



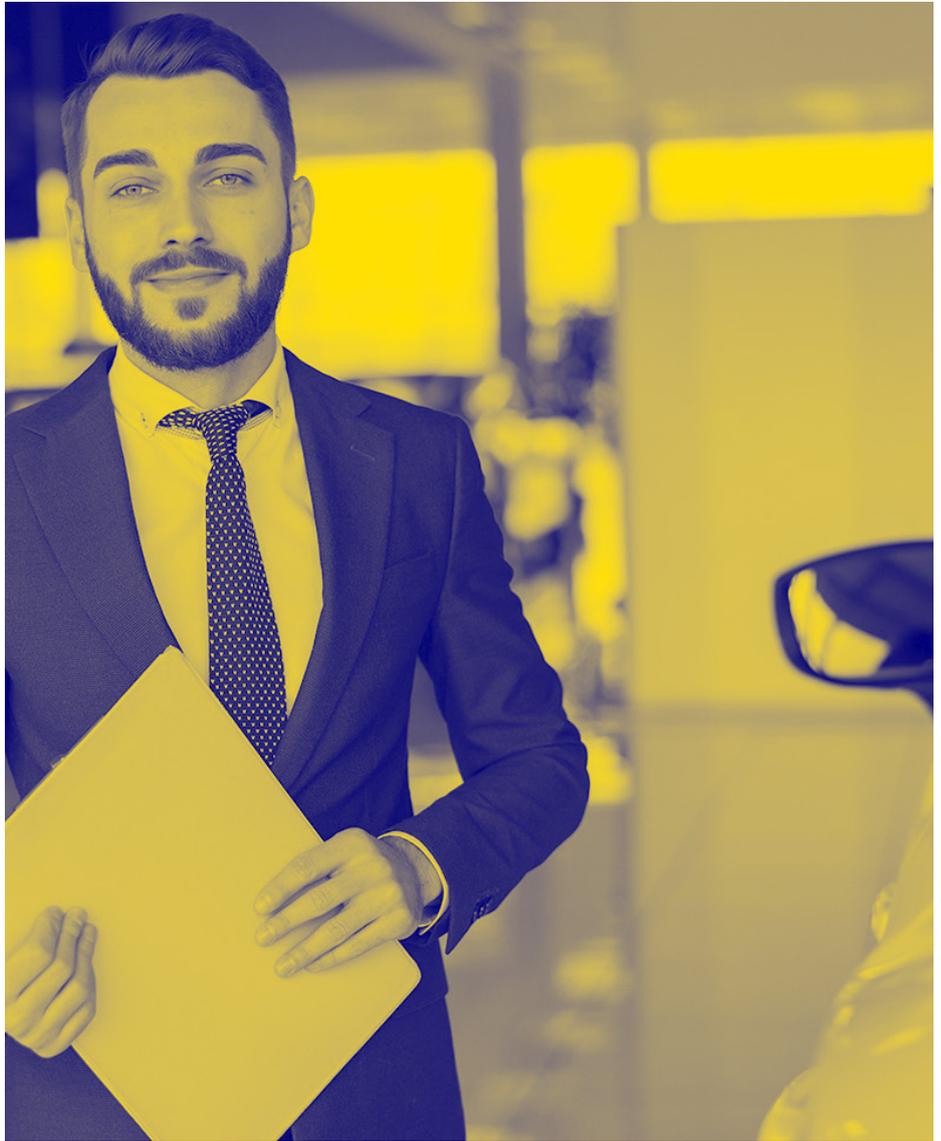
JESUITES
educació

Formación Profesional

en colaboración

UOC X

Xtended
Studies



#lanuevaFP

Ciclo formativo de
grado superior en

Gestión de Ventas y Espacios Comerciales

**FP dual con prácticas remuneradas
en concesionarios Volkswagen Group
España Distribución**

Te ofrecemos cursar este ciclo en formato dual en convenio con Volkswagen Group España Distribución, con el que podrás cursar una parte de las horas del ciclo en un concesionario de Volkswagen Group España Distribución

Ciclo formativo de grado superior Gestión de Ventas y Espacios Comerciales

En el ciclo formativo oficial de grado superior de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales aprenderás todo lo relacionado con la gestión de ventas y espacios comerciales y la **gestión en el punto de venta** (*store management*) por medio de metodologías y prácticas del sector del comercio, el marketing en línea y fuera de línea, la creatividad y el diseño.

Ahora te ofrecemos cursar este ciclo en formato dual en convenio con Volkswagen Group España Distribución (*). Podrás cursar una parte significativa de las horas del ciclo en un concesionario de Volkswagen Group España Distribución. Esta formación te servirá también para convalidar el bloque inicial de la formación interna de Volkswagen Group España Distribución. Las horas realizadas en el concesionario se remunerarán con una beca salario, cuyo importe variará según las horas de dedicación semanales.

