

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: (1) HOTS01	Denominación completa del título: (1) GESTIÓN DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS
Clave o código del módulo: (1) 0178	Denominación completa del módulo profesional: (1) COMERCIALIZACIÓN DE EVENTOS

INSTRUCCIONES GENERALES PARA LA REALIZACIÓN DE LA PRUEBA
<ul style="list-style-type: none">- Cumplimentar los datos del aspirante antes del examen y firmar en todas las hojas que se entreguen.- Tener disponible el DNI o documento identificativo equivalente en la mesa.- Señalar y escribir con tinta indeleble, que no sea roja, las respuestas y su desarrollo.- Utilizar solamente el papel facilitado por el examinador (con el sello y formato correspondiente).- Se permite el uso de calculadora, nunca el teléfono móvil.-
CRITERIOS DE CALIFICACIÓN Y VALORACIÓN
<ul style="list-style-type: none">- Señalar claramente la respuesta, en caso de duda, no se tendrá en cuenta.- Cada respuesta correcta sumará +0,5 puntos, cada respuesta incorrecta resta - 0,25 puntos.- Las respuestas en blanco no puntúan.

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

CALIFICACIÓN
.....



C.I.F.P. ESCUELA DE HOSTELERÍA Y TURISMO

Simone Ortega

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

1. El término *Team building* se refiere:
 - a. Al equipo encargado de la organización de un evento
 - b. A las actividades dirigidas a crear conciencia de equipo en un entorno profesional
 - c. A la parrilla de eventos que tiene una empresa organizadora de eventos

2. Una posible fuente de financiación de un evento puede ser:
 - a. El patrocinio
 - b. Cuotas de inscripción
 - c. Ambas opciones son correctas

3. Con el término *taller o workshop*:
 - a. Se entiende una actividad con objetivo formativo/educativo y de carácter eminentemente práctico
 - b. Se entiende una actividad con objetivo promocional y de carácter eminentemente práctico
 - c. Se entiende una actividad con objetivo motivacional para empleados y de carácter teórico

4. El término para referirse a la mezcla entre turismo de negocios y de ocio es:
 - a. Bleisure
 - b. Blestrip

- c. Bussinesstrip
5. La realización de un *escape room* en un evento se clasifica dentro de las tendencias de:
- a. Interactividad
 - b. Gamificación
 - c. Movilidad
6. Se entiende por *road show*:
- a. Evento temporal que tiene poca duración en el que se hace partícipe a las familias del entorno profesional
 - b. Evento itinerante que recorre determinadas zonas de una localidad, región o país
 - c. Espacio creado a nivel empresarial para que los empleados puedan conocerse y socializar entre ellos de manera amena y divertida
7. A la hora de realizar un cronograma para la organización de un evento utilizaremos:
- a. Un diagrama de Gantt
 - b. Un DAFO
 - c. Ambas opciones son igual de correctas
8. Si queremos representar gráficamente las actividades que componen el evento y su relación con las demás tareas, para poder tomar decisiones anticipadamente, utilizaré un diagrama:
- a. PERT
 - b. CPM
 - c. Ninguno de los dos sería válido para ello

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

9. El *Briefing* ...

- a. Es el cronograma a nivel práctico del desarrollo del evento en el que plasmaremos todas las ideas sobre el mismo, cuanto más imaginativas y novedosas, mejor.
- b. Es el documento donde se recogen los datos más importantes sobre el evento, tiene que ser claro, riguroso y realista.
- c. Es la persona responsable del evento, que tendrá una relación más estrecha con el cliente

10. El precio de venta al público de un Congreso que vamos a organizar es de 400€ por persona. Los costes globales de la creación del evento son de 20.000€, el coste variable por persona es de 175€. Aplicando la fórmula del umbral de rentabilidad, indica cuántas unidades de producto deberíamos de vender como mínimo para que los costes se igualen a los ingresos (Umbral de rentabilidad)

- a. 50 unidades
- b. 114.28 unidades
- c. 88.88 unidades

11. Nuestra empresa establece un proceso de planificación donde se establecen unos objetivos SMART, donde la S se refiere a que las cualidades que deben poseer estos objetivos sean:

- a. Realistas

- b. Específicas
- c. Alcanzables

12. Si queremos utilizar una herramienta potente y gratuita que me permita crear, gestionar, reservar y vender entradas para eventos, utilizaremos...

- a. Eventbrite
- b. Metricool
- c. Storify

13. Cada una de las letras de DAFO significa:

- a. Debilidades, amenazas, fronteras y oportunidades
- b. Disconformidades, amenazas, fortalezas y oportunidades
- c. Debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades

14. La mesa habilitada como recepción adicional para recibir a un grupo en el hotel se denomina:

- a. Hospitality Desk
- b. Recepción bis
- c. No tiene nombre específico

15. El servicio de restauración que une el desayuno con el almuerzo se denomina:

- a. Coffee Break
- b. Brunch
- c. Vino español

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

16. Para un grupo que llega el 15 de mayo, con un periodo de reléase de 30 días, la fecha de dead line se marcará:

- a. El 30 de abril
- b. El 15 de abril
- c. El 15 de mayo

17. Si montamos el evento en cabaret, la distribución mesas y sillas por el salón será:

- a. Sillas orientadas hacia el escenario, sin mesa
- b. Mesas redondas por el salón, sillas en forma de media luna alrededor de la mesa, dejando espacio libre para que todos los invitados vean el escenario
- c. Mesas altas e invitados distribuidos libremente y de pie alrededor de las mesas

18. En un montaje con mesa imperial, los protagonistas se sientan:

- a. En el lado más corto de la mesa
- b. En este tipo de montaje no existe presidencia, los protagonistas se integran con todos los participantes, favoreciendo la interacción
- c. En las esquinas

19. Una de las acciones que se pueden llevar a cabo dentro del marketing de guerrilla puede ser:

- a. Flashmob
- b. Publicidad encubierta
- c. Ambas opciones son correctas

20. La factura proforma:

- a. Tiene la misma validez fiscal que la factura final.
- b. Tiene la misma numeración que la factura final
- c. Debe indicar claramente que es factura proforma, con formato y conceptos similares a los de la factura final