



## Comunidad de Madrid

### PRUEBAS PARA LA OBTENCIÓN DE TÍTULOS DE TÉCNICO Y TÉCNICO SUPERIOR

#### Convocatoria correspondiente al curso académico 2020-2021

(ORDEN 3299/2020, de 15 de diciembre, de la Consejería de Educación y Juventud)

DATOS DEL ASPIRANTE			FIRMA
APELLIDOS:			
Nombre:	D.N.I. N.I.E o Pasaporte:	Fecha: 14/05/2021	

Código del Ciclo: <sup>(1)</sup> TMVS01	Denominación completa del título: <sup>(1)</sup> Técnico Superior en Automoción
Clave o código del módulo: <sup>(1)</sup> 10	Denominación completa del módulo profesional: <sup>(1)</sup> Técnicas de comunicación y relaciones

(Consígnense las denominaciones exactas y los códigos reflejados en DECRETO 52/2009, de 7 de mayo, del Consejo de Gobierno)

INSTRUCCIONES GENERALES PARA LA REALIZACIÓN DE LA PRUEBA
<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 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.</li></ul> <p>Para ambas pruebas, el examinado podrá necesitar calculadora no científica, compás, regla, escuadra, cartabón, bolígrafo negro o azul y lapicero. Queda prohibida la utilización de dispositivos electrónicos de comunicación en el aula. Todos los examinados han de entregar el examen con los datos personales debidamente cumplimentados, aún cuando no haya respondido a ninguna pregunta.</p> <p>Dentro de los primeros 15 minutos del horario oficial de inicio de los exámenes se podrá acceder al aula de examen en circunstancias especiales, sin que ello implique en ningún caso incremento del tiempo</p>



## Comunidad de Madrid

fijado para el examen. Una vez iniciados los exámenes, no se permitirá a ningún examinado abandonar el aula hasta pasados 15 minutos desde el momento fijado para el comienzo de la prueba. Tampoco se permitirá a ningún alumno entrar en el aula transcurrido dicho período de tiempo.

Para la realización de la segunda prueba, el examinado necesitará calculadora no científica, escuadra, cartabón y regla, lapicero, borrador y bolígrafo.

Las notas se publicarán en un plazo máximo de 2 días naturales desde la realización de la prueba. Las notas serán publicadas en el tablón de anuncios del centro educativo y en la página web del centro: [www.educa2.madrid.org/web/centro.cifp.profesorraulvazquez.madrid](http://www.educa2.madrid.org/web/centro.cifp.profesorraulvazquez.madrid)

### CRITERIOS DE CALIFICACIÓN Y VALORACIÓN

Para superar el módulo será necesario obtener un 5

Si la nota final tiene decimales iguales o superiores a 0,5 se redondeará a la unidad inmediata superior, si los decimales son inferiores a 0,5 se redondeará a la unidad inmediata inferior.

La prueba consistirá en la realización de una prueba escrita de 40 preguntas con tres posibles alternativas de respuesta. Solo una respuesta es correcta. Para superar esta prueba será necesario obtener como mínimo un 5.

La puntuación de las preguntas será la siguiente:

- Pregunta contestada correctamente..... 0,25 puntos.
- Pregunta no contestada..... - 0,05 puntos.
- Pregunta contestada incorrectamente..... - 0,10 puntos.

La duración de esta prueba será de 1 hora y 45 minutos.

### CALIFICACIÓN

--



## Comunidad de Madrid

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

### CONTENIDO DE LA PRUEBA:

- Marcar con una "X" la respuesta correcta, **en la hoja de respuestas**. Sólo se corregirá la hoja de respuestas.
- Si tras repasar considera que la respuesta marcada no es correcta, poner "NO" sobre la "X", y marcar con una "X" la nueva respuesta.