(*). Actualmente disponible en Madrid, Cataluña y la Comunidad Valenciana.

2310 horas 	970 horas prácticas en Volkswagen Group España Distribución 	Formación por proyectos 	Formación en línea y flexible 	Idioma: castellano 
---	--	--	--	---

¿Qué vas a aprender?

Al finalizar tu ciclo formativo de grado superior de **Gestión de Ventas y Espacios Comerciales** con nosotros, sabrás:

- **Elaborar el plan de ventas** y gestionar la comercialización de productos y servicios, aplicando las técnicas de venta adecuadas al sector automoción.
- **Definir estrategias comerciales** y **gestionar la fuerza de las ventas**; obtener y procesar información de los agentes que intervienen, organizando y supervisando los medios técnicos y humanos.
- **Obtener, analizar y organizar información fiable de los mercados** aplicando técnicas estadísticas; establecer un sistema de información de marketing (SIM) eficaz, que sirva de apoyo a la elaboración de acciones de marketing.
- **Realizar y controlar el aprovisionamiento de materiales y mercancías en los planes de producción y de distribución**, asegurando la cantidad, la calidad, el lugar y los plazos para cumplir con los objetivos establecidos por la organización o los clientes.
- **Organizar el almacenaje de las mercancías** en las condiciones adecuadas y el aprovechamiento óptimo de los medios y espacios disponibles; gestionar las roturas de existencias.
- **Organizar y controlar la implantación de productos, servicios y acciones promocionales** en espacios comerciales; determinar el surtido y las líneas de actuación de campañas promocionales para lograr los objetivos comerciales.
- **Organizar y supervisar la implantación y el montaje de espacios comerciales y escaparates**; definir las especificaciones de diseño y materiales, a fin de transmitir la imagen de espacio comercial que atraiga a los clientes potenciales para conseguir los objetivos establecidos.



Idiomas

El **inglés es el idioma más demandado** y hoy en día es un requisito para casi cualquier puesto de trabajo. Es por eso que lo trabajamos en hasta 2 seminarios de 60 horas cada uno, y aprenderás inglés técnico aplicado a situaciones profesionales reales de forma transversal en todos los proyectos.

Puedes conseguir hasta un nivel B1.2. Si ya tienes un nivel First Certificate, te lo convalidamos. Consulta el programa de cada ciclo para saber más

Proyectos de Orientación Profesional (POP)

Los proyectos de orientación profesional responden a las **necesidades del mercado** actual sobre temáticas que no están contempladas, o solo lo están en parte, en tu plan de estudios. En el **ciclo dual** que has elegido, la orientación profesional está enfocada al conocimiento de las **características diferenciadoras del Volkswagen Group España Distribución**.

Habilidades Digitales (TIC)

El uso y la aplicación de las tecnologías de la información y el conocimiento (TIC) es una **competencia muy demandada actualmente en cualquier organización**.

La era digital nos ha cambiado la forma de trabajar, de estudiar, de relacionarnos en las redes sociales. Y por eso, además, te damos un **certificado medio (nivel II) de la Acreditación de Competencias en Tecnologías de la Información y la Comunicación (ACTIC)**.

Comunicación Efectiva

Para desarrollar tu creatividad y potenciar tus habilidades de búsqueda y gestión de la información.

Hoy en días es fundamental aplicar el pensamiento crítico y analítico, así como mejorar las capacidades de comprender, argumentar, exponer tus ideas y defender tus proyectos.

Nuestra metodología innovadora

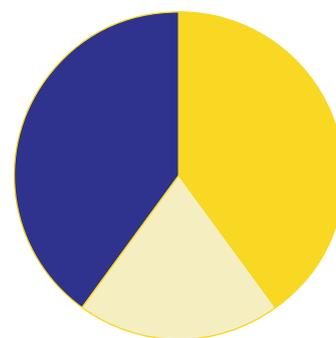
Los estudiantes trabajarán activamente por sí mismos mediante procesos de descubrimiento, en los que la función del profesor es básicamente de acompañante, dinamizador y mentor (guía), alejándose de la visión clásica del proceso de enseñanza.

Se apuesta, pues, por un tipo de aprendizaje conjunto con metodologías que impliquen la resolución de problemas, la participación en el desarrollo de proyectos, la creación conjunta de productos, la discusión y la indagación. La plataforma y las herramientas tecnológicas que aporta la UOC lo harán posible.

Trabajo por proyectos
40 % del grado.
1050 horas aprox.

Seminarios formativos
20 % del grado.
510 horas aprox.

Prácticas laborales
40 % del grado.
970 horas aprox.



