

DATOS IDENTIFICATIVOS DE LA UNIDAD FORMATIVA

UNIDAD FORMATIVA	ANIMACIÓN Y PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO EN EL PUNTO DE VENTA	Duración	60
		Específico	
Código	UF0034		
Familia profesional	Comercio y marketing		
Área Profesional	Compraventa		
Certificado de profesionalidad	Actividades de venta	Nivel	2
Módulo formativo	Operaciones auxiliares a la venta	Duración	140
Resto de unidades formativas que completan el módulo	Aprovisionamiento y almacenaje en la venta	Duración	40
	Operaciones de caja en venta		40

Apartado A: REFERENTE DE COMPETENCIA

Esta unidad formativa se corresponde con la RP2 y RP3 de la Unidad de competencia: UC0240_2, REALIZAR LAS OPERACIONES AUXILIARES A LA VENTA.

Apartado B: ESPECIFICACIÓN DE LAS CAPACIDADES Y CONTENIDOS

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Aplicar procedimientos de organización e implantación en el punto de venta físico en función de unos criterios comerciales previamente definidos.

CE1.1 Describir y explicar las técnicas básicas de fidelización, analizando los elementos racionales y emocionales que intervienen.

CE1.1 Describir diferentes comportamientos y hábitos de consumidores tipo en el punto de venta físico.

CE1.2 Identificar los efectos que producen en el cliente los diferentes modos de ubicación de los productos y o /servicios en el punto de venta físico.

CE1.3 Identificar el momento en el que hay que realizar la reposición de stocks por referencias evitando su rotura en el lineal.

CE1.4 Clasificar los productos en familias observando la normativa vigente.

CE1.5 Describir los productos y lugares de ubicación que tienen más riesgo de hurto, así como los sistemas de seguridad y antirrobo utilizados más habitualmente por las empresas.

CE1.6 Identificar los parámetros físicos y comerciales que determinan la colocación de los productos en los distintos niveles, zonas del lineal y posición tanto en el punto de venta físico.

CE1.7 Analizar los elementos y materiales de comunicación comercial y su ubicación en un supuesto punto de venta.

CE1.8 En una simulación de venta suficientemente caracterizada, identificar con prontitud la ubicación del surtido disponible en cada momento señalando productos alternativos y complementarios.

CE1.9 A partir de un supuesto práctico en el que se caracteriza convenientemente un establecimiento comercial, unos carteles informativos y dados unos productos y un mobiliario:

- Distinguir las zonas frías y calientes del mismo.
- Proponer un método para calentar las zonas frías.
- Etiquetar los productos según los criterios establecidos y colocar los sistemas antihurtos.
- Organizar la distribución y colocación de los productos en el mismo aplicando técnicas de merchandising, supervisando el estado del mobiliario y aplicando la normativa vigente.
- Supervisar el estado de los carteles informativos y los mensajes que se quieren transmitir.
- Elaborar un informe con los resultados del proceso utilizando, en su caso, medios informáticos.

C2: Confeccionar informes derivados de la actuación en la venta, de acuerdo con objetivos definidos.

CE2.1 Describir los pasos y normas para la redacción de un informe comercial.

CE2.2 Identificar información relevante recopilada durante la actividad profesional relacionada con el surtido, la demanda y el cliente y presentarla por escrito, utilizando, en su caso, la información almacenada en los sistemas de gestión de relación con el cliente (CRM).

CE2.3 Dados unos datos históricos que caracterizan clientes y actuaciones de venta definidas:

- Confeccionar estadísticas que agrupen los datos en un documento que suponga fácil interpretación y consulta.

CE2.4 En un supuesto práctico y a partir de unos datos referidos a la evolución del mercado, segmentación, posicionamiento de marcas existentes y características de unos productos/servicios que comercializa la empresa:

- Identificar las innovaciones del mercado relacionadas con la línea de negocio de la empresa.
- Sugerir oportunidades de introducirse en nuevas líneas de negocio.

- Confeccionar un informe que presente de forma clara, concisa y ordenada la información obtenida.

C3: Aplicar las técnicas de empaquetado y embalado siguiendo criterios definidos.

CE3.1 Identificar el tipo de embalado y empaquetado según la clase de producto, características del mismo e imagen que se quiere transmitir de la empresa.

CE3.2 Explicar los efectos del empaquetado en la transmisión de la imagen de la empresa.

CE3.3 Definir las características estéticas y de protección que debe tener el empaquetado y embalado en los productos.

