



Escuela Superior de Hostelería y Turismo. Madrid



PRUEBAS PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE TÉCNICO SUPERIOR EN FORMACIÓN PROFESIONAL

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: (marcar con una X)	Denominación completa del título: (marcar con una X)
<input type="checkbox"/> HOTS01	<input type="checkbox"/> GESTIÓN DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS
<input type="checkbox"/> HOTS02	<input type="checkbox"/> AGENCIAS DE VIAJES Y GESTIÓN DE EVENTOS
<input type="checkbox"/> HOTS03	<input type="checkbox"/> GUÍA, INFORMACIÓN Y ASISTENCIAS TURÍSTICAS
Código del módulo:	Denominación completa del módulo profesional:

INSTRUCCIONES GENERALES PARA LA REALIZACIÓN DE LA PRUEBA
<ul style="list-style-type: none">- Cumplimente sus datos antes del examen y firme en todas las hojas que se entreguen, el espacio reservado para ello.- Tenga disponible el DNI, NIE o Pasaporte en la mesa.- Antes de contestar cualquier pregunta, lea atentamente el enunciado de esta.- La prueba consta de un total de 20 preguntas tipo test.- Señale y escriba con tinta indeleble, que no sea roja, las respuestas.- La contestación a cada pregunta se realiza marcando con un círculo la respuesta que considere correcta.- Si se ha de rectificar una respuesta, trazar un aspa y volver a marcar con un círculo la opción definitiva. No utilizar líquido corrector (Tippex). La pregunta que contenga dos respuestas señaladas será anulada.- Se utilizará solamente el papel facilitado por el examinador.- No se puede utilizar material de consulta.- La prueba tendrá una duración de 60 minutos.
CRITERIOS DE CALIFICACIÓN Y VALORACIÓN
<ul style="list-style-type: none">- Cada pregunta tendrá un valor de 0,50 puntos.- En las preguntas tipo test habrá 3 opciones de respuesta, pero solamente una de ellas será la correcta.- Las preguntas sin respuesta ni sumarán ni restarán puntuación y cada respuesta tipo test errónea se penalizará restando media pregunta acertada.- Para superar el módulo la puntuación deberá alcanzar un mínimo de 5 puntos sobre un máximo de 10.

CALIFICACIÓN

Módulo: Marketing Turístico

1. Para tutelar y garantizar la protección de los derechos del ciudadano se creó la figura:

- a) El Departamento Online de Policía Española
- b) El Defensor del Pueblo
- c) La Agencia Española de Protección de Datos

2. El consumerismo

- a) Busca que no dejemos de consumir, para que la rueda del capitalismo no pare y así no se estanque la economía mundial
- b) Está detrás de muchas adicciones de los consumidores
- c) Defiende los derechos de los consumidores

3. Indica la frase verdadera:

- a) El marketing NO crea necesidades, simplemente orienta los deseos y estimula la demanda.
- b) El marketing SÍ crea necesidades para, posteriormente, orientas los deseos y estimular la demanda
- c) Ambas respuestas anteriores son incorrectas

4. Los productos y servicios turísticos poseen una serie de características; “La dificultad de diferenciación de los productos y servicios “ es una implicación de la característica:

- a) Intangibilidad
- b) Inseparabilidad y simultaneidad de producción y consumo
- c) Heterogeneidad

5. Cuando la competencia es débil, al ser la demanda mayor que la oferta, en la dirección de marketing se habla de...

- a) Enfoque de marketing social
- b) Enfoque de producto
- c) Enfoque de producción

6. Señala lo incorrecto...

- a) El marketing integrado diseña las actividades de marketing
- b) El marketing holístico excluye al marketing interno, por no tratarse de los clientes, piedra angular de todo.
- c) Las dos afirmaciones anteriores son incorrectas.

7. Un nicho de mercado es:

- a) Un sub-segmento de marketing
- b) Un hiper-segmento de marketing
- c) Las opciones anteriores son incorrectas

8. Cuando la empresa turística ofrece el mismo producto a distintos segmentos de mercado, está utilizando, para la cobertura del mercado, la estrategia:

- a) Estrategia indiferenciada
- b) Estrategia desconcentrada
- c) Estrategia diferenciada

9. La segmentación por producto:

- a) Incluye el ofrecer productos similares a través de “segundas marcas”
- b) Incluye ofrecer productos similares pero cuya diferencia radica en el precio
- c) Incluye analizar los distintos usos de un producto, ya que esto puede variar de un mercado a otro

10. En la servucción:

- a) El sistema de organización interna es un elemento no visible
- b) El personal de contacto es un elemento visible
- c) Ambas opciones anteriores son correctas

11. Señala lo correcto...

- a) La imagen de la empresa es cómo perciben los consumidores el producto frente a la competencia
- b) El posicionamiento es cómo los consumidores perciben el producto frente a la competencia
- c) El posicionamiento es cómo los consumidores perciben el producto

12. En el ciclo de vida de un destino turístico :

- a) En la fase de consolidación la tasa de crecimiento cae, pero sigue creciendo el número de turistas
- b) En la fase de consolidación la tasa de crecimiento cae y ya no hay más crecimiento del número de turistas
- c) En la fase de exploración aún no hay turistas en el destino turístico

13. Señala lo correcto

- a) Todo producto entrará en declive en algún momento
- b) En la fase de crecimiento de un producto ya existe la competencia
- c) Las dos respuestas anteriores son verdaderas

14. La empresa asigna una marca diferente a cada uno de sus productos...hablamos de:

- a) Marca paraguas
- b) Marca blanca
- c) Las dos respuestas anteriores son falsas

15. La publicidad es una variable del marketing mix que supone :

- a) Un instrumento a corto plazo
- b) Un instrumento a medio plazo
- c) Un instrumento a largo plazo

16. La fijación de *precios desnatados* consiste en...

- a) Empezar con precios bajos para atraer y luego ir subiéndolos paulatinamente
- b) Empezar con precios altos para que el producto se perciba como caro, innovador y muy valorado
- c) Empezar con precios similares a productos similares de la competencia

17. La compra en una agencia de viajes de varios productos/servicios turísticos para un viaje se corresponde con la función de los canales de distribución denominada:

- a) Realización de actividades comunicativas
- b) Reducción del número de transacciones
- c) Negociación

18. El turismo de *hotel boutique* utiliza, normalmente, una estrategia de distribución:

- a) Intensiva
- b) Selectiva
- c) Exclusiva

19. Indique lo correcto sobre los instrumentos de comunicación:

- a) El comunicado de prensa es realizado por el periodista, quien elabora un contenido sobre eventos turísticos, etc
- b) En la rueda de prensa el periodista no elabora ningún contenido sobre eventos turísticos, etc.
- c) Los boletines de noticias o *newsletters* son realizados por organismos públicos para la promoción turística

20. Si hablamos de marketing en internet, el canal cuyo objetivo es incrementar la presencia de una marca en los resultados de búsqueda a través de buscadores, los cuales contienen anuncios que se pagan por clic, es:

- a) SMM (Social Media Marketing)
- b) SEO (Search Engine Optimization)
- c) SEM (Search Engine Marketing)