Requisitos para la realización del grado

Para poder acceder al ciclo formativo de grado superior de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales de FP Jesuïtes UOC, deberás cumplir alguno de los siguientes requisitos:

- Tener el título de **bachillerato (LOGSE)**.
- Haber superado el segundo curso de cualquier modalidad de **bachillerato experimental**.
- Estar en posesión del título del **curso de orientación universitaria (COU)**.
- Haber aprobado la **prueba de acceso a grado superior específica** (se requiere tener al menos 19 años en el mismo año que se realiza la prueba o 18 años en caso de poseer el título de técnico).
- Tener algún otro **título de técnico o técnica superior o especialista, o alguna titulación universitaria equivalente** a efectos académicos.
- Haber aprobado la **prueba de acceso a la universidad (PAU)** para mayores de 25 años.
- Tener cualquier **titulación universitaria o equivalente**.

Perfil y salidas profesionales

Como estudiante del ciclo formativo de grado superior de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales tendrás la oportunidad de experimentar, mediante un proceso práctico, desde la concepción estratégica del modelo hasta la gestión de la experiencia del consumidor. Desarrollarás el plan de marketing al por menor (*retail*) y lo implantarás en el punto de venta, ya sea físico o virtual (*e-commerce*), trabajando la logística y las compras, las finanzas para minoristas (*retailers*), los procesos de gestión del punto de venta, los recursos humanos y, en definitiva, todas las áreas de la empresa que intervienen en la gestación del modelo.

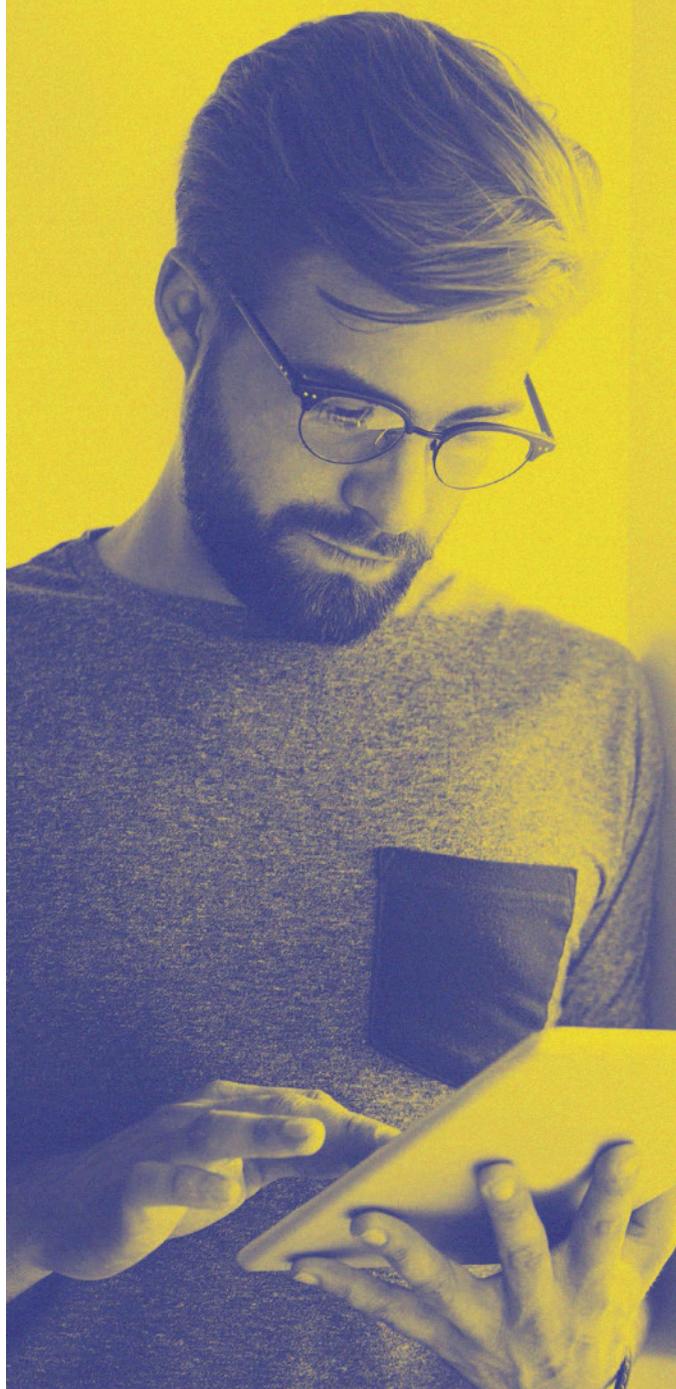
De qué podrás trabajar

- Comercial especialista en gestión de punto de venta
- Técnico/a comercial
- Agente, representante o coordinador/a comercial
- Especialista en implantación de espacios comerciales
- Encargado/a de tienda o de sección de un comercio
- Responsable de promociones de punto de venta
- Jefe/a de ventas / de zona
- Encargado/a de almacén
- Diseñador/a de espacios comerciales
- Escaparatista comercial
- Supervisor/a de telemarketing

Dónde podrás trabajar

- Asesor/a comercial en Volkswagen Group España Distribución.
- Asesor/a de servicio posventa en Volkswagen Group España Distribución.

