 **SUBSECRETARÍA DE FUNDAMENTOS EDUCATIVOS**

**DIRECCIÓN NACIONAL DE CURRÍCULO**

**BACHILLERATO TÉCNICO**

**COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS**

**ENUNCIADO GENERAL DEL CURRÍCULO**

**2019**

**ÍNDICE**

**CONTENIDO PÁGINA**

Objetivo General del Currículo 2

**Objetivos Específicos del Currículo** 2

**a) Módulos Asociados a las Unidades de Competencia**

**Módulo 1:** Operaciones de Almacenaje 3

**Módulo 2:**. Operaciones de Venta 5 **Módulo 3:**. Animación en el Punto de Venta 7

**b) Módulos de Carácter Básico y/o Transversal**

**Módulo 4:** Dibujo Técnico Aplicado a Comercialización y Ventas 9

**Módulo 5:** Informática Aplicada a Comercialización y Venta 11

**Módulo 6:** InglésTécnico Aplicado a Comercialización y Ventas 13

**c) Módulo de Formación y Orientación Laboral – FOL** 14

**d) Módulo de Formación en Centros de Trabajo – FCT** 15

Malla Curricular 18

Recomendaciones Metodológicas para la Enseñanza-Aprendizaje 19

Referencias Bibliográficas 22

**OBJETIVO GENERAL DEL CURRÍCULO**

Ejecutar operaciones de almacenamiento y expedición de mercaderías, desarrollo del proceso de venta de productos o servicios y la aplicación de técnicas de animación en el punto de venta, utilizando la normativa vigente y herramientas tecnológicas con eficiencia y responsabilidad social.

**Objetivos Específicos del Currículo**

1. Realizar operaciones de almacenamiento y expedición de productos conservando y manteniendo el stock de inventarios.
2. Realizaroperaciones de venta de productos y/o servicios de acuerdo a los canales de distribución, portafolio de clientes, cálculos mercantiles, técnicas de venta y generación de documentos comerciales.
3. Realizar actividades de animación en el punto de venta estimulando al cliente a la compra del producto y/o servicio.
4. Aplicar el dibujo técnico en comercialización y ventas diseñando el espacio físico del almacén.
5. Aplicar la informática en comercialización y ventas facilitando el proceso de operaciones de la compra-venta de productos y/o servicios.
6. Aplicar el inglés técnico en comercialización y ventas desarrollando habilidades de comunicación oral y escrita.
7. Reconocer las medidas de protección concernientes a la seguridad, salud e inserción laboral facilitando la interpretación del marco legal y profesional.
8. Demostrar las capacidades alcanzadas en las operaciones de almacenamiento, expedición y venta de productos o servicios y en las actividades de animación del punto de venta de acuerdo con la situación comercial.

**ESTRUCTURA MODULAR DEL CURRÍCULO**

1. **Módulos Asociados a las Unidades de Competencia**

**Módulo 1: OPERACIONES DE ALMACENAJE**

**Objetivo:** Realizar operaciones de almacenamiento y expedición de productos conservando y manteniendo el stock de inventarios.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CONTENIDOS** | | |
| **Procedimientos** | **Hechos y conceptos** | **Actitudes, valores y normas** |
| * Diferenciar los tipos de almacén de la empresa en función de sus necesidades. * Diseñar los espacios del almacén optimizando los procesos operativos de la empresa. * Aplicar las medidas de seguridad e higiene dentro del almacén de acuerdo con la normativa establecida. * Determinar el tipo de almacenamiento organizando adecuadamente el producto. * Identificar las funciones del personal del almacén cumpliendo con el proceso requerido. * Verificar las entradas de aprovisionamiento de acuerdo a las condiciones establecidas en el pedido. * Organizar la recepción de productos verificando el estado del producto. * Realizar la codificación en los productos de acuerdo al tipo de mercadería. * Diferenciar los equipos para la manipulación y almacenamiento de las mercaderías optimizando las operaciones de almacenaje. * Analizar los sistemas de almacenamiento organizando y conservando las mercaderías en buen estado.   - Aplicar los métodos de valoración de mercaderías manteniendo actualizado el stock.  - Diferenciar el stock y surtido garantizando la demanda de los productos.  - Utilizar los documentos de entrada y salida de la mercadería respaldando la gestión del almacén.  - Realizar la constatación física de los productos del almacén de acuerdo a la verificación de los inventarios.  - Preparar las operaciones de expedición y distribución de productos cumpliendo con los requerimientos del pedido.  - Seleccionar el medio de transporte de acuerdo a las características del producto. | **Almacén:**   * Definición, Importancia, Funciones, Tipos * Diseño de almacén * Seguridad e higiene   **Almacenaje:**   * Definición, importancia, funciones, * Funciones del personal * Introducción a la logística comercial   **Distribución de Productos:**   * Definición, clasificación * Recepción y codificación   **Tipos de carga y almacenamiento:**  - Equipos para la manipulación y almacenamiento  - Sistemas de almacenamiento  **Gestión de stock:**   * Definición, importancia * Tipos de stock o existencias * Métodos de valoración * Diferencias entre stock y surtidos * Estructura y tamaño del stock * Rotación del stock   **Gestión Administrativa:**   * Flujo de documentos * Inventarios   **Expedición de mercaderías:**   * Selección de mercaderías * Envase, embalaje y etiquetado * Medios de transporte | * Valorar el cuidado y mantenimiento del almacén. * Valorar la seguridad e higiene en el almacén. * Cooperar en el trabajo en equipo con actitud tolerante y receptiva. * Responsabilizarse de las acciones encomendadas. * Respetar las normativas legales vigentes que regulan la gestión del almacén. * Interesarse por actuar con eficiencia en las tareas encomendadas. * Interesarse en la utilización de los sistemas de aprovisionamiento adecuados de la mercadería. * Rigor en la recepción y codificación de las mercaderías * Rigor en los procesos de gestión de stock. * Preocupación por seleccionar los medios de transporte adecuados para las mercaderías. * Valorar la documentación organizada, elaborada y presentada correctamente. |

