

Promocionar una franquicia española

LAURA PÉREZ SANCHIS
Educando Consultoría
lauraperez@educa-ando.es

Resumen: Experiencia práctica dirigida a alumnos de niveles B1-B2 en la materia Español para los Negocios en la Universitat de València con una duración de 3 horas. El principal objetivo es que los alumnos aprendan a promocionar una franquicia española y repasar contenidos funcionales, gramaticales y culturales. Además, llevar al aula *realias* como material aplicable, el aprendizaje cooperativo y las diferentes agrupaciones formales e informales dependiendo de los roles asignados, el aprendizaje basado en proyectos (ABP) de la promoción de la franquicia, el desarrollo de las Inteligencias Múltiples y diferentes tipos de evaluación: autoevaluación, coevaluación y heteroevaluación.

Palabras clave: Español para los negocios, ABP, Inteligencias Múltiples, Aprendizaje Cooperativo, Evaluación.

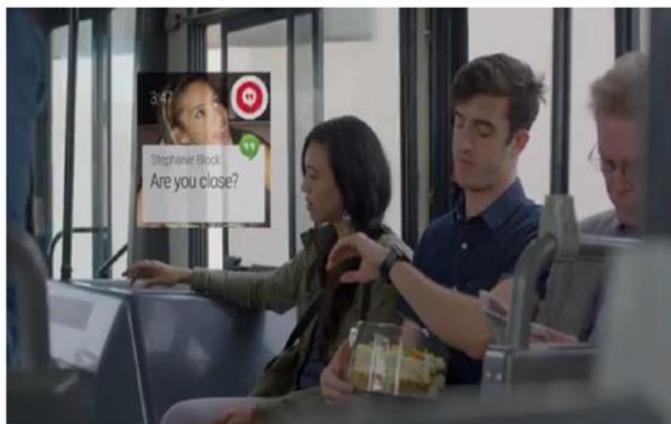
To promote a Spanish franchise

Abstract: Practical experience aimed at students from levels B1-B2 in the field of Spanish for Business at the University of Valencia for a period of 3 hours. The main goal is that students learn to promote a Spanish franchise and review functional, grammatical and cultural contents. Moreover, take into the classroom *realias* as applicable materials, cooperative learning and the different associations formal and informal depending on the roles assigned, project based learning (PBL) for the promotion of the franchise, the development of Multiple Intelligences and different types of evaluation: self-assessment, teacher evaluation and peer assessment.

Key words: Spanish for Business, PBL, Multiple Intelligences, Cooperative learning, Evaluation.

Actividad 1:

Vais a montar una franquicia en España para comercializar un producto innovador. ¿Qué es *Android Wear*¹?



La tarea final es promocionar, desde vuestra franquicia que se dedica a la última tecnología, dos soportes publicitarios, a dos públicos diferentes.

Para ello, vamos a integrar los contenidos y las habilidades aprendidas a lo largo de este tema:

CONTENIDOS			
Funcionales	Promocionar una franquicia.		
Gramaticales	Imperativo formal e informal, el adjetivo con valor enfático, condicional simple, futuro perfecto, pretérito imperfecto de subjuntivo, estilo indirecto, nexos y conectores condicionales.		
Vocabulario	Los negocios, el márketing, la publicidad, los medios de transporte.		
Culturales	El funcionamiento de las franquicias españolas.		
Adecuación al registro	Re/conocimiento de registros	Identificación y producción de situaciones comunicativas distintas	Identificación y producción de géneros discursivos distintos
	Act. 1	Act. 1	Act. 1
	Act. 5	Act. 5	Act. 5
	Act. 6	Act. 6	Act. 6

Actividad 2:

Aquí tenéis el vídeo promocional que ha editado GoogleMobile. Prestad atención y completad las preguntas.²

¹ Imagen extraída de GOOGLEMObILE. “Android Wear: Information that moves with you”. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=OrqZl2QIz0c> [Consulta: 1 abril 2014].

