IES MESA Y LÓPEZ

Gobierno de Canarias
Consejería de Educación, Universidades, Cultura y Deportes

DEPARTAMENTO DE COMERCIO Y MARKETING

Programación Didáctica

Procesos de Venta (PVN)

1º G.M. Actividades Comerciales (Presencial)

CURSO 2023-2024

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN AL CICLO.
1.0. CONTEXTUALIZACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN AL ENTORNO DE APRENDIZAJE.
1.1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL CICLO CON SUS CUALIFICACIONES Y UNIDADES DE COMPETENCIA SEGÚN EL CATÁLOGO NACIONAL DE LAS CUALIFICACIONES.
1.2. COMPETENCIA GENERAL DEL CICLO.
1.3. CONTRIBUCIÓN DEL ÁREA AL DESARROLLO DEL PROYECTO EDUCATIVO DEL CENTRO Y DE LA PGA.
1.4. SEGUIMIENTO, REVISIÓN Y AJUSTE DE LAS PROGRAMACIONES.
1.5. ACTUACIONES PREVISTAS SEGÚN LO CONTEMPLADO EN LA MEMORIA DEL CURSO ANTERIOR.
2. PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO.
2.0. ESCENARIOS A TENER EN CUENTA PARA EL PRESENTE CURSO ESCOLAR.
2.1. OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO VINCULADOS AL MÓDULO,
2.2. COMPETENCIAS PERSONALES, PROFESIONALES Y SOCIALES VINCULADAS AL MÓDULO.
2.3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE, CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CONTENIDOS.
2.4. METODOLOGÍA.
2.4.1. METODOLOGÍA DEL MÓDULO.
2.4.2. AGRUPAMIENTOS.
2.4.3. ESPACIOS.
2.4.4. USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC´S).
2.5. ESTRATEGIAS PARA DESARROLLAR LA EDUCACIÓN EN VALORES Y LA INTERDISCIPLINARIEDAD.
2.6. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.
2.7. EVALUACIÓN.
2.8. PLANES DE RECUPERACIÓN.
3. SECUENCIA DE LAS UNIDADES DE TRABAJO.

1. INTRODUCCIÓN AL CICLO.

1.0. CONTEXTUALIZACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN AL ENTORNO DE APRENDIZAJE.

Esta programación didáctica está contextualizada en el IES MESA Y LÓPEZ, ubicado a la altura del Barrio de Guanarteme en la parte alta de la Avenida Mesa y López, 69 en Las Palmas de G.C, pudiéndose también acceder por la calle peatonal Jesús Ferrer Jimeno. Tras la reestructuración y obras realizadas en el verano del año 2017, el centro alberga los grupos de Educación Secundaria Obligatoria (ESO), de Bachillerato en sus dos modalidades de Ciencias y Humanidades y Ciencias Sociales, Formación Profesional Básica de la familia profesional de Comercio y Marketing y Ciclos Formativos de grado superior y medio de las familias profesionales de Administración y Gestión y de Comercio y Marketing en modalidad presencial y semipresencial.

El entorno sociocultural y económico de la zona es de nivel medio, ahora bien, la procedencia de la mayor parte del alumnado de Formación Profesional es de distintos lugares de la isla de Gran Canaria con residencia en zonas cercanas al centro, lo que significa que el alumnado pertenece a diferentes enclaves sociales y situaciones socioeconómicas diversas.

Respecto a la actividad económica en el municipio de Las Palmas de G.C. se destaca que existen diversas zonas industriales próximas al centro, donde se ubican empresas del sector industrial y comercial como el Polígono Industrial Miller Bajo, Polígono Industrial Las Torres-Lomo Blanco, Polígono Industrial Escaleritas, Polígono Industrial Barranco Seco, Polígono Industrial El Sebadal, Polígono Industrial Área Portuaria, etc., diversos Centros Comerciales de gran superficie con diversidad de comercios y empresas de restauración y entretenimiento, así como, empresas del sector turístico y centros sanitarios públicos y privados, todas ellas constituye el eje laboral del municipio y suponen un aumento de la demanda de titulados en Formación Profesional de distintas especialidades.