#lanuevaFP



 Generalitat de Catalunya
Departament d'Ensenyament
Centro oficial nº 08009260

 **JESUÏTES El Clot**
Escola del Clot

 **JESUÏTES**
educació
Formación Profesional

en colaboración

 **UOC X**
Xtended
Studies



Gestión de Ventas y Espacios Comerciales Dual

Con la colaboración de Talentia
(Volkswagen Group España Distribución)

Ciclo formativo de grado superior

En colaboración con:

TALENTIA
VOLKSWAGEN GROUP ESPAÑA DISTRIBUCIÓN



ŠKODA



Vehículos
Comerciales

Seminarios y proyectos



 **JESUÏTES**
educació
Formación Profesional

en colaboración



Proyectos

Competencias digitales en la FP

Proyecto 0

 120 horas

Objetivos:

- Buscar y seleccionar la información en la red.
- Tratar y elaborar la información digital.
- Presentar y difundir la información digital.
- Adquirir nociones de tecnología digital.
- Planificar el estudio y el trabajo en un entorno virtual.
- Elaborar estrategias de comunicación en la red.
- Trabajo en equipo en red y tener actitud digital.

Descripción: Este proyecto sienta la base de conocimientos y competencias TIC a nivel académico y profesional. También te ofrece una visión general de los diferentes ámbitos profesionales de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

La realización de un proyecto digital en grupo te permitirá trabajar de manera integrada competencias específicas en TIC que irás profundizando en otros proyectos y seminarios a lo largo de tu ciclo formativo. La metodología es fundamentalmente activa y se basa en el trabajo por proyectos en red. Mediante la realización de un proyecto digital en grupo, sobre un tema vinculado con el ámbito de vuestro ciclo formativo, se pretende trabajar de manera integrada un conjunto de competencias específicas en TIC que iréis profundizando en otros proyectos y seminarios a lo largo de vuestro ciclo formativo.

Radiografía los turistas extranjeros que visitan tu ciudad

Proyecto 1

🕒 90 horas

Objetivos:

- Poner en práctica unos conocimientos teóricos en materia de investigación comercial, realizando un estudio actualizado del turismo internacional de una ciudad.

Descripción: El turismo es un sector estratégico en tu ciudad. Año tras año un mayor número de turistas extranjeros visitan la ciudad, atraídos por los numerosos atractivos que ésta ofrece, aumentando así su contribución en la economía de la ciudad.

El ayuntamiento ha decidido dinamizar el turismo en un mayor conocimiento del turista internacional.

La empresa de investigación de mercados Research&Success, en la que trabajas, ha ganado el concurso para llevar a cabo un estudio de investigación que se centre en cartografiar los hábitos de compra de los turistas internacionales con la finalidad de gestionar y organizar la oferta comercial de la ciudad de acuerdo con la realidad de este sector y su peso en la economía local. Un estudio ambicioso que cubre una multitud de cuestiones entorno la investigación y el marketing: implica reflexionar sobre los distintos elementos del entorno de la ciudad y sobre los agentes que lo conforman. Será necesario radiografiar los turistas internacionales: analizar su perfil, motivaciones y su conducta de compra. Y también analizar información relevante sobre el turismo internacional en la ciudad y crear instrumentos que permitan recabar información de primera mano, analizarla, interpretarla y presentarla al ayuntamiento para su articulación en la realidad.

La dirección de la empresa ha formado un equipo multidisciplinario y os ha asignado al proyecto.

Escaparatismo de la nueva temporada de una tienda de moda

Proyecto 2

🕒 90 horas

Objetivos:

- Diseñar la nueva temporada de escaparatismo de una tienda de deportes.
- Analizar previamente el establecimiento, estudiar el producto, aprender de la competencia y decidir la comunicación que se quiere llevar a cabo.

Descripción: Con este proyecto se aprende a diseñar, producir e implementar el escaparatismo para una nueva temporada en una tienda de retail del sector de la moda. Se elegirá el punto de venta concreto de una localidad para desarrollar el establecimiento ideal. Se presentan dos momentos diferenciados; por una parte, un trabajo descriptivo con el planteamiento previo y los objetivos y, por otra, se llevará a cabo la producción y ejecución de la acción, la organización del espacio comercial y de los escaparates.

