

## 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 Profesional y Régimen Especial)

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: 0827	Denominación completa del módulo profesional: COMERCIO DIGITAL INTERNACIONAL		

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"> <li>- Cumplimentar los datos del aspirante antes del examen y firmar en todas las hojas que se entreguen.</li> <li>- Tener disponible el DNI o documento identificativo equivalente en la mesa.</li> <li>- Señalar y escribir con tinta indeleble, que no sea roja, las respuestas y su desarrollo.</li> <li>- Si se ha de rectificar una respuesta, trazar un aspa o tachar con una línea horizontal. No utilizar líquido corrector (Tippex).</li> <li>- Utilizar solamente el papel facilitado por el examinador (con el sello y formato correspondiente).</li> <li>- No utilizar material de consulta (salvo aquél que se autorice expresamente).</li> </ul>
CRITERIOS DE CALIFICACIÓN Y VALORACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cada pregunta correcta vale 0,34 puntos</li> <li>- Cada pregunta tipo test mal contestada resta 0,15 puntos</li> <li>- Preguntas NO tipo test mal contestadas no restan</li> </ul>

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

CALIFICACIÓN
.....



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

**CONTENIDO DE LA PRUEBA:**

1.- A la hora de tomar en consideración los cambios que están afectando al marco de actuación actual del marketing, se pueden identificar una serie de tendencias, entre las que destacamos

- a) Marketing de relaciones
- b) Estandarización del proceso de venta
- c) Comunicación integrada de marketing
- d) A y C son correctas

2.- La estrategia de marketing concebida para publicitarse en internet a través del establecimiento de acuerdos entre distintas organizaciones que colaboran anunciándose mutuamente, se conoce como

- a) Patrocinio de contenido
- b) Marketing viral
- c) Programa de afiliación
- d) Microsites

3.- Los espacios de encuentro entre aquellas personas que comparten una iniciativa o interés común hacia una determinada temática, ya sea de carácter comercial, social o profesional, se llaman

- a) Comunidades virtuales
- b) Intranet
- c) Foros
- d) Chats

4.- Aquellas personas que se convierten tanto en receptores como en proveedores de información en el ámbito digital, se conocen como

- a) Consumidor
- b) Informador
- c) Comunicador
- d) Prosumidor
- e) Cliente online

5.- Defíneme en un máximo de cuatro líneas que es el Social Media Marketing (en que se basa y que hace)

6.- A la hora de definir las distintas tendencias que se pueden identificar en el marketing actual, aquella que se refiere a pasar de buscar el beneficio en cada venta a la búsqueda de beneficio a lo largo de toda la vida del cliente, mediante el desarrollo de estrategias de fidelización, estaría dirigida al aumento de:

- a)** Cuota de cliente.
- b)** Marketing de relaciones.
- c)** Valor del cliente.
- d)** Cuota de mercado.

7.- TCP/IP es

- a)** Una red de comunicaciones
- b)** Un sistema de nombres
- c)** Un protocolo de comunicaciones
- d)** Un servidor de archivos

8.- ¿Quién implementó el primer sistema de correo electrónico en 1971?

- a)** Tim Berners-Lee
- b)** Raymond Tomlinson
- c)** Vinton Cerf
- d)** Bill Gates

9.- En la configuración de un dispositivo móvil para su conexión a Internet, el nombre del punto de acceso que facilita el proveedor de servicios de internet se conoce como

- a)** ISP
- b)** APN
- c)** SSID
- d)** WPA2

10.- La dirección IP es un código... que identifica...

11.- Suponiendo que usamos todo el ancho de banda que nos ofrece una conexión de fibra óptica a 100 megabits por segundo (Mbps), ¿Cuánto tardaríamos en descargar un archivo de vídeo de 200 megabytes (MBytes)?

- a)** 0,5 segundos
- b)** 1 segundo
- c)** 2 segundos
- d)** 16 segundos

12.- El sitio Web de YouTube ofrece los servicios de

- a)** Directorio
- b)** Multibuscador
- c)** Metabuscador
- d)** Buscador temático

13.- Las listas de correo que únicamente permiten a los suscriptores la recepción de correo por parte de los administradores, se llaman

- a)** Lista de debate
- b)** Listas abiertas
- c)** Boletines electrónicos
- d)** Todas son verdaderas
- e)** Todas son falsas

14.- El protocolo FTP se usa para

- a)** La transferencia de páginas web
- b)** La transferencia de archivos
- c)** El envío de correo electrónico
- d)** La conexión de una red P2P

15.-Una de las siguientes sentencias no es correcta. A la hora de considerar las limitaciones que presenta el comercio electrónico a nivel comercial, podemos destacar:

- a)** El incremento de los costes de distribución aplicables directamente al producto.
- b)** La dependencia del nivel de alfabetización tecnológica del cliente.
- c)** El mayor nivel de desconfianza de los consumidores
- d)** La introducción de precios más competitivos.