¿Qué producto queremos vender?	
¿Para qué sirve el producto?	
¿Dónde pudieron ver el producto las personas que salen en el anuncio?	
¿Qué relación tiene el eslogan con el producto?	
¿Qué relación hay entre el producto, el diseño y el cliente (desing thinking)?	

Actividad 3:

Estructura de la franquicia sobre tecnología. Haced grupos de tres personas, una vez que los tengáis asignad estos roles:

1. Economista
2. Comercial
3. Administrativo

Dependiendo del puesto asignado tendréis que hacer unas tareas u otras.

Actividad 4A- ECONOMISTA:

Tu tarea es estudiar la relación entre el producto y el precio. También vas a estudiar los cambios y el coste del producto después de seis años. Sus posibles cambios en el diseño, en sus servicios, en sus complementos y en sus compradores.

4A-Tarea 1: Evalúa la relación precio/producto.

² GOOGLEMObILE. "Android Wear: Information that moves with you". Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=OrqZl2QIz0c> [Consulta :1 abril 2014].

PRODUCTO	IMAGEN	PRECIO
Apple ipad air 16 GB plata		470,40 euros
Oppo find 5 mini		375 euros
Samsung galaxy s5		665 euros
Pulseras fitbit flex (3 unidades)		25,99 euros
Pulsera Viceroy fashion		25 euros
Pulsera Viceroy (chapado Dorado)		99 euros

4A-Tarea 2:

Estudia los posibles cambios y el coste del producto después de 6 años.

Criterios para el éxito: Piensa a qué precio puede salir al mercado en España, puedes comparar el producto con otros similares.

Información extra: Cálculos y otros productos y precios.

Actividad 4B- COMERCIAL:

Tu tarea es estudiar el mercado en el que se va a vender el producto, dónde hay clientes que quieran comprar en la franquicia. También tienes que estudiar cómo vamos a transportar el producto desde la fábrica hasta la franquicia.

4B-Tarea 1:

Haz un análisis cuantitativo y cualitativo del mercado en el que vender el producto.

4B-Tarea 2:

Establece un sistema de distribución del producto (avión, tren, coche, furgoneta, moto, barco,...)

4B-Tarea 3:

Ten en cuenta la localización de las zonas de venta que están marcadas en el mapa y realiza una investigación, a través de Internet, de las características sociales y culturales de cada una de ellas.

4B-Tarea 4:

Atiende a la investigación anterior y diseña una estrategia de promoción del producto y piensa en cómo es el punto de venta.

Criterios para el éxito: Analiza su valor (a quién puede interesar el producto) y cuantitativo (a cuántas personas puede interesar el producto). Valora si el producto se

comprará más en la ciudad, en pueblos o en el campo. Si los clientes comprarán este producto más por internet o en la tienda. ¿Se pondrá a la venta en una franquicia: en grandes superficies como centros comerciales, en polígonos comerciales o en una calle comercial del centro de la ciudad?

Información extra: Mapa y medios de transporte:



Actividad 4C- ADMINISTRATIVO:

Tu tarea es preparar las facturas, albaranes y hojas de pedido.

