



Formación profesional

Programación das actividades asociadas á contorna laboral

Centro educativo

Código	Centro	Curso académico
15005257	IES Ramón Menéndez Pidal (Coruña (A	2019/2020

Ciclo formativo

Código	Nome
CMCOM01	Ciclo formativo de grao medio. Actividades comerciais

Alumnado

Réxime	Modalidade	Grupo
Réxime xeral-ordinario	Presencial.	2º B

Docente (se procede, indicar o nome e os apelidos da persoa titora do grupo)

Nome e apelidos
Rosa María Mesura Castro

Resolución do 23 de abril de 2020, da Dirección Xeral de Educación, Formación Profesional e Innovación Educativa, pola que se adoptan medidas excepcionais no desenvolvemento das ensinanzas de formación profesional do sistema educativo e nas ensinanzas de réxime especial.



Introdución e contextualización

Ante a situación de excepcionalidade, como consecuencia da evolución da epidemia do coronavirus COVID-19. e para os efectos de facilitar ao alumnado a realización do módulo de Formación en Centros de Traballo (FCT), flexibilízanse as condicións xerais do seu desenvolvemento. Nos ciclos de grao medio poderase, substituír toda a parte da Formación en centros de traballo por unha proposta de actividades asociadas á contorna laboral.

A competencia xeral do título de técnico en Actividades Comerciais consiste en desenvolver actividades de distribución e comercialización de bens e/ou servizos, e en xestionar un pequeno establecemento comercial, aplicando as normas de calidade e seguridade establecidas e respectando a lexislación vixente.

A evolución sufrida polo comercio tanto en España como en Galicia, nas últimas décadas, coa implantación de grandes empresas de distribución internacional e coa creación de cadeas de franquías en todos os ámbitos do comercio, provocou por unha banda, unha concentración do comercio en grandes centros comerciais e, por outra, unha progresiva modernización e especialización do pequeno comercio retalista.

Requírese, daquela, que o sector do comercio conte con profesionais con formación suficiente en habilidades de comunicación (que lles permita transmitir seguridade e confianza á poboación consumidora de produtos e/ou servizos), en técnicas de venda (para seren quen de argumentar e pechar as vendas necesarias que aseguren os obxectivos comerciais establecidos), en merchandising comercial (que lles permita animar o establecemento para que sexa atractivo á clientela potencial), en xestión económico-financeira e administrativa (para dirixir un pequeno establecemento comercial), en técnicas de negociación (para poder realizar as compras de aprovisionamento do establecemento de xeito eficaz) e en novas tecnoloxías de venda e comunicación, a través da rede e doutros sistemas de comunicación (para cumprir os obxectivos comerciais).

Especificacións das actividades a realizar

(Referencia a un proceso produtivo real ou simulado específico do campo profesional asociado ao ciclo formativo)

As actividades estarán relacionadas con unha empresa do sector de comercio, preferentemente aquela na que tiñan previsto realizar o módulo de FCT, ou ben outra escollida polo alumno.

Actividades a desenvolver polo alumnado, xunto coa coordinación e participación do profesorado

O alumnado realiza as tarefas seguintes coa supervisión do profesorado, coordinado para o deseño e seguimento das actividades da súa área.





Deberá realizar:

Unha introdución que consistirá na descrición das características do sector e da contorna empresarial da empresa.

Análise do sector en termos económicos, demográficos, sociais...

Influencia da tecnoloxía dixital: valoración da tecnoloxía como factor chave para a evolución do sector e perspectivas de futuro.

Determinación dos puntos fortes e débiles do sector: situación actual e prospección de futuro.

Describir as actividades e tarefas que deberá desempeñar no establecemento comercial.

Especificación detallada do conxunto de actividades e tarefas a realizar polo alumnado

(Indicando as que deben realizar de forma individual ou en grupo)

O traballo debe ser individual, debido a que o seu seguimento será realizado de forma telemática.

