

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: COMS03	Denominación completa del título: TÉCNICO SUPERIOR EN GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES
Clave o código del módulo: 0927	Denominación completa del módulo profesional: Gestión de productos y promociones en el punto de venta

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

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 máxima de cada cuestión se obtiene si la respuesta es correcta y completa. La puntuación total de la prueba es de diez puntos. La calificación mínima necesaria para considerar el ejercicio aprobado es de cinco puntos.

(1) Consígnense las denominaciones exactas y los códigos reflejados en el Anexo 3.a o 3.b de las presentes instrucciones.

CALIFICACIÓN
.....



La autenticidad de este documento se puede comprobar en www.madrid.org/csv mediante el siguiente código seguro de verificación: **1276442628931309330801**

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

1ª PARTE Determina la dimensión del surtido de productos, definiendo el posicionamiento estratégico para conseguir la gestión óptima del establecimiento. (TOTAL: 3 puntos)

Ejercicio 1

La cadena de zapaterías TUCALZADO vende calzado para mujeres, hombres y niños, así como complementos, todo en régimen de libre servicio. Su gerente desea conocer cómo puede gestionar mejor el espacio disponible en sus establecimientos para la exposición de los productos que están a la venta. Hasta el momento, el lineal al ras del suelo asignado a cada sección ha sido el siguiente: 60 metros a cada una de las tres primeras secciones (mujer, hombre, niños) y 10 metros a la sección de complementos.

Los resultados de ventas del último trimestre han sido: mujer = 2.000€ / hombre = 1.500 € / niños = 800 € / complementos = 300 €.

El beneficio bruto logrado por cada sección en el mismo trimestre ha sido: mujer = 1.200€ / hombre = 1.000 € / niños = 500 € / complementos = 200 €.

a) Realice un nuevo reparto del lineal al ras del suelo entre las cuatro secciones en función de sus ventas. (1 punto).

b) Haga lo mismo que en el apartado anterior, pero ahora en función del beneficio bruto (1 punto).

c) Compare los resultados obtenidos con el reparto previo y explique las diferencias (1 punto)





Comunidad
de Madrid

CONSEJERÍA DE
EDUCACIÓN, UNIVERSIDADES,
CIENCIA Y PORTAVOCÍA

IES Clara del Rey



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

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

2ª PARTE Determina el procedimiento de implantación del surtido de productos en los lineales según criterios comerciales, optimizando las operaciones de mantenimiento y reposición.(TOTAL: 2 PUNTOS)

Ejercicio 2

Enumere los niveles del lineal y explique la colocación de los productos en él atendiendo a su valor comercial (1 punto)

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

Ejercicio 3

a) Defina el concepto de facing. **(0,5 puntos)**

b) La marca de leche “La vaca que baila” llega a un acuerdo con una cadena de supermercados para que su producto “leche de vaca semientera enriquecida con multivitaminas y esencias de vainilla” se ofrezca al público de dos maneras diferentes. El primer formato no es otro que el archiconocido tetrabrik. El segundo formato es un pack formado por dos de los tetrabriks anteriores. Teniendo en cuenta este ejemplo, ilustre el concepto de facing que ha definido en el apartado a). **(0,5 puntos)**

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

3ª PARTE: Calcula la rentabilidad de la implantación del surtido, analizando y corrigiendo las posibles desviaciones sobre los objetivos propuestos (TOTAL: 1 PUNTO).

Ejercicio 4

Enumere y explique un instrumento cualitativo y otro cuantitativo que permita valorar periódicamente la implantación del surtido **(1 punto)**

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

4ª PARTE: Diseña acciones promocionales en el punto de venta, aplicando técnicas de merchandising adecuadas (TOTAL: 1 PUNTOS)

Ejercicio 5

Exponga qué es el marketing directo **(0,5 puntos)**.

Identifique dos acciones de marketing directo y explique en qué consisten **(0,5 puntos)**

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

5ª PARTE: Determina los procedimientos de selección y formación del personal de promoción en el punto de venta, definiendo el perfil del candidato y las acciones formativas según el presupuesto disponible (TOTAL: 2 PUNTOS)

Ejercicio 6

Enumere los diferentes tipos de clientes según el grado de satisfacción. Explique las características de cada uno de ellos y analice la adecuada atención que hay que proporcionarles y de qué manera su grado de satisfacción puede afectar a la empresa. **(0,5 puntos por cada uno de los tipos)**

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

6ª PARTE Controla la eficiencia de las acciones promocionales, adoptando medidas que optimicen la gestión de la actividad. (TOTAL: 1 PUNTO)

Ejercicio 7

Indique dos procedimientos de control que permitan detectar, en una acción promocional, desviaciones respecto a los objetivos propuestos. (1 punto)

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