Category Manager: lineal de producto de gran consumo superficie comercial

Proyecto 3

 60 horas

Objetivos:

- Determinar la dimensión del surtido de productos, definiendo el posicionamiento estratégico para conseguir una gestión óptima del establecimiento.
- Determinar el procedimiento de implantación del surtido de productos en los lineales según criterios comerciales, optimizando las operaciones de mantenimiento y reposición.
- Determinar las condiciones de negociación del aprovisionamiento, aplicando técnicas de comunicación y negociación con proveedores.
- Entender el concepto de proceso de compra y aplicar conceptos adquiridos con el objetivo de mejorarlo.
- Calcular la rentabilidad de la implantación del surtido por metro cuadrado.

Descripción: Este proyecto trabaja el proceso colaborativo entre fabricantes y detallistas que tiene como propósito gestionar las categorías de productos en el punto de venta para maximizar el rendimiento del lineal y la satisfacción del comprador.

El objetivo del proyecto es, desde la perspectiva del fabricante, diseñar y presentar al detallista una propuesta para una categoría de productos en una superficie de ventas. Esta propuesta se elaborará a partir del análisis del mercado y la información obtenida de distintos departamentos de la empresa fabricante: marketing, ventas y logística.

El proyecto requiere también el desarrollo de acciones de comunicación que apoyen la implementación de la gama de productos de la empresa fabricante. El éxito de la presentación del proyecto se medirá por la capacidad de entender y satisfacer los objetivos del detallista y fabricante, buscando el mutuo beneficio y la mejora de la experiencia de compra.

Organización del área comercial y ventas de una empresa

Proyecto 4

 60 horas

Objetivos:

- Gestionar promociones en el punto de venta.
- Planificar y controlar los equipos de venta.
- Coordinar los equipos de venta.

Descripción: En este proyecto aprendemos a organizar el área comercial y de ventas de una empresa, partiendo del diseño y ejecución de un Assessment Center de reclutamiento y formación del personal, hasta la política de remuneración e incentivos del equipo. Realizando también el diseño del argumentario, las solicitudes de producto, la gestión de la venta o los procesos de gestión de incidencia.

Organización de una campaña de rebajas

Proyecto 5

🕒 90 horas

Objetivos:

- Aprender a gestionar la oferta de producto, las promociones y la comunicación de las mismas.
- Planificar el personal necesario, los turnos y los horarios de los mismos y el stock.

Descripción: Este proyecto trabaja para organizar la campaña de rebajas de una tienda. Incluye determinar el surtido de producto que se pone a la venta y su ubicación dentro de la tienda, así como la gestión del almacén. También implica tareas relacionadas con la gestión de recursos humanos: organizar los turnos de trabajo, las comisiones e incentivos por ventas.

Organizar el departamento internacional de atención al cliente

Proyecto 6

🕒 90 horas

Objetivos:

- Conocer y comprender la función del servicio al cliente.
- Aplicar los principios reconocidos de servicio al cliente en situaciones realistas.
- Comprender los comportamientos personales que mejoran la prestación de servicios.
- Conocer y aplicar los principios de comunicación efectiva en un contexto de servicio al cliente.
- Manejar de forma efectiva las quejas y problemas de los clientes.

Descripción: Disponer de un excelente servicio de atención al cliente es esencial para la viabilidad de un negocio a largo plazo. Este proyecto define el diseño de un servicio de atención al cliente: presenta los elementos fundamentales de un buen servicio al cliente y explica cómo se pueden aplicar a cualquier organización. Se define como una empresa puede desarrollar su programa de servicio al cliente al más alto nivel y se centra en la organización del departamento internacional de atención al cliente, identificando las posibles incidencias, diseñando los procesos y estableciendo los canales y los argumentarios correspondientes. Todo ello implica un alto conocimiento de la organización, así como el dominio de las herramientas de gestión de bases de datos relacionales (CRM) para poder crear la documentación y los argumentarios para cada una de las posibles incidencias, aspectos que se trabajan a lo largo del proyecto.

Diseñar y ejecutar una pop up store (tienda efímera)

Proyecto 7

🕒 90 horas

Objetivos:

- Asimilar los conceptos básicos del *merchandising*.
- Crear un producto de comunicación efímera en un canal no habitual.
- Gestionar los procesos de suministros, almacén y logística inversa.

Descripción: En este proyecto diseñarás y ejecutarás un proyecto de *PopUp store* (tienda efímera) como parte de una campaña de lanzamiento de una nueva línea de productos. Para realizar el proyecto deberás definir la propuesta, la gestión de los proveedores, la organización de la tienda y la gestión de almacén. Dado que se trata de una acción comercial y de *marketing*, también deberás tener en cuenta la organización de los actos de promoción y publicidad.