Xestión pequeno establecemento comercial.

Actividade 1.

Descrición do establecemento comercial e a súa importancia no tecido empresarial da cidade"

Breve presentación da empresa, a súa historia, identificación cualidades para a xestión o proxecto (Cualidades do emprendedor)localización, forma xurídica da mesma e como é a súa estrutura organizativa.

Factores da contorna xeral que afectan á empresa.

Elementos que forman a súa estrutura económica e financeira, sen valoracións.

Actividade 1.

A xestión económica e financeira do teu establecemento comercial

(Representa a información solicitada mediante unha táboa

Axudas, servizos bancarios e formas de financiamento que terá o teu establecemento comercial

Tipos de documentación comercial que utilizan na tenda obxecto do presente traballo.

Operacións relacionadas coa xestión comercial realizadas por internet.



Dinamización no Punto de Venda.

Investiga a empresa e responde as seguintes cuestións:

1. ¿Cal é a súa área de influencia xeográfica? Xustifica a resposta.
2. ¿Dónde está ubicado o establecemento comercial?

¿Paréceche unha boa ou mala localización? Xustifica a túa resposta aportando os motivos principais.

3. Pega aquí unha foto da fachada do establecemento e analiza os seguintes elementos da mesma:

a. Entrada

b. Escaparate

4. Pega aquí o rótulo da empresa e analiza os seguintes aspectos:

Según o significado das cores, paréceche acertada a elección? ¿Por qué?

A tipografía empregada, paréceche adecuada? ¿Por qué?

5. Elabora un novo rótulo que che pareza adecuado para este establecemento.

Márketing na actividade comercial.

Actividade: Análise do plan de márketing.

1. Identificación dos produtos e servizos: que vende, público obxectivo, descrición e análise da marca, logotipo.
2. Análise da variable prezo: identificación de estratexias de prezos que se empregan (prezo por lote, rebaixas, segunda unidade a menor prezo, mostras...)
3. Política de distribución: explicar se se trata de venda directa, a través de intermediarios, se emprega o comercio online, etc.
4. Política de comunicación: explicar que accións de comunicación está empregando a empresa na actualidade, a través de exemplos gráficos: publicidade en prensa, radio, televisión, internet, publicidade exterior, rrrs, influencers, prescriptores.

Venda técnica.

1. Indica cal é a actividade da empresa de prácticas (produtos de alta gama, produtos industriais, produtos de consumo, servizos, unha combinación de produtos e servizos, servizos inmobiliarios...etc.) e o seu tipo de clientela.
2. Escolle algún produto que vende a empresa de prácticas e argumenta algunha ventaxa de comprar nesta empresa con respecto a outras empresas da competencia.
3. Explica que accións de telemarketing podería realizar a empresa de prácticas e con que obxecto



Procesos de vendas.

1. Escolle un dos produtos que se despachen na túa tenda e elabora un argumentario de venda sobre as características de dito artigo, de xeito que poidas dirixir unha negociación exitosa de cara á venda. Deberás incluír un mínimo de 8 argumentos a favor.
2. Indica 3 posibles inconvintes que poida obxetar a clientela para non comprar o produto e como abordar cada unha de ditas obxeccións.

Técnicas de almacén.

En función da información obtida na rede, páxina web e outros medios, realizar un informe que deberá incluír:

1. Descrición a rede loxística da empresa, identificando os almacéns e indicando a súa localización.
2. Medios de transporte utilizados e empresas encargadas de levalo a cabo.
3. Sistemas e medios de almacenaxe utilizados.
4. Tecnoloxía empregada na xestión de stocks.
5. Medidas de sustentabilidade e medio ambiente.

Formación e orientación laboral.

Actividade 1

Enumeración e xustificación das competencias e actitudes persoais necesarias para desenvolver de maneira óptima o posto de traballo (responsabilidade puntualidade, formación, autonomía, traballo en equipo...).