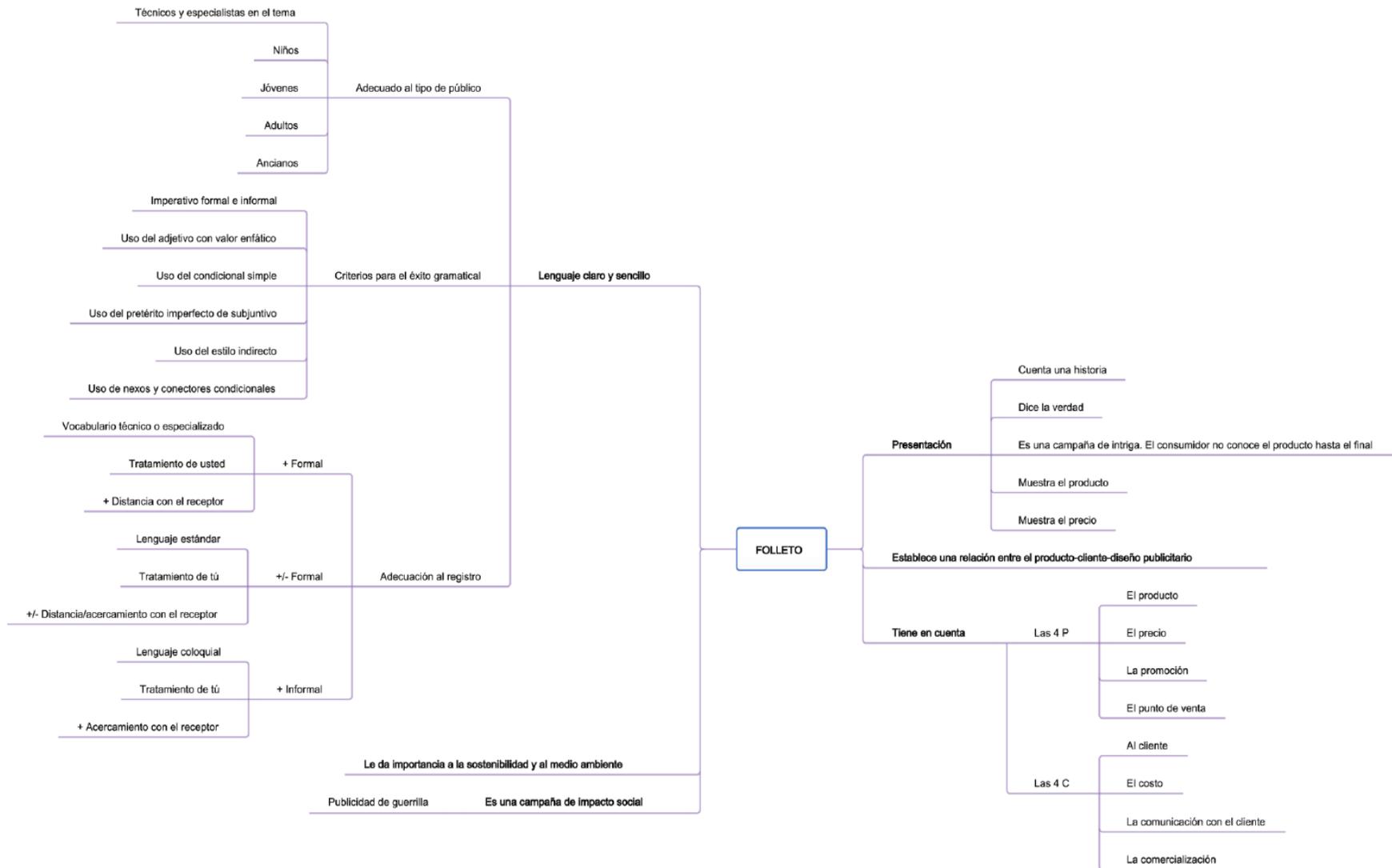
Criterios para el éxito: Respeta la estructura de los documentos y sé claro y conciso.

Información extra: Albarán, factura y hoja de pedido:

PEDIDO				Serie	Número	Fecha	Cliente
PREPARADOR:				11230	28/03/2014	4300040	
CALLE:				Cliente: VENTAS CONTADO ESPERANZA CAYO IVORRA Pág. 1 - 1			
NOTAS:				00530 NUÇA (LA) ALICANTE-ESPAÑA			
REPARTIDOR:				00530 NUÇA (LA) ALICANTE-ESPAÑA			
Nº Líneas:	3						
Artículo	Cantidad	Unidad	Descripción	Notas (PESO)	Tipo Caja	Nº Cajas	Formato Envase
003	1,00	Kilos	PATATA NUEVA LAVADA				
007	2,00	Mangos	PEREJIL				
024	2,00	Cajas	MANZ. GOLDEN 1 GRANEL 75		11		

