

**PROCESOS DE VENTA
GESTIÓN DE COMPRAS
APLICACIONES INFORMÁTICAS PARA EL COMERCIO
MARKETING EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL
INGLÉS
DINAMIZACIÓN DEL PUNTO DE VENTA**

Duración: 10 sesiones

Organización: 6 grupos

**DISEÑO Y PUESTA EN
MARCHA DE VENTA EN
TIENDA**

EL RETO

Diseñar y poner en marcha la venta de productos en una tienda real utilizando lo aprendido a lo largo del trimestre e integrando el uso de la lengua inglesa. Los proveedores serán elegidos por los alumnos bajo supervisión de los docentes.

Resultados de Aprendizaje y Competencias Transversales

1226- MARKETING EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL

- a) Caracteriza el mercado y el entorno de la empresa, analizando los principales factores que los conforman y su influencia en la aplicación de las acciones de marketing.
- b) Determina el proceso de investigación comercial y el sistema de información de marketing, analizando las técnicas y los procedimientos aplicables para su desarrollo.
- c) Define las políticas aplicables al producto o servicio, adecuándolo a las necesidades y perfil de los clientes y a las tendencias del mercado.
- d) Determina el método de fijación del precio de venta del producto/servicio, teniendo en cuenta los costes, el margen comercial, los precios de la competencia, la percepción de valor del cliente y otros factores influyentes en el precio.

1229- GESTIÓN DE COMPRAS

- a) Determina las necesidades de compra de un pequeño establecimiento comercial.
- b) Realiza planes de aprovisionamiento de mercaderías, utilizando técnicas de selección de proveedores que garanticen el suministro permanente y periódico de la tienda.
- c) Tramita la documentación de compra de mercaderías, realizando pedidos, controlando albaranes y haciendo efectivas facturas según los procedimientos seguidos habitualmente con proveedores o centrales de compra.
- d) Gestiona y controla el proceso de recepción de pedidos, verificándolos de acuerdo con los criterios comerciales establecidos con los proveedores.
- e) Realiza la gestión de compraventa de un establecimiento comercial, utilizando el terminal punto de venta (TPV).

1231- DINAMIZACIÓN DEL PUNTO DE VENTA

- a) Organiza la superficie comercial, aplicando técnicas de optimización de espacios y criterios de seguridad e higiene.
- b) Coloca, expone y repone los productos en la zona de venta, atendiendo a criterios comerciales, condiciones de seguridad y normativa vigente.
- c) Realiza trabajos de decoración, señalética, rotulación y cartelería, aplicando técnicas de publicidad y animación en el punto de venta.
- d) Realiza los escaparates adecuados a las características esenciales de los establecimientos y cuida los elementos exteriores, aplicando técnicas profesionales.

1232- PROCESOS DE VENTA

- a) Identifica el proceso de decisión de compra del consumidor y/o usuario, analizando los factores que inciden en el mismo y las tipologías de clientes.
- b) Organiza el proceso de venta, definiendo las líneas de actuación del vendedor de acuerdo con los objetivos fijados en el plan de ventas.
- c) Desarrolla entrevistas con supuestos clientes, utilizando técnicas de venta, negociación y cierre adecuadas, dentro de los límites de actuación establecidos por la empresa.
- d) Gestiona la documentación comercial y de pago/cobro de las operaciones de compraventa, cumplimentando los documentos necesarios.
- e) Determina los precios y el importe de las operaciones, aplicando el cálculo comercial en los procesos de venta.

1233- APLICACIONES INFORMÁTICAS PARA EL COMERCIO

- a) Maneja a nivel de usuario sistemas informáticos empleados habitualmente en el comercio, utilizando el hardware y el software más común.
- b) Confecciona materiales informativos y publicitarios, utilizando técnicas de diseño gráfico.
- c) Realiza cálculos matemáticos con hoja de cálculo y tratamiento de datos con gestores de bases de datos, utilizando programas para la automatización de las actividades comerciales.

0156- INGLÉS

- a) Reconoce información profesional y cotidiana contenida en discursos orales emitidos en lengua estándar, analizando el contenido global del mensaje y relacionándolo con los recursos lingüísticos correspondientes.
- b) Emite mensajes orales claros y bien estructurados, participando como agente activo en conversaciones profesionales.
- c) Aplica actitudes y comportamientos profesionales en situaciones de comunicación, describiendo las relaciones típicas características del país de la lengua extranjera.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

1. Creatividad: iniciativa emprendedora.
2. Trabajo en equipo: comunicación, responsabilidad.
3. Aprender a aprender: planificación y organización, autonomía, implicación, toma de decisiones y gestión de la información.
4. Competencia digital: búsqueda, filtrado, intercambio, almacenamiento y recuperación de la información.

1. TAREAS A REALIZAR

1. Diseñar y poner en marcha la venta de productos en una tienda real. La tienda se sitúa en un aula del centro creada específicamente para convertirse en un comercio. Los alumnos tendrán que aplicar lo aprendido en cada asignatura a lo largo del curso e integrando la lengua inglesa.

Además del ajuste de la propuesta al planteamiento general del reto, se valora aspectos como:

- La dimensión estética: que resulte atractiva, motivadora y capte la atención.
 - La creatividad, originalidad e imaginación.
 - La calidad de la atención al cliente
 - La calidad formal: acabado, ejecución cuidada, detalles...
2. Elaborar un diario de aprendizaje o portafolio que recoja fundamentalmente las vivencias experimentadas por todos los integrantes del equipo durante todo el proceso del reto, en la que se pueden incluir los siguientes aspectos sin responder necesariamente a los puntos:
 - a) El trabajo realizado por cada alumno y en equipo.

- b) Estrategias y/o herramientas utilizadas.
 - c) Participación y contribución al trabajo en equipo.
 - d) Respeto a las normas del equipo.
 - e) Lo que ha aprendido.
 - f) Lo que más le ha costado. ¿Por qué?
 - g) Lo que menos le ha gustado. ¿Por qué?
 - h) Lo que cambiaría o haría de otro modo.
3. Confeccionar un documento de equipo con la información obtenida y organizada, así como preparar la presentación del mismo. Los profesores pueden pedir a cualquier componente del equipo que presente cualquiera de las partes.
4. Presentación del reto (proceso de trabajo y del resultado). Los profesores pueden pedir a cualquier componente del equipo que presente cualquiera de las partes.

Nota. Para la realización de los documentos referidos en los apartados 3 y 4, los alumnos podrán ir tomando fotografías con el teléfono móvil durante el proceso del reto.

2. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Competencias técnicas y transversales

La evaluación se realizará desde los resultados de aprendizaje definidos y las competencias establecidas.

- + No logra el resultado de aprendizaje
- + Lo consigue con ayuda (de compañeros o de profesores)
- + Logra el resultado de aprendizaje
- + Ayuda a otros a conseguir el resultado de aprendizaje

Los criterios de calificación se concretarán de la siguiente manera:

- La puesta en marcha del reto: venta en tienda (50%).
- El diario de aprendizaje o portfollio que recoge la información buscada y lo aprendido de ella. (30%).
- La presentación del reto (20%).

3. RECURSOS

- a) Equipamiento: ordenadores, proyector, estanterías, TPV, material de decoración...
- b) Material: según el trabajo a realizar.
- c) Aula de 1º de Actividades Comerciales, Aula de informática, Tienda del centro y almacén de tienda.