

Comunidad de Madrid

MÓDULO PROFESIONAL:

***MARKETING Y VENTA EN IMAGEN
PERSONAL.***

(CÓDIGO 0643)

2018-2019

I.E.S. LA ARBOLEDA

Departamento de Imagen Personal

Módulo: MARKETING Y VENTA EN IMAGEN PERSONAL

Fecha: 18/10/2018

INDICE

<u>1. INTRODUCCIÓN Y CARACTERÍSTICAS GENERALES</u>	pág. 3.
<u>2. OBJETIVOS</u>	pág. 3.
<u>3. ORGANIZACIÓN DE CONTENIDOS</u>	pág. 4.
<u>4. TEMPORALIZACIÓN DE CONTENIDOS</u>	pág. 5.
<u>5. METODOLOGÍA Y ESTRATEGÍAS DIDÁCTICAS</u>	pág. 5.
<u>6. PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE</u>	pág. 6.
<u>7. CRITERIOS DE EVALUACIÓN</u>	pág. 6.
<u>8. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN</u>	pág. 8.
9. SISTEMA DE RECUPERACIÓN Y ESTRUCTURA DE LAS PRUEBAS ORDINARIA Y EXTRAORDINARIA	pág. 9.
<u>10. CONTENIDOS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN MÍNIMOS</u>	pág. 10.
<u>11. RECURSOS DIDÁCTICOS</u>	pág. 12.

1. INTRODUCCIÓN Y CARACTERÍSTICAS GENERALES.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones de promoción y venta de productos y servicios en un establecimiento de imagen personal.

La siguiente programación está fundamentada en el siguiente marco legislativo: la Orden 2694/2009, de 9 de junio, (modificada por la Orden 11783/2012 de 11 de diciembre) y el Decreto 15/2007, de 19 de abril.

Se imparte durante el primer curso del ciclo formativo de Grado Medio Peluquería y Cosmética Capilar, cuyo título se establece en el Real Decreto 1588/2011, de 4 de noviembre. El currículo del ciclo se establece en la Orden ECD/344/2012, de 15 de febrero y el plan de estudios para la Comunidad de Madrid se concreta en el Decreto 82/2012, de 30 de agosto.

2. OBJETIVOS

- a) Interpretar las normas diseñadas en los procedimientos para atender al usuario, aplicando los procedimientos descritos desde la hora de la acogida hasta la despedida.
- b) Identificar operaciones de venta y técnicas publicitarias y de merchandising, valorando las características y demandas del mercado, para promocionar y comercializar los productos y servicios estéticos.
- c) Seleccionar los cosméticos adecuados atendiendo a las necesidades de la piel y al tipo, composición y forma de presentación de los mismos, para realizar y recomendar su aplicación.
- d) Desarrollar trabajos en equipo y valorar su organización, participando con tolerancia y respeto, y tomar decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía.

e) Adoptar y valorar soluciones creativas ante problemas y contingencias que se presentan en el desarrollo de los procesos de trabajo, para resolver de forma responsable las incidencias de su actividad.

m) Aplicar técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a su finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia del proceso.

3. ORGANIZACIÓN DE CONTENIDOS

Unidad I: Tipos de comunicación en una empresa de imagen personal.

Tema 1: Etapas y elementos fundamentales del proceso de comunicación.

Tema 2: Tipos de comunicación; oral, escrita y gestual.

Unidad 2: Identificación de productos y servicios en empresas de imagen personal.

Tema 3: El marketing.

Tema 4. Marketing Mix.

Unidad 3: Merchandising.

Tema 5. Conceptos básicos.

Tema 6. Publicidad.

Tema 7. Promoción.

Unidad 4.- Determinación de las necesidades de los clientes.

Tema 8. Fases en el proceso de atención al cliente.

Tema 9. Tipos de clientes.

Tema 10. La información y métodos de recogida.

Unidad 5.- La venta

Tema 11. Técnicas de venta.

Tema 12. Tratamiento de quejas y reclamaciones.

Tema 13. Características fundamentales del asesor de ventas.

I.E.S. LA ARBOLEDA

Departamento de Imagen Personal

Módulo: MARKETING Y VENTA EN IMAGEN PERSONAL

Fecha: 18/10/2018

4. TEMPORALIZACIÓN DE CONTENIDOS

Este módulo tiene una duración del currículo de 80 horas del Ciclo Peluquería y Análisis Capilar de Grado Medio y duración total de 2000 horas. Se impartirá en el Centro Educativo, durante el 1º Curso a razón de 3 horas semanales.