ALBARÁN / NOTA DE ENTREGA N.º	
CLIENTE: _____ de _____ de _____	
CANTIDAD	CONCEPTO - REFERENCIA

FACTURA N.º					
CLIENTE: _____			N.I.F.: _____		
DOMICILIO: _____			PAGO: _____		
CANTIDAD	CONCEPTO - REFERENCIA	PRECIO	IMPORTE		
TOTAL BRUTO	DESCUENTO	BASE	%	I.V.A.	TOTAL



Actividad 7:

Usad un color fluorescente para señalar las opciones adecuadas según lo que habéis hecho en el grupo.

El economista ha analizado el valor cuantitativo del mercado.	A cuántas personas les puede interesar el producto:	<table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width:12.5%;"></td> </tr> <tr> <td>Nadie</td> <td colspan="3">Pocas personas</td> <td colspan="3">Bastantes personas</td> <td colspan="3">Todos</td> </tr> </table>																		Nadie	Pocas personas			Bastantes personas			Todos		
Nadie	Pocas personas			Bastantes personas			Todos																						
El economista ha estudiado los cambios que puede sufrir el producto a lo largo de seis años:		Diseño:		Servicios:		Complementos:		Compradores:																					
El economista ha analizado la relación calidad-precio del producto.		En España en 2014:				En España en 2020:																							
El comercial ha analizado el valor cualitativo del mercado.	A qué tipo de personas le puede interesar el producto:	Edad: - Niños - Jóvenes - Adultos - Ancianos		Sexo: - Mujeres - Hombres		Nivel socioeconómico: - Nivel bajo - Nivel medio bajo - Nivel medio alto - Nivel alto		Justificación:																					
El comercial ha estudiado dónde hay clientes que quieran comprar en la franquicia.		Capital: Madrid Ciudad grande: Barcelona, Valencia, Sevilla Ciudad urbana: Benidorm, Alcalá, Talavera Pueblo rural: Altea, Calpe, Benisa, Cebreros				Compra en internet Compra por teléfono Compra en la tienda		Polígono industrial Centro comercial Calle comercial Casco antiguo A domicilio																					
El comercial ha estudiado cómo va a transportar el producto (fábrica-franquicia/ franquicia-domicilio).		Al por mayor: grandes cantidades Al por menor: pequeñas cantidades				Avión – Coche – Moto – Tren – Barco – Furgoneta																							
El administrativo ha preparado hojas de pedidos.		Datos cliente		Número de pedido		Fecha		Artículos																					
El administrativo ha preparado albaranes.		Datos cliente. Datos empresa	Fecha	Número albarán	Compra	Precio sin IVA.	Precio con IVA. (total)	Forma de pago																					
El administrativo ha preparado facturas.		Número de factura	Número de pedido	Fecha	Datos cliente. Datos empresa	Resumen de la compra	Precio total con IVA.	Forma de pago	Firma de la empresa y del cliente																				
La empresa ha diseñado el logo de la franquicia.		Claro – Color – Moderno – Memorizable – Simple – Legible – Grande – Pequeño – Impactante – Original – Adaptable – Veracidad – Representativo																											
La empresa ha diseñado el eslogan del producto.		Breve	Brillante	Exclusivo	Conciso	Perdurable	Recordable	Simple	Impactante	Escandalizante	Sensibilizante	Pegadizo																	

Actividad 8:

Completad con el máximo de información posible.

	Economista	Comercial	Administrativo	Promoción de la franquicia
¿Qué hemos hecho?				
¿Cómo lo hemos hecho?				
¿Qué hemos aprendido?				
¿Qué es lo que más nos ha costado?				
¿Qué es lo que menos nos ha costado?				
¿Salió como esperábamos?				
¿Hemos atendido a nuestros intereses personales?				
¿Hemos atendido a los intereses del grupo?				