Realizar una campaña de trade marketing

Proyecto 8

🕒 90 horas

Objetivos:

- Comprender las principales dinámicas del Trade Marketing, así como los resortes que permiten dinamizar las ventas en el canal.
- Conocer el mercado específico determinado en el proyecto

Descripción: Este proyecto propone realizar una campaña de Trade marketing en una cadena de grandes superficies. Incluye el estudio de mercado y del comportamiento de consumidor, la planificación económica de la campaña, la negociación con proveedores y canal de distribución, y el diseño de la campaña propiamente dicha.

Diseño y realización de una tienda virtual

Proyecto 9

🕒 90 horas

Objetivos:

- Familiarizarse con los proyectos de emprendimiento.
- Saber crear un posicionamiento y una estrategia para un producto.
- Saber crear y configurar una tienda virtual con un CMS o software de e-commerce.
- Aprender a organizar la atención al cliente.
- Crear un modelo operativo.

Descripción: Este proyecto te permite trabajar en el diseño y realización de una tienda virtual con todo lo que conlleva: creación de una página web a través de un CMS (ex. Wordpress), la instalación de un módulo de comercio electrónico y la creación de un inventario de productos, categorías y atributos. Incluye también la definición de los protocolos de facturación, de cobro y envío.

Realizar el Community Management de una marca

Proyecto 10

 90 horas

Objetivos:

- Definir el día a día del Community Manager.
- Gestionar las herramientas de monitorización para la escucha activa de la reputación online.
- Planificar la comunicación en redes sociales y la analítica en Medios Sociales, definiendo los objetivos, Métricas y KPIs.
- El resultado será un plan de comunicación en redes sociales e informes de medios sociales y reputación online.

Descripción: En este proyecto deberéis gestionar la reputación online de una empresa y planificar la comunicación a través de redes sociales. Para ello, planificaréis y desarrollaréis acciones de marketing digital, gestionando páginas web y sistemas de comunicación a través de Internet, para lograr los objetivos de marketing y de la política de comercio electrónico de la empresa. Podréis hacer un uso racional de las TIC para trabajar y estudiar en la sociedad de la información, favoreciendo una metodología de trabajo en red.

Seminarios

Estrategias de marketing

Seminario 1

 60 horas

Objetivos:

- Trabajar estrategias de marketing para su implementación.
- Conocer en profundidad las cuatro P's del marketing (product, price, promotion, place).

Descripción: El marketing se desarrolla en un entorno económico y social y actúa sobre comportamientos de los consumidores, por ello requiere el análisis de las variables económicas y sociales que condicionan los procesos comerciales y, a la vez, el conocimiento de los factores de decisión del público al que dirige sus acciones.

En las acciones de marketing disponemos de cuatro factores para incidir en las decisiones de los consumidores potenciales que trabajaremos en este seminario: el producto, el precio, la comunicación y la distribución, es lo que tradicionalmente se ha denominado las cuatro P's del marketing (product, price, promotion, place).

Estadística y técnicas de investigación comercial

Seminario 2

 60 horas

Objetivos:

- Entender cómo las técnicas de investigación comercial y la estadística ayudan a hacer previsiones realistas sobre las probabilidades de éxito de nuestros proyectos.

Descripción: En este seminario trabajarás los conceptos básicos de la investigación comercial. Mediante cuatro actividades, te familiarizarás con el contexto de las investigaciones y los diferentes tipos. En el trabajo final, trabajarán un aspecto de la investigación comercial de forma más profunda: el análisis de resultados y la extracción de conclusiones.

Contabilidad

Seminario 3

 60 horas

Objetivos:

- Reconocer y saber confeccionar los documentos comerciales asociados a una operación de compraventa.
- Reconocer las obligaciones fiscales y tributarias en materia de facturación.
- Tener conocimientos de cómo se elabora la contabilidad y como se extrae la información para obtener las cuentas anuales de una empresa.

Descripción: En este seminario, se pretende que a través de un caso práctico adquieras los suficientes conocimientos para poder realizar asientos sencillos y obtener la información contable para la presentación de las cuentas anuales. Además también tendrás conocimientos de cómo es el circuito administrativo de las operaciones de compraventa y toda la documentación que se genera, siguiendo con rigor la normativa en materia de facturación.

Introducción a las bases de datos

Seminario 4

🕒 30 horas

Objetivos:

- Crear una base de datos para una empresa.
- Ser capaz de gestionar la información y realización de consultas e informes.
- Aprender para qué sirve un CRM (Customer Relationship Management).