Autoavaliación do alumno sobre cales posúe e cales lle sería preciso mellorar e como.

Actividade 2.

Identificación dos principais riscos laborais no posto de traballo.

Cando menos, hai que sinalar 5.

1. Clasificación en riscos de seguridade, medioambientais (físicos, químicos ou biolóxicos), ergonómicos ou psicosociais.
2. Avaliación dos riscos segundo o método do INSST.
3. Indicacións de medidas de prevención e protección para os riscos detectados incluíndo, no seu caso, o emprego de equipos de protección individual.

Comercio electrónico.

Actividade 1.

Analiza obxectivos e estratexias utilizadas pola empresa na tenda en liña.

Actividade 2.

Analiza a participación da empresa no contorno Web 2.0, especificando as redes sociais que utiliza.



Aplicacións informáticas.

Actividade 1.

As empresas teñen distintas bases de datos. Unha delas vai ser de clientes (CRM). Busca a política de privacidade da empresa na que ías a facer a FCT e comenta que tratamento lle dan os datos, para que os usan, se os comparten, etc.

Actividade 2.

Busca en Internet a memoria anual 2018 da empresa elexida e mira o tratamento que fixeron coa información.

Comenta que ferramentas (das que vimos na clase) utilizaron.

Por exemplo: Utilizaron táboas dun procesador para

Utilizaron gráficas dunha folla de cálculo para... etc.

Servicio de Atención ó cliente.

Actividade 1.

Describe as canles de información á clientela que utiliza a empresa na que ías facer a FCT.

Analiza se son as axeitadas identificando previamente a tipoloxía da súa clientela.

Actividade 2.

A empresa que tiñas asignada ten un departamento onde se tramitan as queixas.

Busca que departamento é, que canles ten para atender as queixas e reclamacións, así como os documentos que utiliza para tramitalas.

Horarios previstos para as actividades de titoría, seguimento, canles de comunicación.

Os horarios, ao tratarse de traballo con comunicación de forma telématica, será ao longo de toda a xornada, xa que as entregas serán feitas subíndoas a un cartafol en Google Drive, introducindo no propio documento os comentarios necesarios.

Para a coordinación, así como para realizar as consultas e aclaracións necesarias, estableceráse en cada momento comunicación directa entre o titor, profesores e alumnos, utilizando o correo electrónico, a plataforma de Webex, e en ocasións outras como Whatsapp ou chamada telefónica.

Prazo e formato de entrega das actividades

Prazos de entrega.

27 de abril- 10 de maio, as actividades dos módulos 1, 2, 3,4.

11 de maio - 24 de maio, as actividades dos módulos 4, 5, 6, 7.

25 de maio- 12 xuño, as actividades dos módulos 8, 9, 10.



Formato para a realización da actividade.

- Máximo de páxinas: 30 (sen incluír: a portada, índice e documentación anexa)
- Deberá contar con portada.
- Incluirá un índice co número de páxinas de cada apartado.
- O documento debe de estar paxinado correctamente.
- Deberá redactarse tendo en conta as seguintes características:
 - Tipo de letra: Times New Roman.
 - Tamaño fonte: 12.
 - Entrelíñado: sinxelo.
 - Aliñación xustificada.
 - Marxes: Superior e inferior 2,5 cm. / dereita e esquerda: 3 cm.

Mínimos esixibles para acadar a avaliación positiva e criterios de cualificación

A cualificación será APTO ou NON APTO.

Todos os alumnos acadarán os obxectivos e a avaliación positiva, sempre e cando demostren interese na realización das actividades, e realicen debidamente, no seu caso, as correccións seguindo as indicacións do profesorado encargado de cada área, xa que hai un período de orientación e modificación e de cada proposta individual do alumno.