El centro cuenta con la infraestructura y los recursos educativos necesarios para la puesta en práctica de las distintas especialidades formativas que imparte. Todas las aulas están dotadas con ordenador para el profesorado, con conexión a Internet y proyector, además dispone de dos aulas de informática, una de ellas, aula Medusa, así como de aulas específicas (talleres, laboratorios) tanto para la ESO como para Bachillerato. La Formación Profesional dispone de sus propias aulas situadas en la segunda y tercera planta y equipadas con material específico y adaptado a las enseñanzas que se imparten orientadas al mundo laboral, tal es el caso de equipos informáticos, proyectores, cámaras web, micrófonos, altavoces, conexión a internet, … para el uso del alumnado.

Respecto al uso de recursos TIC´s (Tecnologías de la Información y la Comunicación) las nuevas tecnologías, Internet y las redes sociales se han convertido en un elemento

indispensable en la sociedad, especialmente entre la gente joven. Estas herramientas constituyen una plataforma estupenda y un altavoz importante para la educación en valores y, a su vez, sirve para que toda la comunidad educativa conozca y se beneficie del trabajo que se realiza en clase, algo que antiguamente sólo ocurría de puertas para adentro del aula.

Estos medios, además, son de especial relevancia para las familias, que gracias a la inmediatez de las redes sociales se pueden sentir informados de una manera más rápida, interactiva y eficiente de todas las noticias, eventos y convocatorias que surgen en nuestro centro.

El IES MESA Y LÓPEZ sigue creciendo en el uso educativo de las redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter que no sólo han pasado a ser parte a toda la comunidad educativa, sino que se han constituido en un lugar de encuentro y formación para todas las personas e instituciones que de alguna manera participan del proyecto educativo.

El centro está en una buena situación con respecto a las instalaciones y el equipamiento TIC además con conexiones a Internet estables. Se potencia el uso de la plataforma Google Classroom además de la plataforma Moodle de Formación Profesional: "Campus de las Enseñanzas Profesionales". Igualmente se dispone de una página web que cumple su cometido actual: almacenar la información oficial, criterios de calificación, horarios, formularios, y demás documentación relacionada.

La Comunidad Educativa del centro está formada por aproximadamente 1.100 alumnos y alumnas y sus familias, distribuidos en 44 grupos siendo un centro del Tipo B. El Claustro lo componen aproximadamente 83 profesores y profesoras que se mantiene bastante estable. Es un profesorado dinámico, participativo que lleva a cabo numerosos proyectos, y que mantiene una buena interacción.

En cuanto al alumnado de **Ciclos de Formación Profesional**, en el caso de la Formación Profesional Básica el alumnado tiene unas características que le son propias, obteniéndose los resultados de su trabajo y del docente, especialmente en el segundo curso. El resto de alumnado de la Formación Profesional cuenta con edades comprendidas entre los 16 y 20 años y buscan un futuro profesional, por lo que el interés y dedicación es bastante bueno, a tenor de los resultados académicos, especialmente en los segundos cursos. En el caso de Formación Profesional en la modalidad semipresencial, el rango de edad es más amplio, siendo por lo general alumnado que había abandonado sus estudios para incorporarse al mundo laboral y que ahora ha tomado conciencia de la necesidad de adquirir esta titulación para aumentar sus expectativas laborales. Numerosos/as alumnos/as del centro han sido premios extraordinarios de Formación Profesional.

El Personal de Administración y Servicios del centro se rige por la Ley de Función Pública y por el Convenio Colectivo de dicho personal, asciende actualmente a un total de 7 personas, 3 miembros pertenecientes a la categoría de auxiliar administrativo, de las que uno comparte centro con el CEIP Galicia y 4 trabajadores pertenecientes a la categoría de personal subalterno, dos están en turno de mañana, uno en turno de tarde y otro en turno de noche.