1. Para establecer una comunicación, ¿Qué elementos tienen que coexistir?
  - a) Emisor, receptor, mensaje, canal, código y contexto
  - b) Emisor, transmisor, receptor, mensaje, canal y código
  - c) Emisor, transmisor, mensaje, canal, código y contexto
2. Los objetivos de la comunicación son:
  - a) Informar solamente.
  - b) Informar, formar, entretener, relacionarse, persuadir
  - c) Informar, formar, entretener, relacionarse, incitar y provocar
3. Seleccione la respuesta correcta:
  - a) El canal es el entorno en el cual se desarrolla el acto comunicativo
  - b) El emisor es el encargado de codificar el mensaje
  - c) El contexto es el medio físico de transmisión del mensaje
4. Seleccione la respuesta correcta, El orden para presentar las ideas en un mensaje puede ser:
  - a) Inductivo, se parte de la información más concreta hasta construir la generalidad del mensaje
  - b) Deductivo, primero se comunican las más importantes y posteriormente las secundarias
  - c) Por prioridades, se ordenan los contenidos de lo general a lo específico
5. Seleccione la afirmación que considere correcta con respecto a los tipos de comunicación
  - a) La comunicación verbal requiere de un mayor dominio de las herramientas del lenguaje que la comunicación escrita
  - b) La comunicación escrita requiere de un mayor dominio de las herramientas del lenguaje que la comunicación verbal
  - c) Ambos tipos de comunicación requieren el mismo dominio de las herramientas del lenguaje



## Comunidad de Madrid

6. Seleccione la respuesta correcta, respecto a la comunicación no verbal
  - a) Existe, pero no tiene relevancia en el ámbito profesional, excepto en los medios audiovisuales o de entretenimiento
  - b) Los gestos y movimientos del cuerpo no están categorizados como comunicación
  - c) Un ejemplo podría ser la señalización en los talleres.
7. Pueden ser factores que afecten al oyente:
  - a) Conocimientos previos y expectativas
  - b) Estereotipos y prejuicios
  - c) Ambas respuestas son correctas.
8. En la comunicación es fundamental la empatía, que se reflejan en frases del tipo:
  - a) Ánimo todo se supera
  - b) Hablando así, nunca lo conseguirás
  - c) Ninguna respuesta es correcta.
9. A la hora de comunicación con el cliente:
  - a) Debemos evitar utilizar demasiados tecnicismos
  - b) Debemos utilizar muchos tecnicismos, ya que denotan profesionalidad
  - c) Utilizaremos muchas expresiones coloquiales y argot
10. La comunicación es esencial en un equipo, por ello en una reunión para que sea fructífera se ha de fomentar:
  - a) El contacto personal
  - b) Tomar decisiones sobre todos los temas que se planteen
  - c) Que el coordinador como responsable del grupo liderará la reunión y de forma sutil impondrá sus opiniones.
11. La función del marketing
  - a) Es vender los productos de la empresa
  - b) Crear relaciones de intercambio que favorezcan a la empresa
  - c) Satisfacer los deseos de los clientes para ello crea el producto necesario
12. Seleccione la afirmación correcta
  - a) La imagen corporativa está en el plano del emisor y el receptor
  - b) La identidad corporativa está en el plano del receptor
  - c) La imagen corporativa están en el plano del receptor
13. La pirámide de Maslow explica:
  - a) El desarrollo cultural de los clientes
  - b) Que una serie de necesidades condiciona la motivación humana, y por lo tanto su comportamiento frente al consumo
  - c) La influencia del propio individuo sobre sus comportamientos



