



MÓDULO TRONCAL

SANIDAD

DISPOSICIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS



INTRODUCCIÓN

Como en todo negocio, el merchandising es esencial a la hora de ofrecer un producto. En el ámbito farmacéutico cuando hablamos de este concepto, nos referimos al conjunto de cada una de las técnicas comerciales puestas en práctica entre fabricantes y distribuidores, con la finalidad de aumentar la rentabilidad del punto de venta y la rotación de los productos a través de una presentación apropiada.

Cada vez son más las farmacias que, intentan cautivar a su clientela a través del medicamento, intentando hacer que no sea meramente un lugar de dispensación, sino, que el punto de venta recobre un mayor dinamismo a través de su aspecto, decoración, el personal que atiende...

Con el merchandising se ve esencial conciliar los intereses de:

- El propio consumidor, pudiendo escoger el producto, conociendo la disponibilidad, la información del producto...
- El interés del farmacéutico, dando servicio, teniendo conocimiento sobre el producto, atendiendo correctamente al paciente y cliente...
- El interés del proveedor, ya que cada vez son más las farmacia que incorporan productos de parafarmacia.

Finalmente no hay que olvidar que toda farmacia, no deja de ser un establecimiento de venta comercial, por eso es de gran importancia tener una buena gestión de ventas, marketing, así como, conocer todo lo relacionado con el proceso de venta.





OBJETIVOS

- Aplicar técnicas de atención a usuarios describiendo y aplicando procedimientos y protocolos de comunicación.
- Llevar a cabo actividades de venta de productos parafarmacéuticos describiendo y aplicando las fases de un proceso de venta.
- Desarrollar y mejorar las habilidades sociales o personales, a la hora de gestionar una reclamación o queja por parte del cliente.
- Mejorar técnicas de comunicación de cara a, la atención al cliente.
- Conocer técnicas, procedimiento y protocolos de comunicación.
- Saber gestionar reclamaciones, reconociendo y aplicando criterios y procedimientos de actuación.
- Identificar los distintos procesos de venta así como sus fases.
- Estudiar conceptos de venta tales como, el concepto de merchandising.
- Saber organizar cada uno de los productos de parafarmacia en el punto de venta, aplicando así técnicas de merchandising.





TEMAS

TEMA 1

Las personas usuarias

TEMA 2

La comunicación

TEMA 3

Estrategias de comunicación

TEMA 4

Principios de marketing

TEMA 5

La política de promoción

TEMA 6

El merchandising

TEMA 7

El proceso de venta

Los contenidos que se desarrollan en esta formación profesional, parten de las competencias que debe tener el profesional en su desarrollo profesional.

Estos, deben proporcionarle al alumnado los conocimientos teóricos y procedimentales, relacionados con la cualificación profesional correspondiente.

Cada uno de los conceptos deben trabajarse para fomentar que el alumnado afiance los conocimientos de una manera sólida.



METODOLOGÍA

Esta asignatura de disposición y venta de productos, consta de cada uno de los temas anteriormente mencionados.

En el desarrollo de estos, podrás encontrar:

- **Contenido del tema**, donde tendrás que realizar el estudio, lectura y comprensión correspondiente.
- **Resumen**, el cual te servirá para hacer un repaso de lo desarrollado en el tema.
- **Actividades**, sirviéndote para afianzar los diferentes conceptos que vayas conociendo. En cada tema tendrás a tu disposición un conjunto de preguntas de desarrollo, donde podrás poner en práctica lo aprendido
- **Solucionario**. Una vez completadas las actividades de cada tema, tendrás a tu disposición el solucionario de estas, con la finalidad de que compruebes dichas soluciones por tí mismo/a y ver así donde has fallado y deberías mejorar.

- **Test.** Una batería de preguntas tipo test, donde podrás auto evaluarte y comprobar tu progreso.
- **Para practicar.** En este apartado encontrarás una evaluación global de la asignatura que podrás repetir todas las veces que lo desees.