Por su dependencia orgánica de la Consejería de Educación y Universidades, el centro mantiene una estrecha relación con los diferentes centros directivos: Dirección General de Centros e Infraestructura Educativa, Dirección General de Personal, Dirección General de Formación Profesional, Secretaría General Técnica de Educación, y especialmente con la Inspección Educativa. Además, el centro mantiene o ha mantenido relaciones de colaboración con diferentes instituciones y organismos: Fundación ADSIS, Ayuntamiento, Asociación "*Guanarteme se mueve*", …con estas relaciones se promueve la participación y la colaboración buscando que la comunicación y el intercambio de información sea fluido y frecuente.

PROYECTOS EDUCATIVOS DEL CENTRO

AICLE: el centro viene hace años apostando por el bilingüismo. Las siglas AICLE hacen referencia a la enseñanza de un determinado número de materias a través de una lengua extranjera con el objetivo doble de aprendizaje de contenidos y el aprendizaje simultáneo de una lengua extranjera, en nuestro caso en inglés. Actualmente se imparte en los cuatro niveles de la ESO y se ha optado por no tener grupos AICLE y no AICLE, habiendo grupos heterogéneos y desdobles en los momentos de impartir las materias en inglés.

Proyecto ERASMUS PLUS: el centro tiene una tradición de más de 17 años en la participación en programas europeos tales como Leonardo (2003), Asociación multilateral COMENIUS (2007), Ayudante lingüístico COMENIUS (2008) y nuevamente se participó en la Asociación Multilateral Comenius (2013). En 2013, se consiguió la Carta Erasmus de Educación Superior (ECHE), lo que nos permitió empezar a mandar alumnado de ciclos superiores de Formación Profesional a realizar la Formación en Centros de Trabajo (FCT) en países de la Unión Europea, a través del Programa **Erasmus+ KA131**.

Dentro del Programa Erasmus+, el Instituto ha sido centro coordinador del proyecto Erasmus Plus KA229 (proyectos europeos de aprendizaje y movilidad dirigidos a profesorado y alumnado de primaria y secundaria), y actualmente se está trabajando en la solicitud de una nueva acreditación.

El centro dispone de un Departamento Internacional conformado actualmente por un miembro de la dirección del centro, el coordinador Erasmus+, y la Jefa del Departamento de Inglés.

Otros proyectos del centro:

- ESTALMAT
- Nuevas estrategias metodológicas para la mejora del rendimiento en atención a la diversidad.
- Arte a la vista
- Prevención de riesgos laborales de la comunidad educativa
- Dinamización de la biblioteca y plan lector
- Desarrollo del plan de comunicación lingüística, dinamización de la biblioteca, radio y plan lector.
- Referente acoso escolar y familias
- Implementación metodologías activas en 1º de la ESO innovación metodológica-Tablets (matemáticas)
- Implementación metodologías activas en 1º de la ESO innovación metodológica-Tablets (Lengua castellana y literatura)
- Recreos educativos: por la inclusión y la resolución dialogada de conflictos. aulas de convivencia de recreos, GESTIONANDO EMOCIONES
- Proyecto de FP: "Resalta tu Luz. Tu luz es única, nos ilumina y de noche se ve tu estrella".
- Patrimonio IES Mesa y López

Participamos y dinamizamos las siguientes Redes educativas:

Red INNOVAS:

- Igualdad y Educación afectivo-sexual.
- Comunicación Lingüística, Bibliotecas y Radio escolares.
- Educación ambiental y sostenibilidad.
- Arte y acción cultural.
- Patrimonio Social, Cultural e Histórico Canario.

Redes de coordinación de enseñanzas profesionales:

- Innovación.
- Emprendimiento.

En cuanto a la atención a la diversidad del alumnado, el centro cuenta con los criterios y procedimientos para atender al alumnado con Necesidades Específicas de Apoyo Educativo (NEAE), que en función de su evolución se llevarán a cabo las adaptaciones que sean precisas, en coordinación con el Departamento de Orientación, de manera que se consiga la flexibilidad necesaria a la que se hará mención a lo largo de esta programación.