16.- La técnica de marketing basada en la creación y distribución de contenido relevante y valioso para atraer, adquirir y llamar la atención de un público objetivo bien definido, con el fin de impulsarles a ser futuros clientes, se llama (6.3)

- a)** Marketing de afiliación
- b)** Marketing Viral
- c)** Marketing en buscadores
- d)** Marketing de contenido

17.-La dimensión del comercio electrónico basada en el desarrollo, por parte de las empresas, de espacios en su web corporativa, para facilitar que sus clientes actuales y potenciales puedan exponer sugerencias y consultas, se denomina:

- a)** B2C
- b)** B2B
- c)** C2B
- d)** C2C

- 18.-Para el diseño de una comunidad virtual, en la actualidad nos encontramos ante una gran variedad de plataformas tecnológicas, que se agrupan principalmente en: (Puede haber más de una, señala todas las que creas correctas)
- a)** Servicios de mensajería instantánea.
  - b)** Grupos de discusión o foros.
  - c)** Grupos de conversación o chats.
  - d)** Videoconferencias.
- 19.-Una de las siguientes sentencias no es verdadera. A la hora de realizar un análisis de aquellos factores que determinarán la calidad percibida por el cliente en relación a un sistema logístico asociado al desarrollo de actividades de comercio digital, deberemos destacar:
- a)** Gestión eficiente de devoluciones.
  - b)** Desarrollo de una forma única de pago.
  - c)** Agilidad de la entrega de los productos adquiridos.
  - d)** Ajuste de la entrega a diferentes franjas horarias.
- 20.-La función estratégica del modelo logístico general del comercio electrónico asociada a todas las actividades relacionadas con la generación, comprobación y transmisión de órdenes de compra se denomina:
- a)** Logística inversa.
  - b)** Almacenaje.
  - c)** E-procurement.
  - d)** Logística de envío.
- 21.-Cuando hablamos de facturas electrónicas en formato estructurado, nos estamos refiriendo a formato
- a)** En formato DOCX
  - b)** En formato PDF
  - c)** En formato XML
  - d)** En formato JPEG
- 22.-La normativa estatal que regula específicamente el desarrollo de prácticas de correo basura o "spam" es:
- a)** La Ley General de Telecomunicaciones.
  - b)** El Código Ético de Confianza Online.
  - c)** La ley de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico.
  - d)** La Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal.
- 23.-Mostrar dos versiones de nuestra página a dos grupos de personas y ver cual funciona mejor es una técnica de marketing digital que se denomina
- a)** Retail Marketing.
  - b)** Test A/B.
  - c)** Dual Imbound.
  - d)** Affinity Web.

24.-Las redes sociales profesionales son un claro ejemplo de:

- a)** Redes sociales horizontales.
- b)** Redes sociales mixtas.
- c)** Redes sociales verticales.
- d)** Redes sociales multimedia.

25.-Cuál de los siguientes protocolos de seguridad ofrece la opción más alta (es más seguro) en compras online

- a)** Secure Electronic Transation (SET)
- b)** Secure Socket Layer (SSL)
- c)** 3D Secure
- d)** Todos ofrecen el mismo nivel de seguridad

26.-El posicionamiento obtenido por un contenido web específico, a partir de la relevancia otorgada por los motores de búsqueda en base a su calidad se denomina:

- a)** Posicionamiento SIM.
- b)** Posicionamiento SEO.
- c)** Posicionamiento SIC.
- d)** Posicionamiento SEM.

27.-El método de pago basado en el pago por cada usuario que decide entrar en un enlace para obtener más información y es redirigido a nuestra web corporativa o a una web diseñada específicamente para dicha campaña (landing page), se conoce como...

28.-El protocolo de seguridad genérico que contribuye a la seguridad en el envío de información entre un emisor y un receptor, a través de sistemas cifrados denominados "de clave abierta" se conoce con el nombre de:

- a)** SQL.
- b)** SSL.
- c)** SET.
- d)** 3D Secure.

29.-La metodología más extendida para el desarrollo de un plan de marketing online se denomina Plan de Marketing Web 4S, donde cada una de las S significan

- a)** S de...
- b)** S de...
- c)** S de...
- d)** S de...

30.-La técnica de marketing que supone la aplicación del concepto de venta cruzada al planteamiento estratégico del marketing digital se denomina:

- a)** Marketing de afiliación.
- b)** "Cross" Marketing.
- c)** Marketing viral.
- d)** Marketing "one-to-one".