

Diseño y ejecución de acciones comerciales en alojamientos
Cuestionario de evaluación (Solucionario)

DATOS DEL CURSO

Nº expediente: Nº Acción Formativa: Nº grupo:
Denominación acción:

DATOS DEL ALUMNO

Apellidos: Nombre:
N.I.F

1. Uno de los elementos de la oferta turística española es que contamos con 16 estaciones de esquí.
 Verdadero.
 Falso.
2. Existen actualmente unos 70.000 campings.
 Verdadero.
 Falso.
3. Se puede afirmar que la renta disponible es un factor indirecto que influye a la hora de seleccionar el servicio o producto turístico.
 Verdadero.
 Falso.
4. Las tres fórmulas comunes de desarrollar el turismo de salud es a través del termalismo (que utiliza aguas minero-medicinales), la talasoterapia (utiliza agua del mar) y Spas.
 Verdadero.
 Falso.
5. El turismo de aventura se trata de un producto que atrae a personas que quieren emplear su tiempo libre en practicar deporte en el medio rural.
 Verdadero.
 Falso.

6. Las necesidades secundarias son aquellas de las que depende la supervivencia humana como alimentarse, dormir, beber, respirar, abrigarse, etc.
- Verdadero.
- Falso.
7. Una de las categorías en las que clasificó Maslow las necesidades humanas es el consumismo.
- Verdadero.
- Falso.
8. Un cliente satisfecho es un cliente cuyas expectativas de éxito eran bajas y ha recibido más de lo que esperaba.
- Verdadero.
- Falso.
9. Un cliente itinerante es muy activo y muestra muchas motivaciones diversas.
- Verdadero.
- Falso.
10. Los viajeros aloécnicos son extrovertidos, seguros de sí mismos, que valoran su independencia y libertad.
- Verdadero.
- Falso.

FIRMA DEL TUTOR

FIRMA DEL ALUMNO

DATOS DEL CURSO

Nº expediente: Nº Acción Formativa: Nº grupo:
Denominación acción:

DATOS DEL ALUMNO

Apellidos: Nombre:
N.I.F

1. Las necesidades secundarias son aquellas de las que depende la supervivencia humana como alimentarse, dormir, beber, respirar, abrigarse, etc.
 Verdadero.
 Falso.
2. Una de las categorías en las que clasificó Maslow las necesidades humanas es el consumismo.
 Verdadero.
 Falso.
3. Un cliente satisfecho es un cliente cuyas expectativas de éxito eran bajas y ha recibido más de lo que esperaba.
 Verdadero.
 Falso.
4. Un cliente itinerante es muy activo y muestra muchas motivaciones diversas.
 Verdadero.
 Falso.
5. Los viajeros aloécnicos son extrovertidos, seguros de sí mismos, que valoran su independencia y libertad.
 Verdadero.
 Falso.

6. Una de las características del servicio turístico es su intangibilidad.
- Verdadero.
 Falso.
7. La economía de mercado es la organización y asignación de la producción y el consumo de bienes y servicios que surge del juego entre la oferta y la demanda.
- Verdadero.
 Falso.
8. Las expectativas son las esperanzas que tiene el consumidor en base al precio del producto y a la publicidad realizada.
- Verdadero.
 Falso.
9. Los procedimientos para un estudio o investigación en un mercado son la manera de recopilar, registrar y analizar todos los datos que se relacionan con ese mercado, tanto sean de servicios como de problemas.
- Verdadero.
 Falso.
10. La investigación exploratoria detecta las necesidades definidas y los objetivos y se ayuda de experimentos, encuestas y simulaciones.
- Verdadero.
 Falso.

FIRMA DEL TUTOR

FIRMA DEL ALUMNO

DATOS DEL CURSO

Nº expediente: Nº Acción Formativa: Nº grupo:
Denominación acción:

DATOS DEL ALUMNO

Apellidos: Nombre:
N.I.F

1. CRM proviene de las siglas del término en inglés Civil Retrieement Membership que significa “calidad en atención al cliente” y se trata de la administración basada en la relación con los clientes.
 Verdadero.
 Falso.
2. El marketing relacional busca cubrir las necesidades de los clientes.
 Verdadero.
 Falso.
3. La introducción de mecanismos correctores es la primera etapa de una estrategia de marketing tradicional.
 Verdadero.
 Falso.
4. Una de las preguntas que deberíamos hacernos para saber si necesitamos un plan de ventas es si nos está resultando complicado atraer nuevos clientes e incluso retener a los que ya tenemos.
 Verdadero.
 Falso.
5. En el paso de Calificación, el cliente ya ha valorado a muchas empresas y se está decidiendo por cuál va a optar.
 Verdadero.
 Falso.

6. Uno de los cinco pasos que podemos usar para mejorar el primer contacto con el cliente es la creatividad.

Verdadero.

Falso.

7. No se debe mirar a los ojos cuando se saluda para no mostrar inseguridad.

Verdadero.

Falso.

8. Motivar y potenciar las buenas maneras y saber estar supone perder el tiempo y retrasos en nuestro puesto de trabajo.

Verdadero.

Falso.

9. El cliente polémico siempre quiere llevar la razón, necesita más atención que otros, es muy desconfiado y suele provocar discusiones.

Verdadero.

Falso.

10. Nuestros clientes pueden ser fieles por el miedo al cambio, al desconocimiento o por pereza.

Verdadero.

Falso.

FIRMA DEL TUTOR

FIRMA DEL ALUMNO

DATOS DEL CURSO

Nº expediente: Nº Acción Formativa: Nº grupo:
Denominación acción:

DATOS DEL ALUMNO

Apellidos: Nombre:
N.I.F

1. El rendimiento percibido depende de la percepción subjetiva del cliente y está influido por las opiniones de terceras personas.
 Verdadero.
 Falso.
2. El nuevo turista es muy predecible y homogéneo, solo buscaba el descanso, relajación, romper con la rutina y generalmente eso lo conseguía en destinos de sol y playa.
 Verdadero.
 Falso.
3. España cuenta con 11 ciudades patrimonio de la humanidad.
 Verdadero.
 Falso.
4. Dentro del turismo de salud se encuentra la categoría de Congresos y Convenciones.
 Verdadero.
 Falso.
5. El clima se considera un factor externo al turista.
 Verdadero.
 Falso.

6. Hospedarse en monasterios para desconectar del mundo real se considera un subproducto espiritual dentro del producto cultural.

Verdadero.

Falso.

7. Se entiende por producto de aventura a la observación de la naturaleza no modificada por la mano del hombre, y bajo un total respeto al medio ambiente.

Verdadero.

Falso.

8. Uno de los factores que influye directamente en el desarrollo del turismo es la tecnología.

Verdadero.

Falso.

9. Respecto al número de pernoctaciones, España permanece en primer lugar proseguido por Italia, Francia y Alemania.

Verdadero.

Falso.

10. Una entrevista se considera un método de obtención de información cualitativo.

Verdadero.

Falso.

FIRMA DEL TUTOR

FIRMA DEL ALUMNO