## Comunidad de Madrid

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

14. Se entiende por merchandising:
- La aplicación del marketing en el punto de venta, como puede ser la ubicación de los productos
  - El incremento de las ventas obtenidas por la publicidad
  - Dar a conocer el negocio en el mercado utilizando diferentes herramientas de marketing
15. Los clientes potenciales:
- Han realizado una transacción económica con nuestra empresa hace poco
  - Realizan transacciones periódicas con nuestro negocio de forma periódica
  - Son aquellos capaces de adquirir alguno de nuestros productos pero que todavía no lo han hecho
16. Los clientes activos:
- Solicitan nuestros servicios de forma ocasional
  - Realizaron gestiones con la empresa en algún momento pero ya no nos solicitan los servicios
  - Realizan transacciones periódicas con nuestro negocio de forma asidua
17. El feedback:
- Es una clasificación de los clientes
  - Es una etapa de la comunicación
  - Ninguna respuesta es correcta.
18. Las reclamaciones recibidas en el taller
- Es documentación que no tiene ningún valor, más allá del disgusto inicial de los responsables de taller
  - Es una técnica indirecta que nos permite recoger información sobre la satisfacción del cliente
  - Son documentos que no se generan, que los clientes no reclaman de forma escrita, si no están contentos no vuelven.
19. Un análisis DAFO nos permite:
- Analizar las fortalezas y debilidades de una empresa
  - Analizar la situación económica de la empresa según los resultados del año económico
  - Analizar las debilidades, las fortalezas, las oportunidades y las amenazas de la empresa
20. La responsabilidad social de una empresa
- Las empresas no tienen responsabilidades sociales
  - Son medidas que se toman ante los cambios de la sociedad debidos a la tecnología
  - Una medida que refleja la responsabilidad social de una empresa puede ser la creación de economatos, bibliotecas, parques, etc que ayuden al desarrollo económico de la zona en la que está instalada.



## Comunidad de Madrid

21. Ante una queja o reclamación del cliente
  - a) La empresa debe entregarle una hoja de reclamaciones si el cliente la solicita, si no lo hace cometería una infracción en materia de consumo
  - b) La empresa asesora al cliente y si lo considera oportuno le ofrece una hoja de reclamaciones
  - c) La empresa solo tiene la obligación de entregar al cliente una hoja de reclamaciones interna, si el cliente desea otro tipo de hoja, debe solicitarla en la oficina de consumo de su comunidad
22. Las hojas de reclamaciones se le darán al cliente
  - a) Si el personal del taller o empresa considera que el cliente tiene algún motivo para quejarse
  - b) Si el cliente lo solicita aunque no tenga motivo de queja, si se le deniega el taller puede ser sancionado.
  - c) Si el cliente lo solicita en el momento de la entrega del vehículo.
23. La documentación que el taller debe entregar al cliente es:
  - a) La factura y presupuesto
  - b) La factura detallada en la que se incluyen todas las operaciones realizadas.
  - c) Resguardo de depósito, presupuesto aceptado y factura
24. La norma ISO 9001
  - a) Son normas que se aplican a nivel mundial para unificar los procesos de fabricación y comercialización
  - b) Son normas obligatorias que describen los requisitos para implantar un sistema de certificación de calidad
  - c) Es una norma internacional voluntaria
25. Dentro de un sistema de gestión de calidad, la rueda de Deming es
  - a) La rueda de Deming se aplica solo en prevención de riesgos laborales
  - b) Es una herramienta de mejora continua
  - c) Es una rueda en la cual se definen tres etapas para verificar el sistema de calidad.
26. Indique cuál es un método directo para medir el grado de satisfacción de los clientes
  - a) Cuestionario de satisfacción
  - b) Sistemas de quejas y reclamaciones
  - c) Datos de repetición de compras
27. ¿Qué se entiende por gap?.
  - a) Un tipo nuevo de combustible desarrollado por GALP
  - b) Es la diferencia entre lo que el cliente recibe y lo que espera del servicio
  - c) Es la garantía ampliada del producto.
28. La garantía mínima que ofrece un taller después de una intervención será al menos de:
  - a) 1 mes
  - b) 2 meses o 1000 km
  - c) 3 meses o 2 000 Km