**Duración: 196 horas pedagógicas**

**Módulo 2: OPERACIONES DE VENTA**

**Objetivo:** Realizaroperaciones de venta de productos o servicios estableciendo canales de distribución, portafolio de clientes, cálculos mercantiles, técnicas de venta y generación de documentos comerciales.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CONTENIDOS** | | |
| **Procedimientos** | **Hechos y conceptos** | **Actitudes, valores y normas** |
| * Identificar la clasificación del comercio de acuerdo al tipo de negocio que existe en el mercado. * Identificar los requisitos que se necesita para ser comerciante a fin de desenvolverse eficientemente en el campo comercial. * Realizar la segmentación del mercado determinando el comportamiento del consumidor. * Identificar el ciclo de vida del producto de acuerdo al tiempo que permanece en el mercado. * Diferenciar los tipos de clientes y usuarios determinando sus necesidades y deseos. * Determinar las clases de venta promoviendo la rentabilidad de la empresa. * identificar los distintos tipos de vendedores y sus perfiles logrando óptimos resultados en las ventas. * Identificar las capacidades del vendedor con la finalidad de que el cliente mantenga negocios con la empresa. * Utilizar las técnicas de comunicación recibiendo y transmitiendo información. * Redactar comunicaciones escritas en función de la actividad comercial de la empresa. * Identificar las funciones del departamento de ventas de acuerdo a la actividad económica de la empresa. * Organizar la venta por zonas geográficas, por productos, rutas e itinerarios facilitando la comercialización. * Aplicar técnicas de atención, interés, deseo y convencimiento para el cliente tipo establecidos en el cierre de venta. * Llenar los contratos de compra-venta aplicando la normativa vigente que regulan los procedimientos. * Analizar las estadísticas de venta de la empresa permitiendo la toma de decisiones. * Aplicar procedimientos de cálculo mercantil determinando el precio de venta del producto. * Identificar las formas de cobro y pago de las mercaderías efectivizando las ventas. * Realizar el arqueo de caja controlando los ingresos y egresos del efectivo. * Utilizar terminales de punto de venta y medios de pago electrónicos en función de distintos tipos de operaciones y establecimientos comerciales. | **El Comercio:**   * Comercio: definición, clasificación * El comerciante: definición, requisitos * La compra-venta: definición, importancia, características   **Aspectos básicos de la venta:**   * El mercado: definición, importancia, segmentación. * El producto: definición, características, clases, ciclo de vida, líneas y sublíneas de productos * Cliente/consumidor/usuario: definición, necesidades, tipologías * La Venta: definición y clases   **El vendedor:**   * Definición, importancia, * Perfil del vendedor y tipos * Capacidades del vendedor * Relación cliente-producto   L**a comunicación en la actividad comercial:**   * Procesos de comunicación * Tipos de comunicación * Técnicas de comunicación * Modelos de comunicación escrita   **Organización de las ventas:**   * Departamento de ventas * Plan de ventas   **Técnicas de venta:**   * Métodos de ventas * Fases de la venta * Atención al cliente   **Contrato de compra-venta:**   * Definición, importancia * La contratación mercantil * El contrato de compra-venta mercantil   **Estadísticas de ventas:**   * Definición, importancia y análisis   **Operaciones de cobro y pago:**   * El precio: definición, clases * Cálculo de impuestos: IVA, ICE y retenciones * Cálculo mercantil * Formas de cobro y pago * Arqueo de caja   **Comercio y tecnología:**   * El comercio electrónico * Medios de pago electrónico * Los terminales del punto de venta | * Valorar la segmentación en función de las necesidades del consumidor. * Valorar el ciclo de vida del producto de acuerdo al tiempo de permanencia en el mercado. * Responsabilizarse de las acciones encomendadas. * Ser flexible y adaptarse a los cambios. * Respetar las normativas legales vigentes. * Actuar con ética profesional. * Actuar con honestidad * Desarrollar una actitud de seguridad y gusto por el trabajo metódico, organizado y realizado eficazmente en el desarrollo de las actividades emprendidas. |

