

# Programa de recuperación de módulo

## DINAMIZACION DEL PUNTO DE VENTA

### Curso 2020/21

Aquellos alumnos que cursen 2 de TAC y tengan pendiente el módulo de DPV de 1 de TAC serán evaluados de la siguiente manera, siguiendo las instrucciones aparecidas en la página 14 de la programación del módulo DPV 2020-21:

“Los alumnos con el módulo suspenso, después de la convocatoria extraordinaria, se examinarán de ese módulo a lo largo del curso siguiente (en las fechas que se establezcan). La materia a evaluar será la que se impartió en el curso anterior y la prueba versará sobre los contenidos mínimos exigibles.

La prueba incluirá un trabajo que puede constar de varias preguntas y/o de la elaboración de materiales de dinamización (40% de la nota final) y una prueba objetiva teórico-práctica (60% de la nota final). Para superar la prueba el alumno deberá alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5.

El documento-programa de recuperación de pendientes se entregará a los alumnos a la mayor brevedad posible una vez que comience el curso académico, preferiblemente entre septiembre y octubre.”

Las fechas de las pruebas objetivas están por determinar. La parte de trabajo es la siguiente.

#### **TRABAJO (40% DE LA NOTA FINAL)**

Estará compuesto por las siguientes seis tareas.

##### **Tarea 1:**

Maqueta de un escaparate. Utilizando una caja de cartón o similar, tenéis que realizar un escaparate. El tema es libre, pero tiene que tratarse de un escaparate para El Corte Inglés.

Además de la maqueta hay que realizar un informe conteniendo los siguientes aspectos:

- Qué tipo de producto/servicio estáis promocionando en el escaparate
- Describir al público objetivo, es decir, las características del consumidor/a al que se dirige el escaparate
- Enumerar todos los materiales que habéis utilizado
- Explicar qué tipo de escaparate es, de acuerdo a la clasificación que hemos visto en clase

### **Tarea 2:**

Clasificar el surtido de los siguientes establecimientos, decidiendo si el surtido es ancho o estrecho, profundo o no, amplio o no. Es necesario razonar las respuestas, es decir, explicar por qué es ancho, poco profundo, o lo que sea cada establecimiento:

- Puesto de melones en un mercado al aire libre
- Cafetería del IES Las Llamas
- Carrefour de Valle Real
- Tienda especializada en vinos
- Biblioteca municipal
- Media Markt

### **Tarea 3:**

a) Un hombre adquiere en un centro comercial unos productos: alimentos para su casa, una lámpara, un libro para regalar, un paquete de pañales para bebé y espuma de afeitar. Explica para cada uno de los cinco artículos si el comprador coincide con el consumidor. Justifica tu respuesta.

b) ¿Qué diferencia existe entre la compra por impulso y la compra modificada? Justifica tu respuesta.

c) Según las necesidades de Maslow, ¿qué necesidades responden al hecho de invitar a comer a tu jefe en el mejor restaurante de la ciudad? Justifica tu respuesta.

d) Crea una historia en la que aparezcan las 5 etapas del proceso de decisión de compra de un teléfono móvil.

### **Tarea 4:**

a) ¿Por qué es importante para las empresas conocer el comportamiento del consumidor?

b) ¿Qué diferencias hay entre el merchandising visual y el merchandising de gestión?

c) ¿Crees que la publicidad es un elemento para informar a los consumidores o para incitarles a comprar más? Razona la respuesta y pon algún ejemplo

d) ¿Los carteles en un punto de venta tienen que gustarle a todo el mundo? Razona la respuesta

### **Tarea 5:**

a) Realiza un cartel informativo, otro abaratador, otro con urgencia, otro de ahorro y otro en el que se combinen todos los anteriores para Cacao Covirán Soluble.

b) Lo pondrías en un stopper o lo pondrías en un móvil (colgando del techo)? Razona tu respuesta.

c) Elige entre crear un comercio de libre servicio o un comercio tradicional para los siguientes establecimientos: Justifica cada respuesta

- Carnicería
- Tienda de muebles
- Mercería
- Tienda de ropa
- Tienda de telefonía móvil
- Estanco

### **Tarea 6:**

a) Qué objetivos deben proponerse alcanzar los responsables de marketing de un establecimiento comercial a la hora de diseñar el recorrido de sus clientes?

b) ¿Qué disposición de mobiliario comercial es más adecuada para una tienda de antigüedades? ¿Y para un hipermercado? ¿Y para una tienda de ropa? Razona tus respuestas

c) Todas las zonas del escaparate no atraen por igual. ¿Qué zonas tienen mayor atracción?

d) ¿Cuáles son las funciones que realiza un escaparate?

e) ¿Qué criterios utilizarías para decidir si un escaparate es bueno o malo?

f) ¿Qué es mejor para que un escaparate funcione: presupuesto ilimitado para un escaparate, buena iluminación o poder colocar en el escaparate todos los productos que deseemos?

**PRUEBA OBJETIVA (60% DE LA NOTA FINAL)**

En fecha a determinar.