PROYECTO CURRICULAR

y

PROGRAMACIÓN DE AULA

**Técnicas básicas de *merchandising***

Título de Profesional Básico en Servicios Comerciales

Comercio y *Marketing*

**Índice**

[1. INTRODUCCIÓN. Título Profesional Básico en Servicios Comerciales 3](#_Toc169587307)

[1.1. Perfil profesional 3](#_Toc169587308)

[1.2. Competencia general 3](#_Toc169587309)

[1.3. Entorno profesional 3](#_Toc169587310)

[1.4. Marco normativo del ciclo 4](#_Toc169587311)

[2. COMPETENCIAS Y OBJETIVOS GENERALES DEL MÓDULO 6](#_Toc169587312)

[2.1. Unidades de competencia 6](#_Toc169587313)

[2.2. Competencias profesionales, personales y sociales 7](#_Toc169587314)

[2.3. Objetivos generales 10](#_Toc169587315)

[2.4. Duración del módulo 12](#_Toc169587316)

[3. CONTENIDOS BÁSICOS Y ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS 13](#_Toc169587317)

[3.1. Orientaciones pedagógicas 14](#_Toc169587318)

[4. RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN 15](#_Toc169587319)

[5. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS 19](#_Toc169587320)

[6. PROGRAMACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN DE LAS UNIDADES DE TRABAJO 20](#_Toc169587321)

[7. COMPETENCIAS Y CONTENIDOS DE CARÁCTER TRANSVERSAL 20](#_Toc169587322)

[8. EVALUACIÓN GENERAL 21](#_Toc169587323)

[9. UNIDADES DE TRABAJO 23](#_Toc169587324)

[UNIDAD DE TRABAJO 1. Montaje de elementos de animación en el punto de venta y expositores (I). 25](#_Toc169587325)

[UNIDAD DE TRABAJO 2. Montaje de elementos de animación en el punto de venta y expositores (II). 30](#_Toc169587326)

[UNIDAD DE TRABAJO 3. El lineal de los establecimientos comerciales 33](#_Toc169587327)

[UNIDAD DE TRABAJO 4. Colocación de etiquetas y dispositivos de seguridad. 37](#_Toc169587328)

[UNIDAD DE TRABAJO 5. Empaquetado y presentación comercial. 41](#_Toc169587329)

[UNIDAD DE TRABAJO 6. El *merchandising* y las nuevas tecnologías. 45](#_Toc169587330)

### UNIDAD DE TRABAJO 1. Montaje de elementos de animación en el punto de venta y expositores (I)

**OBJETIVOS**

Al finalizar esta unidad el alumnado debe ser capaz de:

* Definir qué es el *merchandising* y diferenciarlo del marketing.
* Aplicar las prácticas habituales de *merchandising*.
* Conocer y comprender la importancia de la distribución de la superficie de ventas en un establecimiento comercial (tradicional y/o electrónico).
* Identificar y aplicar los criterios que influyen en la distribución de la superficie de ventas de un establecimiento comercial.
* Conocer y saber identificar qué son las zonas frías y calientes del establecimiento comercial.
* Reconocer los diferentes tipos de tecnologías que permiten analizar el comportamiento del cliente en el establecimiento comercial.
* Aplicar métodos y/o psicológicos para evitar las zonas frías.
* Aprender a identificar los criterios físicos o psicológicos que determinarán la colocación de los productos en el establecimiento comercial.
* Aplicar y contrastar los resultados obtenidos en internet al investigar y obtener información.

|  |  |
| --- | --- |
| **Unidad de trabajo 1: Montaje de elementos de animación en el punto de venta y expositores** | **Temporalización: 30 horas** |
| **Contenidos** | **Resultado de aprendizaje**  | **Criterios de evaluación** | **Instrumentos de evaluación** |
| **1.** El *marketing***2.** El *merchandising***3.** La superficie de ventas en un establecimiento comercial**4.** La circulación de los clientes en el punto de venta**4.1.** Las compras**4.2.** Ubicación de los sectores más importantes**4.**3 Flujos de circulación: zona fría y zona caliente**5.** Métodos para calentar puntos fríos**5.**1 Métodos físicos**5.**2 Métodos psicológicos | **1.** Monta elementos de animación del punto de venta y expositores de productos describiendo los criterios comerciales que es preciso utilizar.**2.** Dispone de productos en lineales y expositores seleccionando la técnica básica de *merchandising* apropiada a las características del producto. | 1. a) Se ha identificado la ubicación física de los distintos sectores del punto de venta. | Actividad 9, página 16Actividad 14, página 20Actividad 15, página 22Actividades 10 y 11 Evalúo mi aprendizaje - páginas 28 y 29.Reto profesional páginas 32 y 33 (apartado 3: *Merchandising* aplicado a los supermercados ecológicos) |
| 1. b) Se han identificado las zonas frías y calientes del punto de venta. | Actividades 9, 12 y 14 Evalúo mi aprendizaje - páginas 28 y 29Reto profesional páginas 32 y 33 (apartado 4: *Merchandising* aplicado a los supermercados ecológicos) |
| 2. a) Se han identificado los parámetros físicos y comerciales que determinan la colocación de productos en los distintos niveles, zonas del lineal y posición. | Actividades 17 y 18, página 25.Actividades 13 y 15 Evalúo mi aprendizaje – página 29Reto profesional páginas 32 y 33 (apartado 5: *Merchandising* aplicado a los supermercados ecológicos) |
| 2. h) Se ha elaborado la información relativa al punto de venta utilizando aplicaciones informáticas a nivel usuario, procesador de texto y hoja de cálculo. | Actividades 8 y 16 Evalúo mi aprendizaje - páginas 28 y 29Reto profesional páginas 32 y 33 (apartado 3: *Merchandising* aplicado a los supermercados ecológicos) |
| **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.**Prueba escrita al final de la unidad.**6.** Resolución del reto profesional. |
| **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:*** Retail: claves para el diseño de zonas calientes y frías: <https://altertecnia.com/retail-claves-para-el-diseno-de-zonas-calientes-y-frias/>
* Sector retail: una visión de los principales supermercados en España: <https://blog.digimind.com/es/tendencias/sector-retail-vision-principales-supermercados-espana>
* Métodos de conservación de alimentos: <https://www.ecolatras.es/blog/sostenibilidad/metodos-conservacion-alimentos>

**Vídeos:*** Mercadona, Carrefour y Lidl: ¿quién es quién en los supermercados?: <https://www.youtube.com/watch?v=jcV0CBdTv1Y>
* 30 trucos psicológicos para vender más en tu negocio: <https://www.youtube.com/watch?v=Q_0HmYh5oRE>
* Factores de la circulación en la tienda: <https://stockagile.com/blog/factores-de-la-circulacion-en-el-punto-de-venta/>
 |