

PROGRAMA FORMATIVO

Comportamiento del consumidor y responsabilidad social del marketing en el comercio

DATOS GENERALES DE LA ESPECIALIDAD

1. **Familia Profesional:** Comercio y marketing

Área Profesional: Compraventa

2. **Denominación:** Comportamiento del consumidor y responsabilidad social del marketing en el comercio

3. **Código:** **COMT06**

4. **Nivel de cualificación:** 2

5. **Objetivo general:**

Identificar los factores que influyen en el comportamiento del consumidor en el comercio, resaltando su entorno social y cultural en el proceso de toma de decisión, así como la ética y responsabilidad social del marketing.

6. **Prescripción de los formadores:**

6.1. Titulación requerida:

- Licenciado, ingeniero, arquitecto o el título de grado correspondiente u otros títulos equivalentes.
- Diplomado, ingeniero técnico, arquitecto técnico o el título de grado correspondiente u otros títulos equivalentes.
- Técnico Superior de la familia profesional de Comercio y Marketing.
- Certificados de profesionalidad de nivel 3 del área de Compraventa de la familia profesional de Comercio y marketing.

6.2. Experiencia profesional requerida:

Un año de experiencia profesional en el ámbito comercial.

6.3. Competencia docente

Será necesario tener experiencia metodológica o experiencia docente.

6.4. Formación y experiencia en modalidad de teleformación.

Experiencia en la modalidad de teleformación y en la utilización de las tecnologías de la información y comunicación. El tutor-formador deberá acreditar formación de 30 horas en la utilización de las estas tecnologías y en la modalidad de teleformación, o experiencia de 60 horas en la impartición de cursos en esta modalidad y en la utilización de TICs.

7. **Criterios de acceso del alumnado:**

7.1. Nivel académico o de conocimientos generales:

- Título de Graduado en Educación Secundaria Obligatoria.
- Certificado de profesionalidad de nivel 1 de la familia profesional de Comercio y marketing.

8. **Número de participantes:**

Máximo de 25 participantes en modalidad presencial.

Se deberá disponer de al menos un tutor por cada 80 participantes en modalidad de teleformación.

9. Relación secuencial de módulos formativos:

- Módulo nº 1. Comportamiento del consumidor
- Módulo nº 2. Contexto social, cultural y personal del consumidor
- Módulo nº 3. Marketing responsable

10. Duración:

Horas totales: 50 horas

Distribución horas:

- Presencial: 50 horas
- Teleformación: 50 horas

11. Requisitos mínimos de espacios, instalaciones y equipamiento:

11.1. Espacio formativo:

- Aula polivalente de 30 m² para 15 alumnos y 50 m² para 25 alumnos.

Cada espacio estará equipado con mobiliario docente adecuado al número de alumnos y contará con las instalaciones y equipos de trabajo suficientes para el desarrollo del curso.

11.2. Equipamiento:

- Mesa y silla para el formador
- Mesa y sillas para el alumnado
- Material de aula
- Pizarra
- Pc instalado en red con posibilidad de impresión de documentos, cañón con proyección e Internet para el formador

Las instalaciones y equipamientos deberán cumplir con la normativa industrial e higiénico sanitaria correspondiente y responderán a medidas de accesibilidad universal y seguridad de los participantes.

En el caso de que la formación se dirija a personas con discapacidad se realizarán las adaptaciones y los ajustes razonables para asegurar su participación en condiciones de igualdad.

11.2.1 En el caso de formación en modalidad de Teleformación, se ha de incluir el siguiente equipamiento:

- Plataforma de teleformación

La plataforma de teleformación que se utilice para impartir acciones formativas deberá poseer capacidad suficiente para gestionar y garantizar la formación del alumnado, permitiendo la interactividad y el trabajo cooperativo y habrá de reunir los siguientes requisitos técnicos:

- Compatibilidad con los estándares SCORM e IMS.
- Rendimiento, entendido como número de alumnos que soporte la plataforma, velocidad de respuesta del servidor a los usuarios, y tiempo de carga de las páginas Web o de descarga de archivos, que permita:
 - Soportar un número de alumnos equivalente al número total de participantes en las acciones formativas que esté impartiendo el centro o entidad de formación, garantizando un hospedaje mínimo igual al total del alumnado de dichas acciones, considerando un número de usuarios concurrentes del 40% de ese alumnado.