Xestión pequeno establecemento comercial

CA1.1. Identifícanse a estrutura organizativa da empresa e as funcións de cada área

CA3.1. Identifícanse as principais variables económicas e financeiras en que se basea a empresa comercial

CA3.2. Valorouse a información de posibles axudas, subvencións, servizos bancarios e formas de financiamento para o funcionamento do establecemento comercial.

CA5.4. Formalizouse a documentación xerada nunha operación de compravenda. CA6.6. Utilizouse internet para realizar tarefas relacionadas coa xestión comercial da empresa.

CA6.6. Utilizouse internet para realizar tarefas relacionadas coa xestión comercial da empresa.

Venda técnica

CA1.4. Relacionáronse as características do servizo e o tipo de clientela co desenvolvemento da actividade empresarial.

CA5.7. Adaptáronse argumentarios de venda a produtos ou servizos técnicos, tales como a venda de bens do sector primario, industriais ou produtos inmobiliarios.

CA5.8. Realizáronse operacións de telemárketing para captar, fidelizar ou recuperar a clientela da empresa.

Procesos de venda

CA5.3 Leváronse a Cabo procesos de negociación comercial, utilizando as técnicas de venda axeitadas a cada caso

CA5.7 Adaptáronse argumentarios venda a produtos ou servizos técnicos, tales como a venda de bens do sector primario, industriais ou produtos inmobiliarios.





Técnicas de almacén

CA1.3. Identificáronse os elementos que constitúen a rede loxística da empresa: provedores/as, clientela, sistemas de produción e almacenaxe.

Formación y orientación laboral

CA2.1. Recoñecéronse e xustificáronse:

Dispoñibilidade persoal e temporal necesaria no posto de traballo.

Actitudes persoais (puntualidade, empatía, etc.) e profesionais (orde, limpeza, responsabilidade, etc.) necesarias para o posto de traballo.

Requisitos actitudinais ante a prevención de riscos na actividade profesional.

Requisitos actitudinais referidos á calidade na actividade profesional.

Actitudes relacionadas co propio equipo de traballo e coa xerarquía establecida na empresa.

Actitudes relacionadas coa documentación das actividades realizadas no ámbito laboral.

Necesidades formativas para a inserción e a reinserción laboral no ámbito científico e técnico do bo facer profesional.

CA2.2. Identificáronse as normas de prevención de riscos laborais e os aspectos fundamentais da Lei de prevención de riscos laborais de aplicación na actividade profesional.

CA2.3. Puxéronse en marcha os equipamentos de protección individual segundo os riscos da actividade profesional e as normas da empresa.

Comercio Electrónico

CA6.3. Realizáronse actualizacións e tarefas de mantemento da páxina web da tenda en liña.

CA6.4. Realizáronse as tarefas necesarias para que a empresa participe activamente no contorno Web 2.0, en blogs, redes sociais, buscadores, chats, etc.

Servicios de atención al cliente

CA8.1. Identificouse a organización do departamento de atención á clientela da empresa.

CA8.2. Utilizáronse as canles de comunicación axeitadas no proceso de información á clientela.

CA8.3. Clasificouse a documentación xerada no proceso de atención á clientela.

CA8.4. Manexáronse ferramentas de xestión de relacións coa clientela.

CA8.5. Identificouse a tipoloxía da clientela e das persoas usuarias habituais da empresa.

CA8.6. Aplicáronse técnicas de comunicación e negociación na atención de queixas e reclamacións.

CA8.7. Formalizáronse os documentos xerados na tramitación de queixas e reclamacións.

CA8.8. Elaboráronse informes que recollan as principais incidencias, queixas e reclamacións, para seren utilizados no sistema de calidade da empresa

Aplicacións Informáticas

CA3.6. Actualizáronse as bases de datos da clientela da empresa, garantindo a normativa de protección de dato

CA3.8. Utilizáronse aplicacións informáticas para a obtención, o tratamento, a análise e o arquivamento de información requirida no sistema de información de márketing (SIM).