

GUIA DEL ENUNCIADO DEL PROYECTO

P8 - TIENDA COMERCIO JUNTOS POR LO JUSTO CICLO FORMATIVO: 2º CURSO GRADO SUPERIOR DE GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES

APARTADO 1.- PARTE TEÒRICA

¿Cómo podemos ayudar a combatir las desigualdades? ¿Existe otro comercio diferente del de comprar-usar-tirar?

Los alumnos del Grado Superior en Ventas y Espacios Comerciales tienen la oportunidad de poner en práctica los conocimientos impulsando este proyecto de apertura de un comercio justo y de venta de productos de empresas de la región. El Comercio Justo es un movimiento internacional que lucha por una mayor justicia global en lo económico, social, humano y medioambiental. Para ello, desarrollaremos un modelo comercial que proteja los derechos humanos y el medio ambiente.

Seguirán todos los pasos de la gestión de un comercio, en la que pondrán en práctica todo aquello que trabajan en todos los diferentes módulos del ciclo.

En este proyecto se desarrollarán habilidades profesionales del perfil de: encargado de tienda, jefe de ventas, vendedor y diseñador del espacio comercial.

- Análisis y propuesta de distribución de la sala de ventas.
- Análisis y propuesta de distribución del escaparate del comercio.
- Análisis y propuesta de la gestión de aprovisionamiento.
- Análisis y propuesta de la gestión del almacenamiento de la sala de ventas.
- Análisis y gestión del equipo de ventas y su política.

Para el desarrollo de este proyecto se necesitará la participación de los siguientes módulos profesionales:

- Escaparatismo y diseño de espacios comerciales.
- Gestión de productos y promociones en el punto de venta.
- Organización de equipos de ventas.
- Técnicas de venta y negociación.
- Logística de almacenamiento.
- Logística de aprovisionamiento.

Los objetivos del proyecto son:

- Concienciar de la importancia del comercio justo.
- Gestionar un equipo comercial.
- Planificar los procesos de trabajo necesarios para la gestión de un comercio de venta de productos.
- Utilizar con destreza y de manera prioritaria, las herramientas de ofimática adecuadas a la actividad que se desarrolla.
- Buscar y seleccionar la información útil y necesaria para una toma de decisiones eficaz en cómo optimizar los recursos con los que cuenta el comercio.
- Identificar las necesidades del cliente y plantear opciones de mejora.
- Desarrollar tareas coordinadas dentro de un equipo cooperativo para el logro, con

GUIA DE USO DEL ENUNCIADO

- eficacia, de objetivos comunes fijados por el propio equipo.
- Comunicar de manera efectiva, conectando con la audiencia y atendiendo a elementos como tiempo y registro adecuados.
- Resolver situaciones o conflictos aplicando un pensamiento crítico, con flexibilidad y creatividad, utilizando los aprendizajes adquiridos en el Ciclo Formativo.
- Buscar la calidad y la excelencia tanto en procesos de trabajo como en los productos finales elaborados

APARTADO 2.- CRONOGRAMA DEL PROYECTO

DURACIÓN DEL PROYECTO: El proyecto tiene una duración de 140 HORAS.

1. PRESENTACIÓN PROYECTO, GRUPOS DE TRABAJO, ROLES DE EQUIPO Y ENTORNO TRABAJO. (3 SESIONES)

1.1. Planteamiento del proyecto.

1.2. Confección de equipos

1.3. Roles de equipos

1.4. Entorno de trabajo

1.5. Contrato de equipo

2. GESTIÓN DE APROVISIONAMIENTO

2.1. Determinación del surtido de productos y del pedido inicial, estableciendo las necesidades de materiales y plazo de ejecución.

2.2. Gestión de stocks realizando previsiones.

2.3. Determinación de las condiciones de negociación con proveedores.

3.GESTIÓN DE ALMACENAMIENTO

3.1. Organización del proceso de almacenaje por tipo de actividad y volumen de mercancías, optimizando los espacios y los tiempos de manipulación.