El centro cuenta con un **Plan de acogida del alumnado extranjero.**

1.1 DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL CICLO DE ACTIVIDADES COMERCIALES.

El título de Técnico en Actividades Comerciales queda identificado por los siguientes elementos:

- Denominación: Actividades Comerciales.
- Nivel: Formación Profesional de Grado Medio.
- Duración: 2.000 horas
- Familia Profesional: Comercio y Marketing.
- Referente en la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación: CINE-3b.
- Nivel del Marco Español de Cualificaciones para la educación superior: Nivel 1 Técnico Medio.
- Módulo: Procesos de Venta (Código MEC: 1232).

MARCO LEGISLATIVO.

- Ley orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de educación.

- Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo.

- Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas.

- Orden ECD/73/2013, de 23 de enero, por la que se establece el currículo del ciclo formativo de grado medio correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales.

- Ley 6/2014, de 25 de julio, Canaria de educación no universitaria.

- Decreto 81/2010, de 8 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los centros docentes públicos no universitarios de la Comunidad Autónoma de Canarias.
- Decreto 25/2018, de 26 de febrero, por el que se regula la atención a la diversidad del alumnado en el ámbito de la enseñanza no universitaria de la Comunidad Autónoma de Canarias.
- Decreto 156/1996, de 20 de junio, por el que se establece la Ordenación General de las Enseñanzas de Formación Profesional Específica en la Comunidad Autónoma de Canarias.
- Orden de 20 de octubre de 2000, por la que se regulan los procesos de evaluación de las enseñanzas de la Formación Profesional Específica en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Canarias, modificada por la Orden de 3 de diciembre de 2003.

1.2 COMPETENCIA GENERAL DEL CICLO.

La competencia general de este título consiste en desarrollar actividades de distribución y comercialización de bienes y/o servicios, y en gestionar un pequeño establecimiento comercial, aplicando las normas de calidad y seguridad establecidas y respetando la legislación vigente.

1.3 CONTRIBUCIÓN DEL CICLO AL DESARROLLO DEL PROYECTO EDUCATIVO DEL CENTRO Y LA PGA

A través de los distintos módulos que se imparten en el ciclo, en coordinación con las redes de innovación y emprendimiento, se contribuirá al alcance de los ejes de actuación y objetivos estratégicos fijados por la Consejería de Educación, Formación Profesional, Actividad Física y Deportes, para el curso 2023-2024 y explicitados en la Programación General Anual (PGA) de nuestro centro educativo:

OE 1 - Aumentar la calidad, la equidad, la inclusión y el éxito escolar.
OE 2 - Impulsar la competencia en comunicación lingüística y bilingüismo.
OE 3 - Incentivar el estudio de las áreas STEM (Ciencia, Tecnología, Ingeniería, Arte y Matemáticas).
OE 4 - Potenciar la cultura de la evaluación y la autonomía de los centros educativos.
OE 5 - Favorecer la mejora del bienestar físico y emocional del alumnado.

OE 6 - Promover la actividad física, el deporte y una alimentación saludable.
OE 8 - Reforzar el conocimiento social y profesional del profesorado.
OE 9 - Mejorar el reconocimiento de la función directiva.
OE 10 - Hacer realidad la transformación digital de la Administración.
OE 11 - Simplificar la gestión administrativa en los centros educativos.
OE 12 - Renovar y ampliar las infraestructuras educativas.
OE 13 - Conocer y valorar el patrimonio histórico, natural, social y cultural.
OE 14 - Impulsar la dimensión europea e internacional de la educación.
OE 15 – Fomentar la participación de las familias en los centros educativos.

En el departamento se resaltan los siguientes ejes:

ENTORNOS EDUCATIVOS SOSTENIBLES. CALIDAD, EQUIDAD, INCLUSIÓN Y ÉXITO ESCOLAR, FAVORECIENDO EL BIENESTAR FÍSICO Y EMOCIONAL DEL ALUMNADO.