**Duración: 397 horas pedagógicas**

**Módulo 3: ANIMACIÓN EN EL PUNTO DE VENTA**

**Objetivo:** Realizar actividades de animación en el punto de venta estimulando al cliente a la compra del producto y/o servicio.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CONTENIDOS** | | |
| **Procedimientos** | **Hechos y conceptos** | **Actitudes, valores y normas** |
| * Identificar las variables del marketing mix a fin de posicionarse en el mercado. * Analizar los elementos del mix de la comunicación en razón de consolidarse en la mente del consumidor. * Aplicar las técnicas del merchandising consIguiendo la máxima rentabilidad del punto de venta. * Diferenciar el comercio tradicional y el libre servicio implantando el producto en el punto de venta. * Analizar la distribución de la superficie de ventas organizando el diseño de las zonas. * Organizar los artículos de una misma naturaleza en secciones con el objetivo de exponerlos al público. * Analizar las técnicas que influyen en los movimientos del cliente dentro del establecimiento comercial. * Identificar las determinantes del comportamiento del consumidor influyendo en el proceso de decisión de compra. * Distinguir los tipos de equipamiento comercial influyendo en el recorrido del cliente por el establecimiento. * Determinar el espacio en el lineal y el facing asignado a un producto incrementando la rentabilidad de la superficie de ventas. * Manejar las características, objetivos, clasificación de las familias de productos realizando una adecuada ubicación en el lineal. * Utilizar las reglas de implantación del lineal, vertical y horizontal equilibrando las ventas de artículos de margen bajo con las ventas por impulso. * Diseñar la implantación del producto en los frentes obteniendo una exposición equilibrada y rentable. * Aplicar las normas de seguridad e higiene en el punto de venta de acuerdo con la normativa vigente. * Diseñar carteles, rótulos y etiquetas con el fin de que cliente encuentre los productos con facilidad y obtenga información de las mercaderías que se encuentran de promoción. * Identificar las funciones de los elementos exteriores del punto de venta motivando el ingreso del consumidor al establecimiento. * Planificar el diseño de un escaparate produciendo impacto en el volumen de ventas. * Ejecutar las fases del montaje de un escaparate cumpliendo con las normas y procedimientos de la empresa. * Analizar las características de las herramientas promocionales y de publicidad en el Punto de Venta de acuerdo al producto y a los objetivos que persigue la empresa. | **Distribución comercial:**   * Canales de distribución * Políticas de distribución * Formas de distribución   **Marketing:**   * Marketing Mix * Mix de la comunicación   **El Merchandising:**   * Merchandising: definición, importancia, objetivos, tipos y técnicas   **Organización del punto de venta:**   * Comercio tradicional * Comercio de libre servicio * Principios y criterios para la distribución de la superficie de ventas * Ubicación de las zonas más importantes * Circulación por el punto de venta   **Análisis del comportamiento del cliente en el punto de venta:**   * Determinantes del conocimiento del consumidor * Identificación y análisis de las fuentes del consumidor * Elementos básicos que influyen en el comportamiento del consumidor * Tipos de compra en función del cliente   **Implantación del producto:**   * Mobiliario: tipos * Lineal * Familia de productos * Reglas de implantación: clasificación * Instrumentos de medida * Realización de los frentes * Normas de seguridad e higiene   **Rotulación y cartelística:**   * La rotulación como medio de comunicación * El cartel: funciones y tipos * Elaboración de carteles * Etiquetado de productos   **Diseño y montaje de escaparates:**   * Elementos exteriores del punto de venta: rótulo, puerta, acera y escaparate * El escaparate: funciones, montaje, objetivos y clases * Fases de ejecución de un escaparate * Color, iluminación y composición * Montaje de escaparates * El escaparate y su relación con las ventas   **La promoción en el punto de venta:**   * Tipos de campaña de promoción * Etapas de un programa de promoción Publicidad: técnicas * Características de la publicidad en el lugar de ventas. | * Ser flexible y adaptarse a las necesidades del consumidor. * Valorar la adquisición de competencias en la animación del punto de venta. * Cooperar en el trabajo en equipo con actitud tolerante y receptiva en el diseño y organización de puntos de venta. * Interesarse en los movimientos de los clientes dentro de un establecimiento.   - Responsabilizarse por la distribución de los recursos materiales.  - Valorar las decisiones con respecto a la compra que realiza el cliente.  - Cumplir con la implantación de productos en el lineal  - Respetar la normativa que regula la actividad comercial y la documentación respectiva.  - Ser capaz de mantener buena comunicación con el cliente.  - Valorar la capacidad de comunicación y la importancia de la imagen personal y corporativa.  - Desarrollar una actitud de seguridad y gusto por el trabajo metódico, organizado y realizado eficazmente en el montaje de escaparates. |