Descripción: El seminario de CRM con la herramienta Microsoft Acces ofrece una visión de qué es una base de datos y qué utilidades nos puede ofrecer. Trabajarás desde la organización, análisis y representación de las relaciones en una empresa para conseguir realizar consultas e informes que nos ofrecerán una información crucial para poder realizar un modelo de gestión y coordinación de una empresa y ser capaces de asignar tareas y funciones para cada puesto, y avanzarnos a las inquietudes de los clientes. También descubrirás las ventajas de los CRM, qué es la gestión y/o administración de las relaciones con el cliente, orientados a fortalecer y aumentar la cuenta de resultados y de prolongar la vida y fidelización de los clientes, con el objetivo de aumentar el éxito de la empresa.

Prevención en riesgos laborales

Seminario 5

🕒 30 horas

Objetivos:

- Conocer los principios básicos de prevención de riesgos laborales.
- Identificar los riesgos más relevantes vinculados a los perfiles profesionales del entorno laboral.

Descripción: Centrado en la cultura preventiva en todas las fases de la actividad profesional, este seminario te familiarizará con la gestión de prevención de riesgos laborales (PRL) propios de los lugares de trabajo vinculados a los perfiles profesionales del entorno profesional. Te permitirá conocer la normativa y/o legislación más relevantes a nivel de PRL. Podrás identificar los factores de riesgos específicos y conocerás las medidas preventivas para reducirlos y/o mitigarlos para evitar potenciales accidentes o enfermedades que pudieran afectar a la salud.

Relaciones laborales

Seminario 6

🕒 30 horas

Objetivos:

- Adquirir los conocimientos necesarios para definir planes de formación, perfeccionamiento y reciclaje de equipos comerciales.

Descripción: El seminario es una introducción que da respuesta al reto de organizar y coordinar los equipos comerciales, desde la planificación de los planes de formación de la fuerza de ventas, cumpliendo con los objetivos y requerimientos establecidos en cada caso.

Escaparatismo y visual merchandising

Seminario 7

🕒 60 horas

Objetivos:

- Entender las posibilidades que ofrece un escaparate como referencia visual en el que el producto entra en diálogo con el consumidor.
- Adquirir conocimientos para desarrollar proyectos creativos orientados a optimizar las ventas.
- Analizar el diseño del interior del establecimiento y la información que un merchandising debe implementar para promocionar e informar de los productos que se ofrecen.

Descripción: Este seminario pretende que reflexiones sobre la función del comercio como actividad inherente al ser humano y sobre cómo su evolución ha sido siempre paralela a los cambios producidos en el entorno.

Analizarás el espacio comercial sujeto a las transformaciones y a la evolución social. Verás que este espacio se adapta a las nuevas necesidades de fabricantes y compradores, porque es en él donde se encuentran producto y comprador. Nos centraremos en el estudio de las partes que componen el establecimiento comercial, tanto internas como externas que son la base para dinamizar el espacio, influir en los objetivos comerciales deseados, generar la imagen propuesta por la empresa y repercutir de forma directa en la preferencia del público a la hora de elegir un establecimiento.

Practicaremos las técnicas de análisis de las estrategias actuales para:

- Diseñar el escaparate, uno de los elementos de atracción del cliente.
- Identificar las diferentes zonas del punto de venta.
- Gestionar las referencias del portafolio del detallista.
- Un mini proyecto servirá para poner en práctica los contenidos aprendidos.

Herramientas para la incorporación al trabajo

Seminario 8

🕒 60 horas

Objetivos:

- Obtener herramientas que faciliten la incorporación laboral y el desarrollo profesional.
- Conocer los derechos y obligaciones derivados de la relación laboral para poder ejercerlos con responsabilidad y ser ciudadano del siglo XXI.

Descripción: En este seminario conocerás las nociones básicas de derecho laboral relacionadas con los derechos y obligaciones contractuales del trabajador. Para ello, compararemos las diferentes fuentes normativas con la realidad contractual. Trabajaremos con estrategias de inserción laboral pensadas tanto para los que buscan su primer empleo como para los que desean un cambio de objetivo profesional. Por último, incidiremos en una habilidad básica para mantenerse o promocionarse en una empresa: el trabajo en equipo. Se destacará la importancia del trabajo en equipo, sus ventajas e inconvenientes y estrategias de solución de conflictos.

Inglés B1.1

🕒 60 horas

Objetivos:

- Comunicarse en inglés sobre temas generales utilizando un vocabulario básico.
- Mantener una conversación sencilla y debatir sobre temas conocidos.
- Producir textos escritos inteligibles con una corrección razonable.
- Comprender y utilizar una variedad amplia de lenguaje sencillo para comunicarse adecuadamente.
- Alcanzar un nivel general de competencia en inglés que se aproxime al nivel B1 del Marco común europeo de referencia para las lenguas (MCER).