La distribución temporal será la siguiente:

- Primera evaluación: temas 1,2,3,4 y 5
- Segunda evaluación: temas 6,7,8 y 9
- Tercera evaluación: temas 10, 11,12 y 13

5. METODOLOGÍA Y ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

- Basada en actividades para conseguir llegar a los contenidos partiendo de los conocimientos previos que posean las alumnas. Estas actividades serán planificadas de forma que su objetivo final sea el de ayudar al alumno a asimilar los contenidos para su inserción laboral y por tanto para el ejercicio de su profesión en el ámbito de la estética. Estas actividades serán:

- De tipo expositivo: el profesor transmite el saber constituido de forma significativa y el alumno acumula conocimientos. Para ello el alumno necesitará de una serie de materiales en forma de textos, problemas resueltos o guiones de prácticas secuenciados y organizados
- De descubrimiento: el alumno realiza una interpretación constructiva, activa y significativa del aprendizaje, en la que el profesor sin transmitir el saber constituido, proporciona las condiciones óptimas para que el alumno forme o complete sus propias capacidades.

- Se realizarán y utilizarán técnicas de conceptualización a partir de esquemas, gráficos y resúmenes.

I.E.S. LA ARBOLEDA

Departamento de Imagen Personal

Módulo: MARKETING Y VENTA EN IMAGEN PERSONAL

Fecha: 18/10/2018

6. PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

1. Identifica los productos y servicios en empresas de imagen personal, aplicando técnicas de marketing.
2. Determina las necesidades de los clientes, analizando las motivaciones de compra de productos y servicios de imagen personal y realiza demostraciones de venta de servicios y productos de imagen personal, definiendo las etapas y utilizando las técnicas específicas.
3. Establece pautas de atención al cliente, utilizando las técnicas de comunicación y sus herramientas.
4. Utiliza técnicas de promoción y publicidad, justificando la selección de los instrumentos empleados.
5. Aplica las técnicas del merchandising promocional, utilizando los instrumentos específicos y adecuándolos a la imagen de la empresa.
6. Trata las reclamaciones y quejas, aplicando procedimientos de resolución de conflictos.

7. LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Criterios de evaluación:

- a) Identificar las técnicas de comunicación más utilizadas en los procesos de venta de productos y de servicios en estética personal profesional, aplicables a las situaciones de información y atención al cliente.
- b) Identificar los datos esenciales que deben figurar en una ficha de cliente.
- c) Definir las técnicas de archivo más utilizadas en el desarrollo de las actividades relacionadas con la venta, en el ámbito de la estética.

- d) Diseñar un cuestionario de recogida de información técnico-comercial que detalle los principales parámetros que caracterizan el desarrollo de una promoción de ventas en un instituto de belleza.

2. Criterios de evaluación:

- a) Describir las fases que componen una entrevista personal con fines comerciales o de asesoramiento.
- b) Clasificar y caracterizar las distintas etapas de un proceso comunicativo contextualizándolas en situaciones de atención al cliente.

3. Criterios de evaluación:

- a) A partir de un supuesto de solicitud / transmisión de información a un cliente, elaborar un escrito que observe el tratamiento adecuado, con redacción clara y concisa en función de su finalidad.
- b) Describir los factores que influyen en la motivación y frustración para la venta.
- c) Describir las fases fundamentales de un proceso de venta en una situación tipo.
- d) Precisar las variables que intervienen en la conducta del cliente, distinguiendo entre consumidores por impulso y compradores racionales.
- e) Explicar las técnicas básicas de inicio de relaciones comerciales en función del tipo de cliente.
- f) Explicar las técnicas de venta básicas para captar la atención y despertar el interés en función del tipo de cliente.

4. Criterios de evaluación:

- a) Explicar las diferencias entre Marketing y Marketing Mix.
- b) Definir y poner ejemplos de los siguientes conceptos: producto, servicio, necesidad, deseo, demanda.

5. Criterios de evaluación:

- a) Identificar y describir los distintos elementos promocionales que normalmente se utilizan en el sector, relacionando su utilización con las tipologías de clientes y explicando las principales técnicas psicológicas que pueden utilizarse en cada acción promocional.
- b) Estimar situaciones susceptibles de introducir una acción promocionar.
- c) Relacionar los medios promocionales con los distintos objetivos, en relación con los consumidores y con los prescriptores.
- d) Explicar las diferencias fundamentales entre publicidad y promoción.
- e) Definir las variables que es preciso controlar en una campaña promocionar para alcanzar un resultado óptimo.
- f) Valorar la importancia del conocimiento sobre las características y propiedades del producto o servicio en distintos tipos de venta, por parte del profesional que la realiza.

6. Criterios de evaluación:

- a) Explicar el significado e importancia del servicio post-venta en los procesos comerciales, valorando su importancia en la rentabilidad empresarial.
- b) Establecer criterios que permiten controlar la calidad del servicio post- venta.

8. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Calificación del módulo:

Es numérica del 1 al 10 sin decimales.

Se considera aprobado el módulo con calificación igual o superior a 5.

En la evaluación continua la nota final se obtendrá de la media aritmética de las tres evaluaciones, siempre que en todas se haya alcanzado una puntuación mínima de 5.