**Duración: 371 horas pedagógicas**

1. **Módulos de carácter básico y/o transversal**

**Módulo 4: DIBUJO TÉCNICO APLICADO A COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS**

**Objetivo:** Aplicar el dibujo técnico en Comercialización y Ventas diseñando el espacio físico del almacén.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CONTENIDOS** | | |
| **Procedimientos** | **Hechos y conceptos** | **Actitudes, valores y normas** |
| * Manejar los instrumentos, herramientas y materiales aplicando el dibujo técnico en la comercialización de productos. * Identificar tamaños y formatos de hojas de dibujo técnico utilizando las dimensiones correctas. * Diseñar líneas, letras y números rectos e inclinados en función de los requerimientos para la rotulación y cartelística. * Identificar los elementos gráficos geométricos en función de las imágenes y objetos publicitarios. * Analizar el desdoblamiento del cubo y prisma obteniendo en un solo plano caras laterales, superiores e inferiores. * Diferenciar las formas sólidas de acuerdo a las imágenes y objetos publicitarios. * Analizar imágenes de publicidad en las que predominen los colores cálidos y fríos con la finalidad de incentivar al público a la compra de un producto. * Aplicar la simbología en la aplicación de dibujos arquitectónicos en fachadas de locales comerciales. * Diseñar bocetos con el objetivo de aplicarlos en proyectos comerciales del establecimiento. * Elaborar maquetas relacionadas al comercio representando espacios, proporciones y colores. * Establecer las características de las proyecciones determinando los elementos básicos. * Identificar los puntos que se encuentran en el espacio de la superficie representando un objeto o una figura dentro de un local comercial. * Preparar ambientes atractivos a través de la utilización de los diferentes tipos de luz estimulando al público que visite el local comercial. | **Normas y** **procedimientos del dibujo técnico preliminar:**  - Definición, instrumentos, materiales y ambiente físico de trabajo  - Formato y diagramación de las hojas de trabajo: definición, tamaño y reglas  - Estructura normalizada: Trazado de letras, número rectos e inclinados a 75°  - Muestrario de tipos de letras  - Estudio comparado de las familias de letras  - Normas de acotación  - Teoría de las escalas: definición y tipos    **Gráficos geométricos:**  **-** Construcciones geométricas: definición, elementos, trazado de triángulos y cuadriláteros  - Polígonos regulares: definición, elementos, trazado de pentágonos, exágonos y hectágonos.  **Desarrollo de la formas sólidas:**   * Dibujo de volúmenes: definición, importancia, superficie total y parcial. * El cubo y la pirámide de base cuadrangular * El cilindro y el cono   **Los colores en la publicidad:**   * El color en la publicidad: definición e importancia * Características de los colores * Clasificación y propiedades de los colores   **Dibujo arquitectónico y maquetería:**   * Dibujo arquitectónico: definición, simbología arquitectónica * Aplicación de la simbología arquitectónica en ejercicios de dibujo * Boceto: definición, técnicas * La maqueta: clasificación * Elaboración de maquetas   **Proyecciones:**   * Proyección: definición, importancia, clases   **Perspectiva luminar:**   * Luz directa * Luz indirecta o reflejada * Luz natural * Luz artificial * Dirección de rayos luminosos | - Interesarse por la aplicación correcta de los instrumentos básicos del Dibujo.  - Valorar el cuidado y mantenimiento adecuado de los materiales de Dibujo  - Asume y acepta con tolerancia los errores identificados.  - Valorar el trabajo metódico, organizado y realizado eficazmente.  - Cooperar en el trabajo grupal con actitud tolerante y receptiva ante las opiniones de los demás.  **-** Generar predisposición al trabajo en equipo y buenas costumbres en el entorno de trabajo.  **-** Buscar soluciones, con iniciativa, ante problemas concretos.  **-** Asumir actitudes de mejora continua en el desarrollo de cada una de las actividades encomendadas.  **-** Demostrar iniciativa en el cumplimiento de las tareas.  **-** Estar dispuesto al aprendizaje y autoaprendizaje.  **-** Trabajar de forma autónoma.  - Responsabilizarse de las acciones encomendadas,  manifestando rigor en su planificación y desarrollo   * Ser flexible y adaptarse a los cambios.   **-** Valorar que el dibujo técnico es importante en el entorno comercial. |

**Duración: 108 horas pedagógicas**

**Módulo 5: INFORMÁTICA APLICADA A COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS**

**Objetivo:** Aplicar la informática en Comercialización y ventas facilitando el proceso de operaciones de la compra-venta de productos.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CONTENIDOS** | | |
| **Procedimientos** | **Hechos y conceptos** | **Actitudes, valores y normas** |
| * Word   - Utilizar las herramientas word facilitando las operaciones de la compra-venta de productos.  - Elaborar plantillas, base de datos y gráficos estadísticos en función de aplicarlos en los procesos de comercialización.  - Manejar los formatos de inventarios optimizando la gestión de stock.  - Utilizar las ventanas de una tabla dinámica a fin de procesar la información.  - Crear procedimientos que protejan la información proporcionando seguridad a la producción y venta del producto.  - Diseñar presentaciones dinámicas atrayendo la atención del cliente.  - Editar imágenes y videos publicitando el producto a los clientes de la empresa.  - Manejar páginas web, correo electrónico y chat realizando la promoción, venta y atención al cliente.  - Manejar los programas para vendedores permitiendo que se gestione y controle la fuerza de ventas. | **Microsoft office:**   * Word * Procesador de texto * Organigramas * Excel: * Tablas dinámicas: codificación * Plantillas de cálculos * Bases de datos * Gráficos estadísticos * Formatos de inventarios * Power point: * Diseño y configuración de diapositivas * Plantillas de diseño, * Inserción de imágenes, objetos, sonidos y videos * Vistas de diapositivas * Configuración e impresión de diapositivas * Vínculos * Publisher: * Publicidad y propaganda para venta de productos * Catálogos * Etiquetas * Trípticos * Tarjetas de presentación * Hojas volantes * Calendarios, otros * Aplicaciones gráficas de autoedición y multimedia   **Internet:**   * Uso de los principales navegadores * Optimización de los métodos de búsqueda * Las comunicaciones a través del internet: correo electrónico, video conferencia * Creación de páginas web * Creación de blogs * Manejo y orientación de redes sociales   **Programas o Aplicaciones para Vendedores**   * Aplicaciones de ventas | * Valorar la importancia de utilizar las herramientas de Microsoft Office. * Valorar el cuidado y mantenimiento adecuado de los equipos informáticos. * Respetar las normas de uso de los medios informáticos * Responsabilizarse de la confidencialidad en el acceso a la documentación. * Ser flexible y adaptarse a los cambios * Trabajar de forma autónoma y con iniciativa. |

**Duración: 206 horas pedagógicas**

**Módulo 6: INGLÉS TÉCNICO APLICADO A COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS**

**Objetivo:** Aplicar el inglés técnico en comercialización y ventas desarrollando habilidades de comunicación oral y escrita.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | | |
| ***Procedimientos*** | ***Hechos y conceptos*** | ***Actitudes, valores y normas*** |
| * Utilizar la terminología comercial con el propósito de comunicarse con los clientes. * Efectuar diálogos que permitan efectivizar la comunicación adaptándose a determinadas situaciones. * Realizar simulaciones de ventas facilitando la identificación de las necesidades del cliente y beneficios del producto. * Establecer las condiciones de venta realizando indicaciones oportunas para el cierre de la venta. * Identificar la estructura de la correspondencia comercial elaborando los documentos de manera eficiente. * Elaborar cartas comerciales de acuerdo a los requerimientos de la organización. | **Atención al cliente:**   * Terminología específica en las relaciones comerciales con clientes * Estructuras habituales y presentaciones * Pautas para detectar necesidades del cliente * Reclamos de los clientes * Simulación de situaciones de atención al cliente   **Aplicación de técnicas de ventas:**   * Presentación y demostración de productos: características y atributos * Condiciones de venta * Simulación del proceso de venta   **Comunicación comercial:**   * Estructura y terminología habitual en la documentación comercial básica: pedidos, facturas, hojas de reclamo, otros   **Redacción de correspondencia comercial:**   * Estructura de la correspondencia comercial * Cartas comerciales * Documentos de comunicación interna y externa | * Valorar la capacidad de comunicación en forma oral y escrita. * Ser capaz de utilizar otra terminología en comercialización y ventas. * Interesarse por las necesidades del cliente. * Mostrar interés y respecto hacia culturas distintas. * Valorar las condiciones de venta para el cierre de la misma. * Interesarse por los documentos redactados en lengua extranjera. |