## Comunidad de Madrid

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

29. Cuál es el plazo que tiene la empresa para entregar una reclamación ante la autoridad competente:
- a) Un mes desde que se entrega el vehículo al cliente
  - b) Dos meses desde la entrega del vehículo al cliente o una vez finalizada la garantía del servicio prestado
  - c) No hay plazo pero se recomienda lo antes posible
30. Si la autoridad competente resuelve que el hecho es irregular sancionable o que reviste gravedad puede
- a) Sancionar a la empresa
  - b) Restituir los derechos del consumidor
  - c) Sancionar a la empresa y restituir los derechos del consumidor
31. ¿Cuántas etapas tiene la implantación de un SGC?
- a) 6
  - b) 4
  - c) 5
32. ¿Quién debe de liderar un SGC?
- a) Nadie, un SGC pretende la participación de todos los trabajadores, por ello no existe la figura de un líder como tal, hay una retroalimentación y puesta en común constante
  - b) La dirección
  - c) Un equipo de gestores formado por un miembro de cada departamento.
33. ¿Qué documentos de un SGC marca la norma como obligatorios?
- a) Ningún documento es obligatorio, ya que la tendencia es lograr una gestión empresarial de cero papeles.
  - b) Solo un manual de Calidad.
  - c) Varios documentos entre ellos; La política de calidad, Manual de calidad, Interacción entre procesos, procedimientos documentados
34. Para la fidelización a la empresa se tomarán una serie de medidas para fidelizar a:
- a) Solo se fideliza a los clientes
  - b) Solo se fideliza a los trabajadores
  - c) Se debe fidelizar a los clientes y a los trabajadores



## Comunidad de Madrid

35. Los factores que influyen en la fidelización de los clientes se considera que:
- a) La calidad del servicio y la satisfacción del cliente tienen una incidencia directa sobre la fidelización
  - b) La imagen corporativa y la confianza tienen una incidencia directa sobre la fidelización
  - c) La satisfacción del cliente y la confianza tienen una incidencia directa sobre la fidelización
36. Las empresas de éxito se centran en:
- a) En el precio del servicio, el cual es el más competitivo de su mercado.
  - b) En las campañas de marketing
  - c) En el servicio, prestando especial atención a las expectativas de sus clientes
37. Para que el taller tenga un servicio de calidad debe de ser
- a) Proactivo
  - b) Reactivo
  - c) Ambas respuestas son falsas con respecto a la valoración de la calidad de un servicio
38. Cuando un servicio carece de calidad, o ésta es deficiente ¿quién sale perjudicado?
- a) La empresa
  - b) El cliente
  - c) Ambos
39. La fidelización de un cliente depende de:
- a) Siempre está determinada por la satisfacción del cliente con el servicio recibido
  - b) El boca a boca o las recomendaciones de sus allegados y/o compañeros.
  - c) Las barreras de salida hacia la competencia, las ofertas de la competencia y la satisfacción del cliente con los servicios recibidos
40. El marco legal que protege los derechos de consumidores y usuarios es...
- a) La LGCE ( Ley general de consumo española)
  - b) La LGDCU ( Ley general para la defensa de consumidores y usuarios)
  - c) La LEDCU ( Ley europea para la defensa de consumidores y usuarios)





## Comunidad de Madrid

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

CALIFICACIÓN

1	a	b	c
2	a	b	c
3	a	b	c
4	a	b	c
5	a	b	c
6	a	b	c
7	a	b	c
8	a	b	c
9	a	b	c
10	a	b	c
11	a	b	c
12	a	b	c
13	a	b	c
14	a	b	c
15	a	b	c
16	a	b	c
17	a	b	c
18	a	b	c
19	a	b	c
20	a	b	c

21	a	b	c
22	a	b	c
23	a	b	c
24	a	b	c
25	a	b	c
26	a	b	c
27	a	b	c
28	a	b	c
29	a	b	c
30	a	b	c
31	a	b	c
32	a	b	c
33	a	b	c
34	a	b	c
35	a	b	c
36	a	b	c
37	a	b	c
38	a	b	c
39	a	b	c
40	a	b	c