Bibliografía

- Albelda, M. y Fernández, M.J. (2006). «La enseñanza de los registros lingüísticos en ELE. Una aplicación a la conversación coloquial». Revista *MarcoELE. Revista de Didáctica* 3. Disponible en http://marcoele.com/descargas/3/albelda-fernandez_registro-coloquial.pdf
- Albelda, M. (2010). «Rentabilidad de los corpus discursivos en la didáctica de lenguas extranjeras». En Guervós, S. (ed.). *Actas del XXI Congreso Internacional de ASELE*. Salamanca: Universidad de Salamanca.
- Ausubel, D. y Hanesian, N. (1983). *Psicología educativa: Un punto de vista cognoscitivo*. México: Trillas.
- Barrows, H. S. (2009). «A Taxonomy of Problem-Based Learning Methods». *Medical Education* vol. 20, pp. 481-486.
- Briz, A. (1996). *El español coloquial: situación y uso*. Madrid: Arco/Libros.
- Briz, A. (2002). *El español coloquial en la clase de E/LE: un recorrido a través de sus textos*. Madrid: SGEL.
- Briz, A. (2011). *El español coloquial en la conversación. Esbozo de pragmatogramática*, Barcelona: Ariel.
- Canale, M. (1983). «De la competencia comunicativa a la pedagogía comunicativa del lenguaje». En Llobera *et al.* (1995). *Competencia comunicativa. Documentos básicos en la enseñanza de lenguas extranjeras*. Madrid: Edelsa.
- Cassany, D. (2004). «Aprendizaje cooperativo para ELE». CVC. Disponible en http://www.upf.edu/pdi/daniel_cassany/pdf/txt/AprCoo04.pdf
- Delors, J. y otros (1996). *La educación encierra un tesoro*. Madrid: Santillana Ediciones UNESCO.
- Diccionario términos clave de ELE. Disponible en http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/indice.htm
- Gallego, S. (2009). «La Teoría de las Inteligencias Múltiples en la Enseñanza-Aprendizaje de Español como Lengua Extranjera». Tesis doctoral. Salamanca: Facultad de filología, Departamento de Lengua Española.
- Gardner, H. (2011). *La inteligencia reformulada: Las inteligencias múltiples en el siglo XXI*. Barcelona: Grupo Planeta Spain.
- González, V. (2013). «Enseñar la producción oral». En Ruiz de Zarobe, L. y Ruiz de Zarobe, Y. (eds.). *Enseñar una lengua extranjera*. Valencia: Portal Education (PE).
- Gregory, M. y Carroll, S. (1986). *Lenguaje y situación. Variedades del lenguaje y sus contextos sociales*. México: Fondo de cultura económica (FCE)
- Grupo Val.Es.Co. (en línea). <http://www.valesco.es/>
- Instituto Cervantes (2006). *Plan Curricular del Instituto Cervantes: niveles de referencia para el español (PCIC)*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Johnson, D., Johnson, R., Holubec, J. (1999). *El aprendizaje cooperativo en el aula*. Buenos Aires: Paidós.
- Kagan, S. (1994). *Cooperative learning*. San Clemente, CA: Kagan Publishing.
- Marco Común de Referencia para las lenguas: aprendizaje, enseñanza, evaluación (MCER) (2002). Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- Urbano, C. (2004). «El aprendizaje cooperativo en discurso escrito en el aula de E/LE». Revista *redELE: revista electrónica de didáctica ELE* 1. Casablanca: Instituto Cervantes. Disponible en http://www.mecd.gob.es/dctm/redele/Material-RedEle/Revista/2004_01/2004_redELE_1_14Urbano.pdf?documentId=0901e72b80e068ff