicación.	a) Se han establecido las habilidades personales y sociales a desarrollar para lograr una perfecta comunicación. b) Se han analizado los diferentes tipos de lenguaje, las técnicas y las estrategias para una buena comunicación.

27.-La capacidad adquisitiva de la población es un factor del entorno:

- a) Económico
- b) Demográfico
- c) Sociocultural
- d) Tecnológico

Resultado de aprendizaje	Criterios de evaluación
Organiza los productos de parafarmacia en el punto de venta, aplicando técnicas de merchandising.	a) Se ha valorado la importancia de reposición del stock de acuerdo con el procedimiento establecido por la empresa. b) Se han valorado las sugerencias que el vendedor puede aportar basándose en la información recopilada acerca de las demandas o sugerencias de los posibles usuarios.

28.-Cuál de estas afirmaciones es correcta referida a la oficina de farmacia:

- a) La única publicidad permitida es la meramente informativa o corporativa.
- b) La ley permite la publicidad de las farmacias sin restricciones
- c) Aunque la ley lo permite, por ética no se hace publicidad de las farmacias
- d) Ninguna de las respuestas anteriores es correcta



**IES SIGLO XXI**

Código: 28038306  
Consejería de Educación,  
Universidades, Ciencia  
y Portavocía



**UNIÓN EUROPEA**  
Fondo Social Europeo  
"El FSE invierte en tu futuro"



**Comunidad de Madrid**

**EJEMPLAR PARA LA COMISIÓN DE EVALUACIÓN**

Resultado de aprendizaje	Criterios de evaluación
Aplica técnicas de atención a usuarios describiendo y aplicando procedimientos y protocolos de comunicación.	a) Se han distinguido los elementos fundamentales para transmitir la imagen de la empresa como un departamento de atención al usuario.

29.- Cuál de estos es un punto frío:

- a) La zona de exposición del mostrador junto a la caja registradora
- b) Zona posterior del mostrador
- c) Baldas a nivel de los ojos en la zona de espera
- d) Extremo del mostrador opuesto a la caja registradora

Resultado de aprendizaje	Criterios de evaluación
Organiza los productos de parafarmacia en el punto de venta, aplicando técnicas de merchandising	a) Se han clasificado los productos de parafarmacia según su utilidad observando la normativa vigente.  b) Se han establecido los parámetros físicos y comerciales que determinan la colocación (puntos calientes) del surtido (productos) en los niveles del lineal (mobiliario)

30.- Cuál de estos criterios se puede utilizar para segmentar mercados de consumo:

- a) Demográficos
- b) Socioeconómicos
- c) Geográficos
- d) Todas las respuestas anteriores son correctas

Resultado de aprendizaje	Criterios de evaluación
Organiza los productos de parafarmacia en el punto de venta, aplicando técnicas de merchandising.	a) Se ha valorado la importancia de reposición del stock de acuerdo con el procedimiento establecido por la empresa. b) Se han valorado las sugerencias que el vendedor puede aportar basándose en la información recopilada acerca de las demandas o sugerencias de los posibles usuarios.

**IES SIGLO XXI**

Código: 28038306  
 Consejería de Educación,  
 Universidades, Ciencia  
 y Portavocía



**UNIÓN EUROPEA**  
 Fondo Social Europeo  
 "El FSE invierte en tu futuro"

**Comunidad de Madrid****EJEMPLAR PARA LA COMISIÓN DE EVALUACIÓN**

Clave del módulo: <b>03</b>	<b>DISPOSICIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>
<b>DATOS DEL ASPIRANTE</b>		
APELLIDOS:		
Nombre:	D.N.I.:	Fecha:

**HOJA DE RESPUESTAS:**

1	a	b	c	d
2	a	b	c	d
3	a	b	c	d
4	a	b	c	d
5	a	b	c	d
6	a	b	c	d
7	a	b	c	d
8	a	b	c	d
9	a	b	c	d
10	a	b	c	d
11	a	b	c	d
12	a	b	c	d
13	a	b	c	d
14	a	b	c	d
15	a	b	c	d

16	a	b	c	d
17	a	b	c	d
18	a	b	c	d
19	a	b	c	d
20	a	b	c	d
21	a	b	c	d
22	a	b	c	d
23	a	b	c	d
24	a	b	c	d
25	a	b	c	d
26	a	b	c	d
27	a	b	c	d
28	a	b	c	d
29	a	b	c	d
30	a	b	c	d