- Disponer de la capacidad de transferencia necesaria para que no se produzca efecto retardo en la comunicación audiovisual en tiempo real, debiendo tener el servidor en el que se aloja la plataforma un ancho de banda mínimo de 100Mbps, suficiente en bajada y subida.
- Funcionamiento 24 horas al día, los 7 días de la semana.
- Compatibilidad tecnológica y posibilidades de integración con cualquier infraestructura informática o sistema operativo, base de datos, navegador de Internet de entre los más usuales o servidor web, debiendo ser posible utilizar las funciones de la plataforma con complementos (plug-in) y visualizadores compatibles. Si se requiriese la instalación adicional de algún soporte para funcionalidades avanzadas, la plataforma debe facilitar el acceso al mismo sin coste.
- Integración de herramientas y recursos necesarios para gestionar, administrar, organizar, diseñar, impartir y evaluar acciones formativas a través de Internet, disponiendo, específicamente, de las siguientes:
 - Herramientas que faciliten la colaboración y la comunicación entre todos los alumnos, tanto de carácter asíncrono (foros, tableros, correo, listas, etc.), como síncrono, (sistema de mensajería, chat, videoconferencia, etc.).
 - Herramientas de desarrollo, gestión e integración de contenidos.
 - Herramientas de seguimiento formativo, control del progreso del alumnado y evaluación del aprendizaje.
 - Herramientas de administración y gestión del alumnado y de la acción formativa.
- Disponer del desarrollo informático a través del cual el Servicio Público de Empleo de la administración competente, de manera automática, realice el seguimiento y control de las acciones formativas impartidas, conforme al modelo de datos y protocolo de transmisión establecidos en la página web de dicho organismo, a fin de auditar la actividad de los centros y entidades de formación y evaluar la calidad de las acciones formativas.
- Para poder realizar tal seguimiento, el Servicio Público de Empleo de la administración competente, con la periodicidad que determine, se conectará automáticamente con las plataformas de teleformación, por lo que las mismas deberán contar con los desarrollos informáticos que posibiliten tales acciones de seguimiento (protocolo de conexión SOAP).
- Sin perjuicio de lo anterior, y de cara al seguimiento puntual de las acciones formativas de certificado de profesionalidad que se impartan, será preceptivo proporcionar al Servicio Público de Empleo de la administración competente una dirección (con sus correspondientes credenciales) de acceso a la plataforma, con permiso de administrador, pero sin posibilidad de modificar datos.
- Niveles de accesibilidad e interactividad que como mínimo cumplan las prioridades 1 y 2 de la Norma UNE 139803:2012 o posteriores actualizaciones, según lo estipulado en el Capítulo III del Real Decreto 1494/2007, de 12 de noviembre.
- El servidor la plataforma de teleformación ha de cumplir con los requisitos establecidos en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal, por lo que el responsable de dicha plataforma ha de identificar la localización física del servidor y el cumplimiento de lo establecido sobre transferencias internacionales de datos en los artículos 33 y 34 de dicha Ley Orgánica y en el Título VI del Reglamento de desarrollo de la misma, aprobado por Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre.
- Incluir la imagen institucional del Servicio Público de Empleo de la administración competente y de las entidades que él designe, con las pautas de imagen corporativa que se establezcan.
- Disponibilidad de un servicio de atención a usuarios que proporcione soporte técnico y mantenga la infraestructura tecnológica y que, de forma estructurada y centralizada, atienda y resuelva las consultas e incidencias técnicas del alumnado. El servicio, que

deberá estar disponible para el alumnado desde el inicio hasta la finalización de la acción formativa, deberá mantener un horario de funcionamiento de mañana y de tarde, tendrá que ser accesible mediante teléfono y mensajería electrónica y no podrá superar un tiempo de demora en la respuesta superior a 2 días laborables.

- Material virtual de aprendizaje

El material virtual de aprendizaje para el alumnado se concretará en el curso completo en formato multimedia (que mantenga una estructura y funcionalidad homogénea), debiendo ajustarse al programa formativo que para esta especialidad conste en el fichero de especialidades formativas previsto en el artículo 20.3 del Real Decreto 395/2007, de 23 de marzo y cuyo contenido cumpla estos requisitos:

- Como mínimo, ser los establecidos en el correspondiente programa formativo que conste en el fichero de especialidades formativas previsto en el artículo 20.3 del Real Decreto 395/2007, de 23 de marzo.
- Estar referidos tanto a los conocimientos como a las destrezas prácticas y habilidades recogidas en los objetivos de aprendizaje del citado programa formativo, de manera que en su conjunto permitan conseguir los resultados de aprendizaje previstos.
- Organizarse a través de índices, mapas, tablas de contenido, esquemas, epígrafes o titulares de fácil discriminación y secuenciarse pedagógicamente de tal manera que permitan su comprensión y retención.
- No ser meramente informativos, promoviendo su aplicación práctica a través de actividades de aprendizaje (autoevaluables o valoradas por el tutor-formador) relevantes para la práctica profesional, que sirvan para verificar el progreso del aprendizaje del alumnado, hacer un seguimiento de sus dificultades de aprendizaje y prestarle el apoyo adecuado.
- No ser exclusivamente textuales, incluyendo variados recursos (necesarios y relevantes), tanto estáticos como interactivos (imágenes, gráficos, audio, video, animaciones, enlaces, simulaciones, artículos, foro, chat, etc.). de forma periódica.
- Poder ser ampliados o complementados mediante diferentes recursos adicionales a los que el alumnado pueda acceder y consultar a voluntad.
- Dar lugar a resúmenes o síntesis y a glosarios que identifiquen y definan los términos o vocablos básicos, relevantes o claves para la comprensión de los aprendizajes.
- Evaluar su adquisición durante o a la finalización de la acción formativa a través de actividades de evaluación (ejercicios, preguntas, trabajos, problemas, casos, pruebas, etc.), que permitan medir el rendimiento o desempeño del alumnado.

12. Ocupaciones de la clasificación de ocupaciones:

44111018 Empleados del área de atención al cliente
44241016 Teleoperadores
52201013 Dependientes de artículos de deporte, caza y pesca
52201046 Dependientes de artículos de regalo
52201057 Dependientes de calzado y artículos de piel
52201079 Dependientes de comercio, en general
52201091 Dependientes de electrodomésticos
52201143 Dependientes de grandes superficies
52201176 Dependientes de juguetería
52201213 Dependientes de muebles y artículos de decoración
52201240 Dependientes de peletería
52201251 Dependientes de perfumería y droguería
52201325 Dependientes de ropa de hogar
52201334 Dependientes de tejidos y prendas de vestir
54201013 Vendedores por teléfono
54911011 Vendedores a domicilio, en general

55001018 Cajeros de comercio
94331026 Repartidores a domicilio a pie o en vehículos no motorizado
97001010 Embaladores, Empaquetadores, Etiquetadores, a mano
98201011 Reponedores de hipermercado.

MÓDULOS FORMATIVOS

Módulo nº 1

Denominación: COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Objetivo: Identificar los factores que influyen en el comportamiento del consumidor individual en el comercio, así como entender la vinculación que la comunicación logra de los consumidores con el entorno que los rodea.

Duración: 25 horas

Contenidos teórico-prácticos:

- 1.- Motivaciones del consumidor
 - 1.1.- Deseos y necesidades
 - 1.2.- Intereses y preferencias
 - 1.3.- Pirámide de Maslow
- 2.- Personalidad y comportamiento del consumidor
 - 2.1.- Factores de personalidad
 - 2.2.- Tipología de consumidores según su personalidad/comportamiento
- 3.- Percepción y aprendizaje del consumidor
 - 3.1.- Influencia de la percepción del consumidor en la toma de decisiones
 - 3.2.- Aspectos sensoriales que influyen en la percepción
 - 3.3.- Referencia a la percepción de imagen de marca por parte del consumidor
- 4.- Formación y cambios de actitudes en el consumidor
 - 4.1.- Aprendizaje intencional y accidental
 - 4.2.- Papel del marketing en la percepción/comportamiento del consumidor
- 5.- Comunicación y comportamiento del consumidor
 - 5.1.- Herramientas de comunicación en el comercio

Módulo nº 2

Denominación: CONTEXTO SOCIAL, CULTURAL Y PERSONAL DEL CONSUMIDOR

Objetivo: Identificar los factores del entorno social, cultural y personal que afectan a las actitudes y al comportamiento del consumidor y comprender cómo permiten implementar acciones comerciales eficientes.

Duración: 15 horas

Contenidos teórico - prácticos:

- 1.- Factores culturales que influyen en la conducta del consumidor
 - 1.1.- Cultura y subculturas
 - 1.2.- Clase social
- 2.- Factores sociales que influyen en la conducta del consumidor
 - 2.1.- Grupos de referencia
 - 2.2.- Familia
 - 2.3.- Roles y status

- 3.- Factores personales que influyen en la conducta del consumidor
 - 3.1.- Edad, etapa y ciclo de vida
 - 3.2.- Ocupación, circunstancia económica y estilo de vida
- 4.- Desarrollo de estrategias comerciales eficientes

Módulo nº 3

Denominación: MARKETING RESPONSABLE

Objetivo: Analizar el concepto de marketing responsable y sus diferentes aspectos de influencia

Duración: 10 horas

Contenidos teórico - prácticos:

- 1.- ¿Qué es el marketing responsable?
- 2.- Aspectos de marketing responsable:
 - 2.1.- Más allá del “ánimo de lucro”
 - 2.2.- Medioambiente y sostenibilidad
 - 2.3.- Marketing social