**Duración: 124 horas pedagógicas**

**MÓDULO DE FORMACIÓN Y ORIENTACIÓN LABORAL - FOL**

**Objetivo:** Reconocer las normativas vigentes que regulan a las personas naturales y jurídicas así, como los mecanismos de seguridad y salud laboral, seguridad industrial e inserción laboral de acuerdo con las disposiciones legales pertinentes.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CONTENIDOS** | | |
| ***Procedimientos*** | ***Hechos y conceptos*** | ***Actitudes, valores y normas*** |
| * Diferenciar los derechos y obligaciones del empleador y trabajador de acuerdo al marco legal vigente. * Proponer actividades encaminadas al logro del bienestar físico, mental y social de los trabajadores asegurando mejores condiciones de trabajo. * Detectar situaciones de riesgo habituales en el ámbito laboral que puedan afectar la salud utilizando las medidas de prevención y protección correspondientes. * Aplicar técnicas de primeros auxilios en el lugar del accidente o en situaciones simuladas de acuerdo a la normativa de seguridad vigente. * Diferenciar las formas de inserción en el campo laboral utilizando sus propias capacidades e intereses en su proyección profesional. * Establecer alternativas que den la oportunidad de elegir el ingreso al campo laboral o acceder a las distintas ofertas educativas con la finalidad de que mejore sus condiciones de vida. * Integrar las necesidades del grupo de trabajo en función de los requerimientos empresariales. * Analizar el proceso de motivación del personal relacionándolo con su influencia en el clima laboral. * Identificar los conflictos que se originan en el entorno de un grupo de trabajo manejando las situaciones tensas con diplomacia y tacto. | **Normativa Legal:**   * Derecho Laboral: definición, fuentes del derecho, clasificación y características * Legislación laboral: definición y principios generales * Código de Trabajo: definición, el trabajo, tipos de trabajo, contratos de trabajo, características,relaciones laborales. * Seguridad social: definición, importancia, beneficios.   **Riesgos Laborales**:   * Salud Laboral: definición, tipos de salud, condiciones de trabajo, calidad de vida y sus beneficios. * Factores de Riesgo: definición, clasificación, prevención y protección de riesgos de trabajo, equipos de trabajo y señalización de seguridad contra accidentes de trabajo. * Primeros Auxilios: aplicación de técnicas en diferentes tipos de accidentes (incendios, electrocución, caídas, cortes, quemaduras, etc.) y situaciones de riesgo. * Seguridad Industrial: definición, importancia, prevención y protección: equipos de protección contra riesgos laborales.   **Inserción Laboral:**   * Mercado laboral: definición, personas que intervienen, exigencias del mercado laboral, oferta, demanda y políticas de empleo, recursos y medios para la inserción laboral. * Ley de Economía Popular y Solidaria * Desempleo: definición, efectos del desempleo y formas. * Proyecto Profesional**:** definición, exploración de las competencias laborales, formación profesional y como elegir una profesión.   **Relaciones en el Equipo de Trabajo:**   * Equipos de trabajo: visión del individuo como parte del grupo. * La motivación: definición, teorías y clima laboral * La negociación y solución de problemas | * Cumplir con disciplina las normas y reglas preestablecidas. * Tener iniciativa en la solución de dificultades asumiendo compromisos en beneficio de todos. * Ser capaz de cumplir los planes y normas de seguridad e higiene laboral. * Respetar la seguridad industrial. * Tomar conciencia de la importancia de la salud laboral. * Interesarse en los valores personales para la inserción laboral. * Valorar las alternativas que ofrece el sistema educativo y el mercado laboral. |

