

20%

Guía didáctica

KB FORMACIÓN PROFESIONAL 

# KB Comercio



## JUSTIFICACIÓN

Los comercios deben ajustarse a unos requisitos para tener éxito frente a otros competidores y para que las personas consumidoras los perciban como establecimientos confiables. Entre esos requisitos encontramos el etiquetado de los productos comercializados, porque aporta información y genera seguridad; las estrategias de marketing y publicidad, fundamentales para el éxito en el reconocimiento y difusión del negocio; el cumplimiento de las obligaciones de información, para una venta más segura; y el conocimiento de los derechos y deberes de la clientela, con el fin de prevenir conflictos de consumo.

## OBJETIVOS

- Conocer los etiquetados de diferentes categorías de productos.
- Saber cuáles son nuestros derechos y deberes como empresa y conocer las vías para dar respuesta a los conflictos con la clientela.
- Aproximarse a los requisitos de información previa y a los diferentes documentos contractuales para realizar una venta lo más segura posible para la persona consumidora.
- Conocer distintas técnicas de venta y elaborar campañas de publicidad de éxito.
- Adquirir habilidades para resolver conflictos cotidianos de su vida profesional.

## CONTENIDOS

- **Etiquetado de productos.**
  - Etiquetado obligatorio de alimentos envasados.
  - Etiquetado textil y calzado.
  - Etiquetado de juguete y videojuego.
  - Etiquetados ecológico de productos.
- **Técnicas de venta.**
  - Estrategias de marketing.
  - Publicidad fuera del punto de venta (radio, RRSS, cartelería).
- **Requisitos de información previa y documentos contractuales**
  - Publicidad, precios, horarios, garantías.
  - Presupuestos, facturas, documentos de resguardo.
- **Nociones básicas de consumo.**
  - Derechos y deberes de las empresas frente a las personas usuarias.
  - Vías de resolución de conflictos.

## ACTIVIDADES

### FASE INICIAL (Actividad previa)

- Análisis de información relevante y elaboración de mapa mental.
- Creación de modelo de negocio y presentación inicial.

## FASE DESARROLLO (Sesión)

- Publicidad y técnicas de marketing.
- Etiquetados.
- Nociones básicas de consumo.
- Información previa a la compra y documentos contractuales.
- Recapitulación de productos y evidencias.

## FASE APLICACIÓN Y COMUNICACIÓN (Act. posterior)

- Presentación de la idea de negocio al resto de grupos que mediante una rúbrica de evaluación otorgarán puntos a la exposición para otorgar un "cheque de emprendimiento".

## CONTRIBUCIÓN A LAS COMPETENCIAS

### DISCIPLINARES

- Competencia comunicativa, lingüística y literaria.
- Competencia social y cívica.
- Competencia tecnológica.
- Competencia artística.

### TRANSVERSALES

- Competencias para la comunicación verbal, no verbal y digital.
- Competencia de aprender a convivir.
- Competencia para aprender a aprender y pensar.
- Competencia para la iniciativa y el espíritu emprendedor.
- Competencia para aprender a ser.

## METODOLOGÍA

- Flipped Classroom.
- Trabajo colaborativo.
- Aprendizaje por proyectos.

## ORGANIZACIÓN

*Recursos y herramientas TIC	Espacios y grupos	Duración
Tablets. Acceso a internet.	Grupo dividido en 3 equipos (verde, rojo y azul). La fase 2 se realiza en los espacio de Kontsumobide. Las fases 1 y 3 en la sede del propio colectivo.	- Fase 1: 4h - Fase 2: 5h - Fase 3: 4h

# EVALUACIÓN

---

## PROFESORADO

Encuesta de satisfacción

## ALUMNADO

Encuesta de satisfacción