

DATOS IDENTIFICATIVOS DE LA UNIDAD FORMATIVA

UNIDAD FORMATIVA	COMERCIALIZACIÓN DE OFERTAS DE PASTELERÍA	Duración	80
		Condicionada	
Código	UF1744		
Familia profesional	HOSTELERÍA Y TURISMO		
Área Profesional	Restauración		
Certificado de profesionalidad	DIRECCIÓN Y PRODUCCIÓN EN PASTELERÍA	Nivel	3
Módulo formativo	Diseño y comercialización de ofertas de pastelería	Duración	120
Resto de unidades formativas que completan el módulo	Diseño de ofertas de pastelería	Duración	40

Apartado A: REFERENTE DE COMPETENCIA

Esta unidad formativa se corresponde con la RP2, RP5 y RP6.

Apartado B: ESPECIFICACIÓN DE LAS CAPACIDADES Y CONTENIDOS

Capacidades y criterios de evaluación:

C1: Analizar el sector de la pastelería y definir el posicionamiento del establecimiento, interpretando las variables que lo configuran y explicando la situación actual y las tendencias que se detectan.

- CE1.1 Describir las variables que determinan la evolución y tendencias de la demanda y de la oferta de productos de pastelería y su situación en un momento concreto para diseñar nuevas ofertas que encajen en ellos.
- CE1.2 Identificar los segmentos de la demanda del sector de la pastelería, para definir de forma precisa el mercado del establecimiento.
- CE1.3 Identificar y describir los principales competidores, comparando los mismos y determinando sus características principales, para determinar puntos fuertes y débiles del establecimiento con respecto al resto de la competencia.
- CE1.4 Analizar los distintos tipos de consumidores para describir el público objetivo del establecimiento.
- CE1.5 Identificar las debilidades y amenazas del establecimiento, así como las fortalezas y oportunidades del mismo, con el fin de identificar el futuro posicionamiento del negocio.
- CE1.6 Identificar claramente el posicionamiento del establecimiento, diseñarlo y ponerlo en aplicación.
- CE1.7 Realizar el análisis estratégico de la empresa utilizando las herramientas necesarias para obtener las conclusiones que permitan una toma de decisiones.

C2: Analizar los procesos de información, asesoramiento y venta, y aplicar en ellos los procedimientos y las técnicas de atención al cliente y de comunicación adecuados, como elemento básico para el logro de los objetivos empresariales.

- CE2.1 Identificar los diferentes tipos de clientes de productos de pastelería, describiendo sus hábitos y su comportamiento en la compra.
- CE2.2 Distinguir y analizar los procesos de información que se producen en los establecimientos de producción y venta de productos de pastelería.
- CE2.3 Identificar y describir las ofertas de pastelería, tanto de alimentos como de servicios que pone el establecimiento a disposición de sus clientes.
- CE2.4 Determinar precios de venta para todos los servicios incluidos en la oferta de pastelería del establecimiento.
- CE2.5 Aplicar las técnicas de venta, optimizando los resultados económicos del establecimiento manteniendo la satisfacción del cliente.
- CE2.6 En situaciones de demanda de información, solicitud de compra y presentación de reclamaciones:
 - Adoptar una actitud acorde con la situación planteada, utilizando las normas de cortesía adecuadas y aplicando el estilo de comunicación oportuno.
 - Identificar las necesidades del cliente, asesorarle claramente sobre su demanda y darle un trato correcto, con empatía.
 - Proponer la oferta que se adapte a sus planteamientos y expectativas.
 - Aplicar procedimientos de gestión de quejas y reclamaciones.
 - Procurar satisfacer los hábitos, gustos y necesidades de información de los potenciales clientes, resolviendo con amabilidad y discreción sus quejas, y potenciando la buena imagen de la entidad que presta el servicio.

C3: Desarrollar acciones promocionales aplicables a establecimientos de producción y venta de productos de pastelería, aplicando técnicas de marketing.

- CE3.1 Definir segmentos de la demanda e identificar fuentes de información que permitan identificar a sus componentes.

CE3.2 Crear ficheros de clientes actuales y potenciales en los que se puedan incluir los datos relevantes para los objetivos de promoción de ventas y otras acciones de marketing.

CE3.3 Identificar los elementos caracterizadores de la oferta gastronómica del establecimiento y efectuar comparaciones de las que se deduzcan diferenciales positivos o negativos.