**Duración: 93 horas pedagógicas**

**MÓDULO DE FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO - FCT**

**Objetivo:** Demostrar las capacidades alcanzadas en las operaciones de almacenamiento, expedición y venta de productos o servicios y en las actividades de animación del punto de venta de acuerdo con la situación comercial.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CONTENIDOS** | | |
| ***Procedimientos*** | ***Hechos y conceptos*** | ***Actitudes, valores y normas*** |
| * Determinar el tipo de almacenamiento organizando adecuadamente el producto. * Verificar las entradas de aprovisionamiento de acuerdo a las condiciones establecidas en el pedido. * Organizar la recepción de productos verificando el estado del producto. * Utilizar la codificación en los productos de acuerdo al tipo de mercadería. * Analizar los sistemas de almacenamiento conservando la mercadería en buen estado.   - Aplicar los métodos de valoración de mercaderías manteniendo actualizado el stock.  - Realizar la constatación física del almacén verificando los inventarios realizados.  - Preparar las operaciones de expedición y distribución de productos cumpliendo con los requerimientos del pedido.  - Seleccionar el medio de transporte de acuerdo a las características del producto.   * Realizar la segmentación del mercado determinando el comportamiento del consumidor. * Identificar el ciclo de vida del producto reconociendo el tiempo que permanece en el mercado. * Diferenciar los tipos de clientes y usuarios satisfaciendo sus necesidades y deseos. * Identificar los distintos tipos de vendedores y sus perfiles logrando óptimos resultados en las ventas. * Identificar las capacidades del vendedor con la finalidad de que el cliente mantenga negocios con la empresa. * Utilizar las técnicas de comunicación recibiendo y transmitiendo información. * Redactar comunicaciones escritas en función de la actividad comercial de la empresa. * Organizar la venta por zonas geográficas, por productos, rutas e itinerarios facilitando la comercialización. * Aplicar técnicas de atención, interés, deseo y convencimiento para el cliente tipo con el objetivo de cerrar la venta. * Llenar los contratos de compra-venta de mercaderías aplicando la normativa vigente. * Aplicar procedimientos de cálculo mercantil determinando el precio de venta del producto. * Identificar las formas de cobro y pago efectivizando la venta. * Realizar el arqueo de caja controlando los ingresos y egresos del efectivo. * Utilizar terminales de punto de venta y medios de pago electrónicos en función de distintos tipos de operaciones y establecimientos comerciales. * Reconocer las variables del marketing mix a fin de posicionarse en el mercado. * Aplicar las técnicas del merchandising consiguiendo la máxima rentabilidad en el punto de venta. * Analizar la distribución de la superficie de ventas organizando el diseño de las zonas. * Organizar los artículos de una misma naturaleza en secciones con el objetivo de exponerlos al público. * Analizar los mecanismos que influyen sobre los flujos y la circulación influyendo en los movimientos del cliente dentro del establecimiento. * Identificar las determinantes del comportamiento del consumidor influyendo en el proceso de decisión de compra. * Diferenciar el comportamiento del consumidor estimulando la decisión de compra. * Determinar el lineal o número de facing asignado a un producto incrementando la rentabilidad de la superficie de ventas. * Manejar las características, objetivos, clasificación de las familias de productos realizando una adecuada ubicación en el lineal. * Utilizar las reglas de implantación del lineal, vertical y horizontal equilibrando las ventas de artículos de margen bajo con las ventas por impulso. * Diseñar la implantación del producto en los frentes obteniendo una exposición equilibrada y rentable. * Diseñar carteles, rótulos y etiquetas manteniendo informado al cliente sobre los productos. * Identificar las funciones de los elementos exteriores del punto de venta motivando el ingreso del consumidor al establecimiento. * Planificar el diseño de un escaparate produciendo impacto en el volumen de ventas. * Ejecutar las fases del montaje de un escaparate cumpliendo con las normas y procedimientos de la empresa. * Analizar las características de las herramientas promocionales obteniendo eficacia en las acciones de publicidad. | **Operaciones de Almacenaje:**   * Recepción y codificación   - Equipos para la manipulación y almacenamiento  - Sistemas de almacenamiento   * Métodos de valoración * Rotación del stock * Flujo de documentos * Inventarios * Selección de mercaderías * Envase, embalaje y etiquetado * Medios de transporte   **Operaciones de Venta:**   * Tipos de clientes * Tipos de vendedores * Capacidades del vendedor * Relación cliente-producto * Procesos de comunicación * La comunicación * Técnicas de comunicación * Modelos de comunicación escrita * Plan de ventas * Métodos de ventas * Atención al cliente * La contratación mercantil * El contrato de compra-venta mercantil * Cálculo de impuestos: IVA, ICE y retenciones * Cálculo mercantil * Formas de cobro y pago * Arqueo de caja * Medios de pago electrónico * Los terminales del punto de venta   **Animación en el Punto de Venta:**   * Canales, políticas y formas de distribución * Marketing Mix * Merchandising * Distribución de la superficie de ventas * Ubicación de las zonas más importantes * Flujo de distribución de los clientes en las zonas frías y calientes. * Circulación por la sala de ventas * Determinantes del conocimiento del consumidor * Identificación y análisis de las fuentes del consumidor * Elementos básicos que influyen en el comportamiento del consumidor * Compras en función del cliente * Lineal * Familia de productos * Reglas de implantación * Instrumentos de medida * Realización de los frentes * La rotulación como medio de comunicación * Elaboración de carteles * Etiquetado de productos * Elementos exteriores del punto de venta: * Color, iluminación y composición * Montaje de escaparates * Campaña de promoción * Publicidad en el lugar de ventas. | * Demostrar orden, puntualidad, precisión, actitud positiva en las actividades encomendadas. * Cooperar en el trabajo en equipo con actitud tolerante y asertiva ante las opiniones de los demás. * Tener empatía en el trato con el público y con el personal de la organización. * Valorar la expresión correcta y la utilización de los términos adecuados en el ámbito de competencia. * Responsabilizarse de la confidencialidad en el acceso a la documentación. * Tener iniciativa para pedir ayuda en las actividades encomendadas. * Ser flexible y adaptarse a los cambios que se presenten. * Valorar el cuidado de los equipos ofimáticos de la organización económica. |