3.2. Registro de artículos en la aplicación informática.

3.3. Realización de códigos EAN de los artículos.

3.4. Colocación de los productos en el almacén

4.GESTIÓN DEL PUNTO DE VENTA .INTERIOR

4.1. Clasificación de los productos y estructura e implantación del surtido.

4.2. Puntos calientes y fríos, disposición del mobiliario y la circulación en la sala de ventas.

4.3. Acciones y promociones en el punto de venta.

APARTADO 3.- EXPLICACIÓN BREVE DE CADA UNO DE LOS REQUERIMIENTOS

Presentación proyecto, grupos de trabajo, roles de equipo y entorno trabajo (1)

Se presenta el proyecto, el cual consiste en:

- Planificación del proyecto **(1.1)**
 - Se lee el enunciado del proyecto y se plantea el reto final. Si hay colaboración de empresa, plantea el reto la empresa.
 - Se explica la línea de tiempo con todos los requerimientos que hay que realizar, revisando las horas planificadas para cada uno de ellos.
- Confección de equipos **(1.2)**
 - Se confeccionan los equipos de trabajo, de tres alumnos/as en cada equipo.
- Roles de equipos **(1.3)**
 - Después de leer las tareas de cada rol de equipo (Secretario, Planificador y Coordinador) cada equipo decide el rol que va a ejercer cada alumno/a..
- Entorno de trabajo **(1.4)**
 - Organizan el entorno de trabajo. Utilizan BaseCamp para la organización. El Planificador organiza el espacio del "TO DO" y el Secretario organiza las carpetas del "DOCS & FILES" para ir subiendo archivos y documentos.
- Contrato de equipo **(1.5)**
 - El equipo cumplimenta su contrato de equipo, dejando por escrito una serie de compromisos y consecuencias que deberán de cumplir durante todo el proyecto.

Gestión de aprovisionamiento (2)

En esta fase, cada equipo deberá planificar el proceso de compra desde la selección del surtido, planificación de las variables que afectan al aprovisionamiento y control de inventario.

Los contenidos a desarrollar corresponderá al módulo de Logística de aprovisionamiento:

- Determinación del surtido de productos y del pedido inicial, estableciendo las necesidades de materiales y plazo de ejecución. **(2.1)**
 - Explicación del plan de compras y la programación de los pedidos.
 - Explicación de las variables que influyen en el aprovisionamiento.
- Gestión de stocks realizando previsiones.**(2.2.)**
 - Explicación de la gestión de stocks y de los inventarios.
- Determinación de las condiciones de negociación con proveedores**(2.3.)**
 - Explicación del proceso de negociación con los proveedores.

Gestión de almacenamiento(3)

En esta fase, cada equipo deberá planificar el proceso de almacenamiento, comprobación y registro de los artículos recibidos y generar la codificación que los identifique para el alta en la aplicación informática que se utilice para el terminal de punto de venta.

Los contenidos a desarrollar corresponderá al módulo de Logística de almacenamiento.

- Organización del proceso de almacenaje por tipo de actividad y volumen de mercancías **(3.1.)**
 - Explicación de las características de los medios de equipo de manipulación y almacenamiento en los almacenes.
 - Explicación de las actividades de la logística inversa.
- Optimizando los espacios y los tiempos de manipulación. **(3.2.)**
 - Explicación de las actividades que se realizan en el almacén y su secuencia.
- Registro de artículos en la aplicación informática. **(3.3.)**
 - Explicación de la aplicación informática a utilizar para dar de alta a los artículos .
- Realización de códigos EAN de los artículos. **(3.4.)**
 - Explicación de la aplicación informática y de los códigos EAN utilizados en la trazabilidad de los productos.
- Colocación de los productos en el almacén. **(3.5.)**
 - Explicación de la gestión de stocks

Gestión del punto de venta Interior de Punto de Venta (4)

En esta fase, cada equipo deberá organizar de manera óptima el surtido en el punto de venta teniendo en cuenta el espacio de la sala de ventas, así como mejorar la rotación de los productos.

Los contenidos a desarrollar corresponderá a los módulos de Escaparatismo y diseño de espacios comerciales y Gestión de productos y promociones en el punto de venta.

- Clasificación de los productos y estructura e implantación del surtido. **(4.1.)**
 - Explicar detalladamente la estructura del surtido.
 - Explicar la optimización del lineal.
 - Explicar la gestión del stock y del aprovisionamiento del lineal
- Puntos calientes y fríos, disposición del mobiliario y la circulación en la sala de ventas. **(4.2.)**
 - Explicar la arquitectura interior del establecimiento: zonas calientes, frías. Lay Out,
 - Explicar la circulación del cliente, disposición del mobiliario.
 - Explicar los tipos de merchandising y el comportamiento del consumidor en la sala de ventas.
- Acciones y promociones en el punto de venta. **(4.3.)**
 - Explicar los ratios de control de las acciones promocionales y análisis de resultados.
 - Explicar los índices y ratios económico-financieros.

Gestión del punto de venta. Exterior del punto de venta. (5)

En esta fase, cada equipo deberá realizar una propuesta de composición de escaparate para posteriormente realizar el montaje de uno de ellos.

