

# Nos vamos de compras



## JUSTIFICACIÓN

---

Las decisiones de compra están marcadas por criterios personales y también por una serie de estrategias utilizadas por los establecimientos para aumentar sus ventas. Conocerlas y reflexionar acerca de ellas hará que las compras se realicen de una manera más reflexiva y más ajustada a las necesidades reales.

## OBJETIVOS

---

- Fomentar la adopción de una actitud crítica ante la compra impulsiva e irreflexiva.
- Identificar algunas de las técnicas de merchandising que se utilizan en los centros comerciales.
- Desarrollar actitudes positivas y el análisis crítico ante la compra.
- Desarrollar una actitud crítica ante el uso del género en la venta de los productos.
- Conocer claves para comprar más autónoma, crítica y responsablemente.
- Aprender a leer e interpretar las etiquetas de los alimentos.

## CONTENIDOS

---

- Planificación de la compra.
- Diferencias entre compra reflexiva e impulsiva.
- Criterios y prejuicios a la hora de hacer la compra.
- Estrategias comerciales en el punto de venta.
- Disposición del punto de venta.

## ACTIVIDADES

---

### FASE INICIAL (Actividad previa)

- Cuando el corazón vence a la razón.
- Mis hábitos de compra.

### FASE DESARROLLO (Sesión)

- Distribución de un supermercado.
- Colocación de los productos en las baldas.
- Precios y ofertas.
- Otras técnicas de marketing.
- Reflexionando en grupo.

### FASE APLICACIÓN Y COMUNICACIÓN (Act. posterior)

Cambio de hábitos.

## CONTRIBUCIÓN A LAS COMPETENCIAS

### DISCIPLINARES

- Competencia matemática.
- Competencia social y cívica.

### TRANSVERSALES

- Competencia para aprender a ser.
- Competencia para aprender a aprender y a pensar.
- Competencia para convivir.

## METODOLOGÍA

- Aprendizaje por investigación.
- Thinking based learning.
- Trabajo colaborativo.

## ORGANIZACIÓN

*Recursos y herramientas TIC	Espacios y grupos	Duración
Tablet. Acceso a internet.	Un aula. Subgrupos de máximo 7 personas.	1 sesión - 90 min

## EVALUACIÓN

### PROFESORADO

Encuesta de satisfacción

### ALUMNADO

Encuesta de satisfacción