CE3.4 Dados unos productos, una campaña, unos materiales de empaquetado y adornos, y caracterizada la imagen de la empresa que se quiere transmitir, realizar el empaquetado de estos productos

Contenidos

1. Organización del punto de venta

- o Conceptos básicos de la organización y distribución de espacios comerciales: la implantación de productos.
- o Criterios de implantación del producto:
 - Zonas: venta, exposición, circulación, almacenaje y caja.
 - Secciones y las familias de productos: categorías de productos
- o Comportamiento del cliente en el punto de venta: Entrada. Circulación y recorrido. Salida.
- o Espacio comercial: Pasillos, Secciones y Escaparate.
- o Gestión del lineal:
 - Determinación del surtido: amplio, profundo, estructurado.
 - Promociones y productos gancho, productos líderes, productos de marca, productos estacionales y permanentes.
 - Facing: concepto.
 - Rotación de productos en el lineal: concepto y cálculo.
 - Reposición: concepto y repercusiones del desabastecimiento del lineal.
- o Distribución de familias de artículos en el lineal.
- o Orden y limpieza en el punto de venta.
- o Normas de seguridad e higiene en el punto de venta.

2. Animación básica en el punto de venta

- o Factores básicos de animación del punto de venta: Mobiliario. Decoración. Iluminación. Color. Sonorización. Señalización u otros
- o Equipo y mobiliario comercial básico.
 - Góndola,
 - Expositores,
 - Vitriñas,
 - Elementos: cabecera y lineal.
 - Montaje y mantenimiento: normas de seguridad e higiene.
- o Presencia visual de productos en el lineal.
 - Colocación del producto: optimización del lineal.
 - Información del producto en el establecimiento.
 - Normativa legal vigente: precio y promociones.
- o Calentamiento de zonas frías en el punto de venta: Zonas frías y calientes. Métodos de calentamiento.
- o La publicidad en el lugar de venta:
 - Indicadores visuales.
 - Expositores
 - Carteles
 - Displays
 - Letreros luminosos
- o Cartelística en el punto de venta:
 - Principales tipos de carteles.
 - Función y notoriedad.
 - Técnicas básicas de rotulación.
 - Aplicaciones gráficas y de edición a nivel usuario
- o Máquinas expendedoras: Vending.
 - Gestión de la venta de máquinas expendedoras

3. Presentación y empaquetado de productos para la venta

- o Empaquetado comercial:
 - Tipos y finalidad de empaquetados.

- Envase de presentación: características.
- Envoltorio para regalo: características.
- Empaquetados de campañas comerciales.
- Empaquetado de conservación.
- La bolsa: tipos y características.
- Técnicas de empaquetado y embalado comercial.
 - Materiales de empaquetado.
 - Productos simétricos.
 - Productos redondos.
 - Otros productos.
- Utilización de materiales para el empaquetado: Papel. Tijeras y otros. Optimización de uso de materiales: eficiencia y calidad.
- Colocación de adornos adecuados a cada campaña y tipo de producto.
- Plantillas y acabados

4. Elaboración de informes comerciales sobre la venta

- Conceptos y finalidad de informes de ventas.
- Estructura de un informe: Composición. Esquema: Organización de contenido.
- Elaboración de informes comerciales
 - Surtido: Rotura, defectos, excedentes.
 - Demanda: Detección de necesidades, productos.
 - El cliente: Segmentos, nuevas líneas de negocio.
 - Presentación gráfica de datos comerciales: volumen de ventas, visitas u otras.

Apartado C: REQUISITOS Y CONDICIONES

Criterios de acceso

Deberá cumplir alguno de los requisitos siguientes:

- Estar en posesión del título de Graduado en Educación Secundaria Obligatoria
- Estar en posesión de algún certificado de profesionalidad de nivel 2.
- Estar en posesión de un certificado de profesionalidad de nivel 1 de la misma familia y área profesional
- Cumplir el requisito académico de acceso a los ciclos formativos de grado medio o haber superado las correspondientes pruebas de acceso a ciclos de grado medio
- Tener superada la prueba de acceso a la universidad para mayores de 25 años y/o de 45 años

Tener, de acuerdo con la normativa que se establezca, los conocimientos formativos o profesionales suficientes que permitan cursar con aprovechamiento la formación.

En relación con las exigencias de los formadores o de las formadoras, instalaciones y equipamientos se atenderá las exigencias solicitadas para el propio certificado de profesionalidad: Actividades de venta.