**Duración: 160 horas reloj**

**MALLA CURRICULAR**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **TRONCO COMÚN** | **ASIGNATURAS** | **HORAS PEDAGÓGICAS** | | |
| **1° año** | **2° año** | **3° año** |
| Matemática | 5 | 4 | 3 |
| Física | 3 | 3 | 2 |
| Química | 2 | 3 | 2 |
| Biología | 2 | 2 | 2 |
| Historia | 3 | 3 | 2 |
| Educación para la Ciudadanía | 2 | 2 | - |
| Filosofía | 2 | 2 | - |
| Lengua y Literatura | 5 | 5 | 2 |
| Inglés | 5 | 5 | 3 |
| Educación Cultural y Artística | 2 | 2 | - |
| Educación Física | 2 | 2 | 2 |
| Emprendimiento y Gestión | 2 | 2 | 2 |
| Horas pedagógicas semanales | 35 | 35 | 20 |
| **FORMACIÓN TÉCNICA** | **MÓDULOS FORMATIVOS** | **HORAS PEDAGÓGICAS** | | |
| **1º curso** | **2º curso** | **3º curso** |
| Operaciones de Almacenaje |  | 2 | 4 |
| Operaciones de Venta | 2 | 3 | 7 |
| Animación en el Punto de Venta | 3 | 3 | 5 |
| Dibujo Técnico Aplicado a Comercialización y Ventas | 3 |  |  |
| Informática Aplicada a Comercialización y Ventas | 2 | 2 | 2 |
| Inglés Técnico Aplicado a Comercialización y Ventas |  |  | 4 |
| Formación y Orientación Laboral - FOL |  |  | 3 |
| Horas pedagógicas semanales | 10 | 10 | 25 |
| Formación en Centros de Trabajo - FCT |  |  | 160\* |
| **TOTAL HORAS PEDAGÓGICAS SEMANALES** | | **45** | **45** | **45** |

* Se desarrollará de acuerdo con los lineamientos establecidos en la Guía para la implementación del módulo de Formación en Centros de Trabajo (FCT), emitido por la Dirección Nacional de Currículo.

**RECOMENDACIONES METODOLÓGICAS PARA LA ENSEÑANZA-APRENDIZAJE**

Para trabajar los contenidos curriculares de la Figura Profesional de Comercialización y Ventas es importante realizar la planificación, con la participación de los docentes del área técnica de manera que en consenso se organicen las unidades de trabajo de cada módulo formativo y su secuencia a desarrollar en los 3 años de bachillerato técnico, los cuales constan en la malla curricular con su respectiva carga horaria.

En este sentido, a continuación se plantean recomendaciones metodológicas para cada módulo formativo, considerando los contenidos curriculares de cada uno, así como su objetivo.

|  |  |
| --- | --- |
| **Módulo 1:** **OPERACIONES DE ALMACENAJE** | |
| El presente módulo describe la organización interna del almacén con el fin de dar a conocer los procedimientos y técnicas para la manipulación de las existencias, tomando en cuenta las características del producto, también colabora en la organización del talento humano de acuerdo al perfil para su ubicación correcta y optimizar los resultados.  Registra las existencias de acuerdo a la recepción de los productos y a los métodos de valoración del stock, utilizando la normativa de seguridad e higiene y el control a través de los distintos documentos de gestión del almacén. Además, conoce los distintos equipos de movilización y carga interna de las existencias permitiendo agilitar el almacenamiento y distribución comercial.  Para atender este módulo se debe realizar visitas de campo a empresas o almacenes dentro de su localidad, con el fin de que se familiaricen de manera práctica con la organización interna de los mismos, investigaciones, supuestos prácticos, entre otros.  Para contextualizar los contenidos curriculares de este módulo se recomienda un trabajo conjunto con los docentes del área de Comercialización y Ventas; y, realizar la aplicación de todo el proceso de logística comercial una vez concluido el estudio del módulo formativo. | |
| **Módulo 2:** **OPERACIONES DE VENTA** |
| El presente módulo nos permite comprender los fundamentos del comercio y analizar e identificar las necesidades del cliente/consumidor/ usuario, tomando en cuenta métodos, criterios y procedimientos aplicables a las distintas clases de clientes. Además, se identifica las características de los productos/servicios y su ciclo de vida; lo que contribuirá a lograr la venta del producto.  Siendo el vendedor el principal actor de la venta es necesario identificar los tipos de vendedores y las técnicas de venta para fijar las relaciones cliente-producto. Para realizar la organización de la venta se fijan rutas e itinerarios en las distintas zonas geográficas permitiendo una atención personalizada y la confianza entre cliente-vendedor; las mismas que se deben manejar de acuerdo a la normativa vigente y a los contratos de compra-venta  Para atender estos contenidos curriculares se hace indispensable realizar simulaciones, dramatizaciones, demostraciones, investigaciones, exposiciones, talleres, supuestos prácticos, analizar videos, registro de documentos, otros. |
| **Módulo 3:** **ANIMACIÓN EN EL PUNTO DE VENTA** |
| Este módulo busca ambientar el punto de venta aplicando procedimientos de organización y preparación de lineales, aplicar técnicas para calentar una zona o un punto frío y emplear técnicas de rotulación y escaparatismo.  La metodología se basará en:   * Aplicación de casos prácticos que serán realizados en el aula con la ayuda del docente. * Trabajos individuales: rotulación de carteles, etiquetado de lineales y bocetos de escaparates, entre otros. * Trabajos en equipo, implantación del producto, diseño de promociones, montaje de escaparates, entre otros. * Visitas de campo a autoservicios y clientes mayoristas.   Al finalizar cada tema del módulo y cuando el caso lo amerite, los estudiantes deberán realizar una demostración práctica. |
| **Módulo 4:** **DIBUJO TÉCNICO APLICADO A COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS** |
| Este módulo promueve que el estudiante desarrolle capacidades relacionadas a las técnicas de diseño de letras, números, figuras geométricas; elaboración de bocetos; combinación de colores; perspectiva luminar para aplicarlos en la distribución de espacios comerciales; elaboración de rotulación y cartelista; montaje de escaparates y animación en el punto de venta.  Para trabajar este módulo es importante que exista coordinación entre los docentes de los módulos de Animación en el punto de venta, operaciones de almacenaje y dibujo técnico con el fin de generar aprendizajes interdisciplinarios.  Para desarrollar este módulo se sugiere un aprendizaje basado en simulación de casos, trabajos de investigación, visitas a centros comerciales, estudio de casos, aprendizaje cooperativo, exposiciones, entre otros. |
| **Módulo 5:** **INFORMÁTICA APLICADA A COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS** |
| El Módulo de Informática aplicada permite al estudiante el desarrollo de capacidades y competencias utilizando herramientas informáticas que sean útiles para la comercialización de productos y servicios en concordancia con la tecnología.  Es un módulo transversal que ayuda en el proceso de comercialización y ventas y permite avanzar coordinadamente y de acuerdo a los conocimientos adquiridos en cada etapa del currículo.  En el caso de que la institución oferte la FIP de Informática se sugiere coordinar con el docente técnico los contenidos curriculares y materiales de apoyo para el desarrollo del módulo, logrando así mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje.  El proceso metodológico debe ser activo, participativo y práctico, a fin de que el estudiante desarrolle habilidades y destrezas necesarias que sean aplicadas para el proceso de comercialización y venta de productos y servicios. |
| **Módulo 6:** **INGLÉS TÉCNICO APLICADO A COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS** |
| El módulo de Inglés Técnico describe la comunicación oral y escrita utilizada en la actividad comercial que servirá de base para la atención personalizada del cliente, aplicando las técnicas de venta que orientan la labor del vendedor en el proceso y le ayudan a concretar la negociación tomando en cuenta las necesidades del cliente y las condiciones de venta.  Se logra acceder al conocimiento de la lengua extranjera emitiendo mensajes, creando diálogos que logren una comunicación efectiva que se vincule a la correspondencia comercial y con los documentos utilizados en la comercialización.  Para atender este módulo es necesario realizar simulaciones de venta, visitas a centros comerciales y utilizar el diccionario como medio de consulta, entre otros.  Se recomienda coordinar los contenidos curriculares de este módulo con los docentes del área de Inglés del Bachillerato General Unificado para lograr que el proceso de enseñanza-aprendizaje sea efectivo. |
| **Módulo 7:** **FORMACIÓN Y ORIENTACIÓN LABORAL – FOL** |
| El Módulo FOL hace que el estudiante desarrolle capacidades relacionadas a la preparación e inserción al mundo del trabajo, para lo cual se toman en cuenta los aspectos legales relacionados con el ámbito laboral de acuerdo a las disposiciones constitucionales vigentes.  Los contenidos curriculares de este módulo son interdisciplinares ya que guardan estrecha relación con los módulos formativos y prepara al estudiante para conocer la normativa legal, riesgos de trabajo, seguridad industrial y empleabilidad, generando hábitos de comportamiento y de trabajo.  Para trabajar este módulo es importante realizar análisis de casos prácticos, simulaciones, dramatizaciones, investigaciones, otros. |
| **Módulo 8:** **FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO – FCT** |
| La Formación en Centros de Trabajo está asociado con todos los módulos de la FIP, permitiendo durante la práctica estudiantil desarrolle el aprendizaje significativo cumpliendo sus capacidades, valores y actitudes que sitúen al estudiante como protagonista del proceso, y al docente como observador y evaluador del mismo, donde el estudiante se acerque al mundo real del trabajo. |