CE3.4 Describir y aplicar las técnicas de promoción de ventas, definir acciones promocionales y desarrollar los soportes correspondientes, como cronogramas, fichas de visitas o argumentarios.

CE3.5 Describir técnicas de negociación y aplicarlas en situaciones suficientemente caracterizadas.

CE3.6 Reconocer las técnicas de merchandising, describiendo las aplicables a los establecimientos de producción y venta de productos de pastelería.

CE3.7 Actuar con creatividad e imaginación en la formulación y desarrollo de propuestas personales de acciones promocionales.

Contenidos:

1. Venta de servicios en pastelería.

- Clasificación y características de los servicios en pastelería.
- Identificación de las fuentes informativas de la oferta de pastelería.
- Estudio y análisis del entorno.
- Tipos de tarifas y condiciones de aplicación según nuestro objetivo.
- Estrategias para la fijación de precios.
 - Análisis de precios de la competencia.
 - Precio según valor percibido por el cliente.
 - Precio de penetración en el mercado.
 - Precio por prestigio.
 - Precio por descremación del mercado.
 - Precio por promoción.
 - Precio psicológico.
 - Precio en función del beneficio.
- Tipos de servicios que se pueden ofertar.

2. Análisis de la situación en el sector de la pastelería.

- Estudios y análisis de situación del mercado.
 - Tendencias.
 - Cuotas de mercado.
- Análisis del sector de restauración.
 - Análisis interno.
 - Análisis externo.
 - Análisis DAFO.
- Tipos de investigación de mercado.
 - Cuantitativa o numérico.
 - Cualitativa.
 - Documental o de fuentes secundarias.
 - Secundaria de marketing.
- Posicionamiento de una empresa de pastelería.
 - Perfil Sociodemográfico de los clientes.
 - Purchase Funnel (Túnel de compra).
 - Frecuencia de consumo.

3. Comunicación, marketing y ventas en pastelería.

- Estudiar las necesidades y deseos del cliente en segmentos bien definidos del mercado.
- Comunicación interpersonal y sus tipos.
- Análisis de las necesidades humanas y la motivación.
 - El proceso decisorio.
 - Las expectativas de los clientes y sus técnicas.
 - Técnicas de satisfacción.
 - Estándares de calidad.
- Evaluar y medir la imagen de la empresa y la satisfacción del cliente.
- Motivación a todos los departamentos.
- Estructura C.R.M. (Customer Relationship Management).
 - Ventas.
 - Asignación de objetivos de ventas a cada unidad o persona del negocio.
 - Gestión de todos los tipos de contactos que se mantengan.
 - Gestión de cuentas.
 - Gestión de ofertas.
 - Gestión de contratos.

- Seguimiento de los objetivos marcados.
- Marketing.
 - Datos de Mercado.
 - Datos de la Competencia.
 - Segmentación de clientes.
 - Definición de la oferta.
 - Asignación de segmentos/canales.
 - Servicios.
 - Gestión de las solicitudes y demandas de servicio.
 - Gestión de incidencias.
 - Gestión de reclamaciones.
 - Actualización de bases de datos de los clientes.
 - Encuestas de satisfacción y consecución de niveles de calidad.
- Elementos de merchandising en pastelería.
 - Decorado y ambiente.
 - Equipamiento.
 - Carta de productos de pastelería.
 - Ubicación preferente del producto.
 - Fotos.
 - Mástiles.
 - Carteles.
 - Publicidad.
 - Animación.
 - Demostraciones y degustaciones.
 - Otros.
- Estructura de un plan de marketing.
 - Fase analítica.
 - Análisis externo.
 - Análisis interno.
 - Análisis DAFO.
 - Fase estratégica.
 - Decisiones.
 - Fijación de objetivos.
 - Política Marketing Mix.
 - Fase operativa.
 - Plan de acciones.
 - Presupuesto.
 - Previsión de rentabilidad.

Apartado C: REQUISITOS Y CONDICIONES

Deberá cumplir alguno de los requisitos siguientes:

- Estar en posesión del título de Bachiller
- Estar en posesión de algún certificado de profesionalidad de nivel 3.
- Estar en posesión de un certificado de profesionalidad de nivel 2 de la misma familia y área profesional
- Cumplir el requisito académico de acceso a los ciclos formativos de grado superior o haber superado las correspondientes pruebas de acceso a ciclos de grado superior
- 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.