PROYECTO CURRICULAR

y

PROGRAMACIÓN DE AULA

**VENTA TÉCNICA**

Técnico en Actividades Comerciales

Comercio y Marketing

**Índice**

[1. INTRODUCCIÓN 4](#_Toc164259295)

[1.1. Perfil profesional 4](#_Toc164259296)

[1.2. Competencia general 4](#_Toc164259297)

[1.3. Entorno profesional 4](#_Toc164259298)

[1.4. Marco normativo del ciclo 5](#_Toc164259299)

[2.COMPETENCIAS Y OBJETIVOS GENERALES DEL MÓDULO 8](#_Toc164259300)

[2.1. Unidades de competencia 8](#_Toc164259301)

[2.2. Competencias profesionales, personales y sociales 9](#_Toc164259302)

[3. CONTENIDOS BÁSICOS Y ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS 15](#_Toc164259303)

[3.1. Contenidos 15](#_Toc164259304)

[3.2 Orientaciones pedagógicas 18](#_Toc164259305)

[4.RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN 19](#_Toc164259306)

[5. METODOLOGÍA 27](#_Toc164259307)

[5.1. Metodología didáctica 27](#_Toc164259308)

[5.1.1. Estrategias didácticas 27](#_Toc164259309)

[5.1.2. Tipología de actividades 28](#_Toc164259310)

[5.2. Materiales y recursos didácticos 29](#_Toc164259311)

[6. PROGRAMACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN DE LAS UNIDADES DE TRABAJO 31](#_Toc164259312)

[7. TRANSVERSALES 32](#_Toc164259313)

[8. EVALUACIÓN GENERAL 33](#_Toc164259314)

[8.1. El proceso de evaluación. 33](#_Toc164259315)

[8.2. Fases de evaluación 33](#_Toc164259316)

[8.3. Instrumentos de evaluación 34](#_Toc164259317)

[9. UNIDADES DE TRABAJO 36](#_Toc164259318)

[UNIDAD DE TRABAJO 1. Productos industriales 37](#_Toc164259319)

[UNIDAD DE TRABAJO 2. Servicios 41](#_Toc164259320)

[UNIDAD DE TRABAJO 3. Productos tecnológicos 45](#_Toc164259321)

[UNIDAD DE TRABAJO 4. Productos de alta gama 50](#_Toc164259322)

[UNIDAD DE TRABAJO 5. Promoción de bienes inmuebles 55](#_Toc164259323)

[UNIDAD DE TRABAJO 6. Venta de inmuebles 59](#_Toc164259324)

[UNIDAD DE TRABAJO 7. Telemarketing 63](#_Toc164259325)

[Proyecto: Ofertas comerciales 67](#_Toc164259326)

###

### UNIDAD DE TRABAJO 1. Productos industriales

**OBJETIVOS**

Al finalizar esta unidad el alumnado debe ser capaz de:

* Diferenciar entre producción, comercialización y consumo.
* Conocer los diferentes sectores económicos.
* Entender la división del mercado y reconocer los diferentes mercados en función del sector al que pertenecen.
* Explicar los productos industriales a partir de sus características, valorando la seguridad de estos productos.
* Identificar al cliente industrial y reconocer sus demandas.
* Entender el proceso de venta de productos industriales.
* Gestionar los productos industriales y su relación con aseguradoras y financieras, prestando especial atención a la importancia de las homologaciones.