Descripción: Este seminario es la primera parte del nivel B1 del Marco común europeo de referencia para las lenguas (MCER). El seminario se centra en las destrezas comunicativas efectivas en inglés y utiliza una metodología basada en tareas individuales o por parejas. Para las actividades en pareja, deberás disponer de tiempo para coordinarte con otros estudiantes y para realizar actividades en tiempo real. Este seminario solo puede superarse con la evaluación continua, lo que implica un ritmo de trabajo constante y regular.

Inglés B1.2

🕒 60 horas

Objetivos:

- Comunicarse en inglés sobre temas generales utilizando un vocabulario básico.
- Mantener una conversación sencilla y debatir sobre temas conocidos.
- Producir textos escritos inteligibles con una corrección razonable.
- Comprender y utilizar una variedad amplia de lenguaje sencillo para comunicarse adecuadamente.
- Alcanzar un nivel general de competencia en inglés que se aproxime al nivel B1 del Marco común europeo de referencia para las lenguas (MCER).

Descripción: El seminario Inglés B1.2 es la segunda parte del nivel B1 del Marco común europeo de referencia para las lenguas (MCER). Al finalizar el seminario habrás adquirido habilidades para comunicarte sobre temas generales utilizando un vocabulario básico. Podrás mantener una conversación sencilla, debatir sobre temas conocidos y producir textos escritos inteligibles con una corrección razonable. También tendrás una variedad amplia de lenguaje sencillo con el que comunicarte adecuadamente.

Para las actividades en grupo, deberás disponer de tiempo para coordinarte con otros estudiantes y para realizar actividades en tiempo real. Este seminario solo puede superarse con la evaluación continua, lo que implica un ritmo de trabajo constante y regular.

Deberás superar el seminario Inglés B1.1 para poder llevar a cabo este seminario.

Proyectos de Orientación Profesional (POP)

Los proyectos de orientación profesional responden a las necesidades del mercado actual sobre temáticas que no están contempladas, o solo lo están en parte, en tu plan de estudios. En el ciclo dual que has elegido, la orientación profesional está enfocada al conocimiento de las características diferenciadoras del Volkswagen Group España Distribución.

El negocio del automóvil en Volkswagen Group España Distribución: más allá de la venta

 90 horas

Objetivos:

- Conocer la identidad corporativa del Volkswagen Group España Distribución, profundizando en la historia y los valores de las marcas del grupo.
- Asimilar las principales características del perfil profesional de asesor comercial y posventa.
- Conocer los procesos y las herramientas propios del grupo.

Descripción: El Volkswagen Group España Distribución es uno de los principales fabricantes mundiales del sector del automóvil y un referente en la innovación de la automoción. Con el objetivo de adquirir las habilidades necesarias para convertirte en asesor comercial y asesor de servicio posventa del grupo, tendrás la oportunidad de conocer en profundidad la filosofía, los procedimientos y las herramientas de Volkswagen Group España Distribución.

Familiarizarte con la historia y los valores de marca será el primer paso para poder ser un profesional de la gestión comercial en el concesionario o servicio oficial de Volkswagen Group España Distribución. Este conocimiento te ayudará a entender las responsabilidades y funciones de los roles de asesor comercial y de asesor de servicio posventa y poner en práctica sus competencias.

Una vez te hayas familiarizado con el entorno del grupo, te resultará más fácil entender los procesos de venta de vehículos nuevos y de ocasión y las herramientas para gestionar el servicio de mantenimiento y reparación de vehículos.

También trabajarás las claves de éxito de la comunicación, que te permitirá gestionar la información precisa en cada momento y tratar las quejas y reclamaciones, entre otros aspectos. Además, entrarás en contacto con la plataforma en línea de formación y comunicación de Volkswagen Group España Distribución.



FCT Formación Centro de Trabajo (Formación Dual)

El ciclo que has escogido se cursa en formato Dual, lo que significa que una parte muy significativa de las actividades formativas del ciclo tiene lugar el centro de trabajo, en vez de en el aula. Concretamente, realizarás un total de 970 horas de formación en la empresa, repartidas de la siguiente forma:

- 350 horas correspondientes al módulo Formación en Centros de Trabajo
- 620 horas curriculares

La formación en centros de trabajo (FCT) debe entenderse como prácticas formativas no laborales en centros de trabajo que llevan a cabo los estudiantes de formación profesional mediante un convenio de colaboración que suscribe el centro docente con la empresa.

La FCT está orientada a completar el conocimiento y las competencias que hayas adquirido en el ámbito académico y darte a conocer la realidad del mundo productivo para que puedas enfocar tu futuro profesional y mejorar tus posibilidades de inserción o de tu puesto de trabajo actual.