Los contenidos a desarrollar corresponderá al módulo de Escaparatismo y Diseño de espacios comerciales

- **Implantación de los productos y elementos en el escaparate.(5.1.)**
 - Explicar la arquitectura exterior del establecimiento: elementos exteriores, iluminación,,.
 - Explicar el cronograma del escaparate.
- **Iluminación y animación del escaparate.(5.2.)**
 - Explicar la composición y montaje del escaparate: elementos, colocación, materiales y medios.

Gestión de la comunicación (6)

En esta fase, cada equipo deberá realizar la planificación de una campaña de promoción de una familia de productos: Cálculo de precios, canal online y offline

Los contenidos a desarrollar corresponderá al módulo de Gestión de productos y promociones en el punto de venta.

- **Publicidad y comunicación (6.1.)**
 - Explicar la comunicación comercial.
 - Explicar la publicidad y promoción en el punto de venta: tipos de elementos de publicidad. señalética y carteles

Gestión de las ventas (7)

En esta fase, cada equipo deberá realizar un plan de ventas que incluya: estrategias, objetivo y argumentario de ventas. Además se diseñará un proceso de ventas para el equipo comercial.

Los contenidos a desarrollar corresponderá a organización de equipos de ventas y Técnicas de venta y negociación.

- **Organización del equipo de ventas. (7.1.)**
 - Explicación de la organización de un equipo de ventas.
- **Habilidades y características del vendedor.(7.2.)**
 - Explicación de las características del equipo comercial.
 - Explicación de las técnicas de ventas.
- **Objetivos de ventas.(7.3.)**
 - Explicación de los objetivos cuantitativos y cualitativos asignados al equipo comercial.
- **Estrategias comerciales.(7.4.)**
 - Explicación de la información necesaria para establecer las estrategias y el plan de ventas.
 - Explicación de las oportunidades de mercado. DAFO, mapa de posicionamiento del producto y nicho de mercado.

GUIA DE USO DEL ENUNCIADO

- Explicación de la estrategia a seguir en la atención al cliente y el servicio post-venta.
- Argumentario de ventas.(7.5)
 - Explicación de la elaboración del argumentario de ventas.

Memoria (8)

En esta fase, cada equipo presentará una memoria final donde se incluyan todos los informes de este apartado y realizarán su defensa oral mediante una presentación en formato pechakucha

- Informe de la gestión y almacenamiento de los stocks (8.1.)
- Informe del interior y exterior del punto de venta. (8.2.)
- Informe del informe del plan de ventas. (8.3.)
- Informe de la estrategia de comunicación y publicidad.(8.4.)

APARTADO 4.- Evaluación y seguimiento de equipo

SEGUIMIENTO DE EQUIPOS Y CUMPLIMENTACIÓN DEL CHECK LIST

Una vez a la semana (jueves o viernes) el profesor responsable según un calendario establecido se reúne con el coordinador de cada equipo y revisa los requerimientos y subrequerimientos planificados en el check list . Posteriormente se reúne con el resto del equipo .

CRITERIOS GENERALES PARA CALIFICAR.

Para obtener la calificación final de cada alumno/a se realizará un hoja de cálculo donde se introducirán las calificaciones obtenidas de:

- a) Autoevaluación y Coevaluación con un lista de cotejo donde se evalúan los contenidos desarrollados en cada módulo profesional.
- b) Equipo docente: Rúbrica progresiva de 4 puntos, donde se evalúan las competencias profesionales.

La distribución de la nota final del proyecto estará en función de los siguientes instrumentos:

- Autoevaluación: 20%
- Coevaluación: 40%
- Equipo docente: 40%

Consideraciones:

- Si la nota del proyecto es menor que 5, no se tiene en cuenta la nota de la autoevaluación ni la coevaluación ya que no superan los resultados de aprendizaje.
- Si la nota del proyecto es mayor que 5 si se hace ponderación con la nota obtenida de la autoevaluación y de la coevaluación.
- Si el equipo docente tiene evidencias que un miembro del equipo no ha alcanzado los conocimientos, pero él y sus compañeros/as han hecho una valoración que no refleja sus conocimientos, no se aplicará el % y el equipo docente decidirá.

GUIA DE USO DEL ENUNCIADO

- Si en cualquiera de los 3 ítems (autoevaluación, coevaluación y proyecto) hay una diferencia superior a 3 puntos, el equipo docente decide la calificación final.
- Si algún alumno/a no realiza sus tareas correctamente de rol en el equipo, el equipo educativo puede cambiar su rol y ver su evolución en las próximas sesiones.
- Si hay algún problema o situación especial en algún equipo de trabajo, el equipo educativo puede decidir una permuta de grupo o realizar proyectos individuales.