I.E.S. LA ARBOLEDA

Departamento de Imagen Personal

Módulo: MARKETING Y VENTA EN IMAGEN PERSONAL

Fecha: 18/10/2018

Calificación de las evaluaciones:

Se califican igualmente del 1 al 10 considerándose aprobadas con nota igual o superior al 5. En la calificación de las evaluaciones se considera un 90% de la nota la puntuación de los contenidos por pruebas objetivas y un 10% la puntuación debida a la actitud del alumno en clase.

Para la calificación de contenidos se utilizará como mínimo una prueba objetiva por evaluación. Cuando se realice más de un ejercicio por evaluación la nota será la media aritmética de los ejercicios escritos desarrollados. Los ejercicios escritos pueden ser de diferente tipo según la materia impartida: exámenes de desarrollar, de preguntas cortas o de tipo test. También se incluyen en la media aritmética la puntuación de trabajos escritos o expuestos realizados por los alumnos puntuados de 1 al 10.

Calificación de alumnos sancionados por inasistencia:

Aquellos alumnos que por faltas de asistencia sean sancionados y no se les pueda aplicar los criterios ordinarios de calificación, serán convocados a un examen ordinario a principios del mes de junio que incluya todos los contenidos impartidos en el curso desde el inicio de la sanción y, si éste no fuera superado, el alumno será convocado a una prueba extraordinaria de similares características a finales del mismo mes. Esta prueba escrita se puntuará del 1 al 10.

9. SISTEMA DE RECUPERACIÓN Y ESTRUCTURA DE LAS PRUEBAS ORDINARIA Y EXTRAORDINARIA

Las actividades de recuperación irán encaminadas a que todos los alumnos alcancen los contenidos mínimos del módulo. Las pruebas de recuperación de las notas trimestrales se realizarán en la convocatoria ordinaria de principios de Junio, o en su caso, en la extraordinaria de finales del mismo mes.

Las pruebas consisten en la ejecución de trabajos prácticos y pruebas escritas de las unidades de trabajo que no se hayan superado.

- Para superar estas pruebas es necesario aprobar con una calificación igual o superior a 5.

- Para estas pruebas será imprescindible que el alumno traiga el equipo y modelos necesarios para su realización.

Calificación de alumnos que no han superado el módulo:

Según la Orden 2222/2017 del 20 de Junio, aquellos alumnos que no han superado el módulo haciendo las medias de las notas trimestrales poseen la posibilidad de hacer una **prueba ordinaria** a principios del mes de Junio que incluye todos los contenidos dados durante el curso o sólo aquellos contenidos que no hayan sido superados durante el curso. La prueba se valorará con una puntuación del 1 al 10, siendo aprobada con una nota igual o superior a 5.

Aquellos alumnos que no superen esta prueba tienen la posibilidad de realizar una **prueba extraordinaria** a finales del mes de Junio que incluye, igual que en el caso anterior todos los contenidos dados durante el curso o sólo aquellos que no hayan sido superados en la prueba ordinaria. La prueba se valorará con una puntuación del 1 al 10, siendo aprobada con una nota igual o superior a 5.

10. CONTENIDOS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN MÍNIMOS EXIGIBLES

Contenidos mínimos:

UNIDAD DIDÁCTICA 1. Tipos de comunicación en una empresa de imagen personal.

- Etapas y elementos fundamentales del proceso de comunicación.
- Tipos de comunicación; oral, escrita y gestual.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. : Identificación de productos y servicios en empresas de imagen personal.

- El marketing.
- Marketing Mix.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. Merchandising.

- Conceptos básicos.
- Publicidad.
- Promoción.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. Determinación de las necesidades de los clientes.

- Fases en el proceso de atención al cliente.
- Tipos de clientes.
- La información y métodos de recogida.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. La venta

- Técnicas de venta.
- Tratamiento de quejas y reclamaciones.
- Características fundamentales del asesor de ventas.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. Cumplimiento de las normas de deontología profesional.

Criterios de evaluación mínimos:

- a) Se han Caracterizado y determinado los objetivos y los elementos básicos del marketing, marketing mix y merchandising en el ámbito de la imagen personal.
- b) Se ha establecido la argumentación y las fases en los procesos de venta y de atención al cliente, así como las pautas para la resolución de objeciones a la venta.
- c) Se han identificado los elementos básicos de la publicidad y la promoción.

I.E.S. LA ARBOLEDA

Departamento de Imagen Personal

Módulo: MARKETING Y VENTA EN IMAGEN PERSONAL

Fecha: 18/10/2018

- d) Se han analizado las distintas formas de recogida de información y realizar una ficha tipo para una empresa de imagen personal.
- e) Se han distinguido entre productos y servicios analizando las diferencias entre servucción y producción.

11. RECURSOS DIDÁCTICOS

- Se utilizarán los siguientes recursos:
 - Medios audiovisuales e informáticos: videos, diapositivas, transparencias, etc.
 - Libros, revistas profesionales, manuales, fichas técnicas, etc.
 - Aparatología disponible en el taller de estética hidrotermal, equipo personal, etc.