|  |  |
| --- | --- |
| **Unidad de trabajo 1: Productos industriales** | **Temporalización: 17 horas** |
| **Contenidos** | **Resultado de aprendizaje y competencias** | **Criterios de evaluación** | **Instrumentos de evaluación** |
| **1.** Producción, comercialización y consumo**1.1.** Producción**1.2.** Comercialización**1.3.** Consumo**2.** Sectores económicos**3.** División del mercado**3.1.** Mercado del sector primario**3.2.** Mercado del sector secundario**4.** Productos industriales**4.1.** Características**4.2.** Seguridad de los productos**4.3.** Marcado CE**5.** El cliente industrial**5.1.** Características**5.2.** Demandas de los clientes**5.2.1.** Información**5.2.2.** Diseño**5.2.3.** Versatilidad**5.2.4.** Beneficios adicionales**5.2.5.** Demostraciones**6.** Venta de productos industriales**6.1**. Venta al por mayor**6**.**2.** Venta a granel**6**.**3.** Envase y embalaje como estrategia de ventas**6.4.** Certificación como herramienta de marketing**7.** Gestión de los productos industriales**7.1.** Aseguradoras.**7.2.** Entidades financieras**7.3.** Homologaciones | **1.** Elabora ofertas comerciales de productos industriales y del sector primario, adaptando los argumentos de venta a los distintos tipos de clientes (minoristas, mayoristas e institucionales).**Competencias** **1.** Autonomía en la realización de los casos prácticos.**2.** Innovación en la organización del trabajo.**3.** Responsabilidad en el cumplimiento de las tareas encomendadas.**4.** Trabajo en equipo.**5.** Resolución actividades propuestas.**6.** Fomento de la comunicación. | **a)** Se han realizado búsquedas de fuentes de información de clientes industriales y mayoristas. | Actividades página 13.Actividades página 17.Actividad 16 página 21.Actividades 1, 2, 4, 5, 6 y 7 *Evalúo mi aprendizaje* página 26. |
| **b)** Se han elaborado argumentarios de ventas centrados en la variable producto, tales como atributos físicos, composición, utilidades y aplicaciones de dichos productos. | Actividades página 15.Actividad 15 página 21 |
| **c)** Se han realizado propuestas de ofertas de productos a un cliente institucional, industrial o mayorista. | Actividades 17 y 18 página 21.Actividad 9 *Evalúo mi aprendizaje* página 26. |
| **d)** Se han destacado las ventajas de nuevos materiales, componentes e ingredientes de los productos ofertados. | Actividad 11 *Evalúo mi aprendizaje* página 27.Reto profesional página 28: *Etiqueta Ecológica Europea*. |
| **e)** Se han seleccionado subvariables de producto, tales como el envase, el etiquetado, la certificación y la seguridad, como herramientas de marketing para potenciar los beneficios del producto ofertado. | Actividades 19, 20 y 21 página 21.Actividades página 23.Reto profesional página 28: *Etiqueta Ecológica Europea*. |
| **Instrumentos de calificación** |
| **1.** Observación directa del alumno o alumna: motivación, interés, actitudes, comportamiento, asistencia, etc.**2.** Participación en clase: intervenciones sobre actividades y ejercicios propuestos, valorando su dedicación e interés. **3.** Realización de actividades individuales y grupales.**4.** Elaboración de ejercicios prácticos.**5.** Realización de pruebas y controles periódicos.**6.**Prueba escrita al final de la unidad.**7.** Resolución del reto profesional resuelto. |
| **Metodología** |
| La unidad 1 comienza con una propuesta inicial que permita evaluar los conocimientos previos del alumnado y así dirigir su conocimiento hacia lo nuevo. A lo largo del tema se desarrolla el contenido integrando actividades y casos prácticos relativos al mismo.El contenido y las diferentes actividades deben adaptarse al grupo aula, por lo que la metodología ha de ser flexible y dinámica con el fin de conseguir que el alumnado alcance un aprendizaje significativo.Se debe promover la participación activa del alumnado para favorecer la comprensión y expresión de los contenidos trabajados. |
| **Recursos TIC** |
| **Enlaces para ampliar contenidos:*** División del mercado: <https://www.marketing-xxi.com/division-del-mercado-56.htm>
* Normas y requisitos relacionados con los productos industriales: <https://administracion.gob.es/pag_Home/Tu-espacio-europeo/derechos-obligaciones/empresas/productos/normas-requisitos/productos-industriales.html>
* Marketing industrial: <https://www.sneakerlost.es/blog/13-ejemplos-de-contenido-de-marketing-industrial-para-generar-leads>
* Marcado CE: <https://europa.eu/youreurope/business/product-requirements/labels-markings/ce-marking/index_es.htm>
 |