**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

* *López Fernández R. (2006) Operaciones de Almacenaje , Editorial Paraninfo, España*
* *Manrique Sergio (2017) Operaciones de Almacenaje, Editorial Marcebook Barcelona-España.*
* *Escudero Serrano, María José Escriva, Monzó Joan y Clar Bononad Federico; Operaciones de Almacenaje Editorial Mc.Graw Hill; Interamericana de España Segunda Edición.*
* *Philip, Kother/Armastrong/Gary, Marketing*
* *Ortega Mayra Marketing y Protocolo*
* *Hervas Exojo Ana María Operaciones de Venta*
* *Revilla Riv. Teresa Colección Mc Graw Hill*
* *Ervas Ana M, Campos A, Revilla M.T. (2015). Animación en el Punto de Venta. Editorial McGraw Hill. 1era Edición. Madrid-España.*
* *González J, Consolación M, Melian R, (2014). Técnicas Básicas de Merchandising. Editorial Mercurio. 1era.*
* *García, M. J, (2015). Publicidad en el Punto de Venta. Editorial IC. 1era. Edición. Bogotá-Colombia*
* *ESPE (2000). Manual del Estudiante. Quito*
* *Pérez A. (2012). Educarse en la Era Digital. Madrid. Ediciones Morata, SL. España*
* *Samaniego. C (2007). Aplicaciones y Soluciones con Excel. Manuales del Software*
* *Tlgo. Medina Rosero V. Computación Básica 2*
* *Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno*
* *Ley Orgánica de Defensa del Consumidor*
* *Código de Comercio*
* *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria*

**WEBGRAFÍA**

* <https://whasup.es/blog/ingles-en-la-atencion-al-clientedomina-el-vocabulario-comercial-básico>
* <https://www.naquera.com/pdfs/docs_435.pdf>
* [www.linguee.es/espanol-ingles/traduccion/comunicación­­+comercial.html](http://www.linguee.es/espanol-ingles/traduccion/comunicación+comercial.html)
* http://otes.oclv.edu.cu/dowload/Manual-power-point-2010.pdf
* [www.algebasa.com/almacenaje-que-es/](http://www.algebasa.com/almacenaje-que-es/)
* [www.gestion.org/gestion-de-stocks/](http://www.gestion.org/gestion-de-stocks/)
* www.sri.ec/web/gues/comprobantes-de-venta