Mediante el desarrollo de las competencias y los aprendizajes, se educará haciendo partícipe al alumnado en la contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible:

- Desarrollar estilos de vida respetuosos con el medio ambiente, los derechos humanos, la igualdad de género, la promoción de una cultura de paz y no violencia, la ciudadanía mundial y la valoración de la diversidad cultural.

- Favorecer la participación equilibrada de mujeres y hombres en los trabajos grupales, alternando los cargos. Se trabajará de manera trasversal el principio de igualdad de mujeres y hombres, planteando la no discriminación entre alumnas y alumnos y la necesidad de impulsar una formación proactiva hacia la igualdad de unas y otros, posibilitando el avance hacia una igualdad laboral real de mujeres y hombres en su proceso formativo, su profesión y su entorno laboral.

- Potenciar normas y actitudes para combatir la contaminación ambiental.

- Concienciar hacia el consumo responsable.

- Seleccionar los diferentes residuos y aplicar técnicas de aprovechamiento de recursos escasos: técnica de 3R (reducir, reciclar y reutilizar) en el papel, tinta, energía, agua, etc.

- Con la implantación de un enfoque metodológico desarrollado en el marco del DUA (Diseño Universal del Aprendizaje) se buscará que el aprendizaje sea accesible y efectivo para todo el alumnado, independientemente de sus habilidades, preferencias de aprendizaje o intereses, con el objetivo de atender a todo el alumnado.

IMPULSAR LA DIMENSIÓN EUROPEA E INTERNACIONAL DE LA EDUCACIÓN.

Mediante la promoción entre el alumnado de grado superior, para realizar la FCT en otros países europeos, a través de programa Erasmus + KA131, se desarrollarán estrategias que mejoren la internacionalización del sistema educativo canario.

EDUCACIÓN SUPERIOR Y ENSEÑANZAS PROFESIONALES Y DE PERSONAS ADULTAS. TRANSFORMACIÓN DIGITAL. FORMACIÓN DEL PERSONAL DOCENTE.

En los tiempos actuales la digitalización es necesaria para cualquier organización, por lo que las inversiones y las propuestas de formación del profesorado, están orientadas a la modernización de nuestros recursos y a la adquisición de competencias digitales básicas y avanzadas, en el sector de la administración de empresas.

El profesorado del departamento realizará al menos 10 horas de formación en digitalización, organizada a través de la familia profesional, DGFP, PFC, CEPs u otros organismos competentes. Desde el inicio del curso se está trabajando con clases virtuales, videoconferencias, redes sociales, buscadores de internet o buscadores web, aplicaciones informáticas de gestión de empresas, de tratamiento de imágenes, de diseño en 2D y 3D, otras herramientas de diseño gratuitas, y herramientas novedosas, lo que contribuye a fortalecer y modernizar las enseñanzas profesionales adaptándolas a las necesidades del sistema productivo. El Centro cuenta con una Base de Datos del alumnado titulado de las diferentes familias profesionales que se imparten en el Centro (Bolsa de Trabajo), a disposición de todas las empresas que requieran de sus servicios.
Con el fin de impulsar la *educación superior y enseñanzas profesionales y de personas adultas*, promoviendo el aprendizaje a lo largo de la vida y con ello la mejora del crecimiento personal, social y económico, con anterioridad al periodo de solicitud de plazas para el siguiente el curso, a través de nuestras redes sociales, se promocionan nuestras enseñanzas, transmitiendo toda la información de interés al respecto.

CONOCER Y VALORAR EL PATRIMONIO HISTÓRICO, NATURAL, SOCIAL Y CULTURAL.

Al alumnado se les acerca a diversas entidades del entorno, realizando visitas a empresas industriales de Canarias como Tirma SA, Kalise, SA, e Hiperdino, buque insignia de DinoSol Supermercados, cadena líder en el sector de la alimentación en el Archipiélago y la única regional 100 % así como, a su centro logístico de Telde, y, a otras empresas canarias.

Se realizan visitas a distintos Centros Comerciales de la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria, concretamente, al Centro Comercial Las Arenas y Centro Comercial Los Alisios, así como, al entorno comercial más cercano al centro educativo, dada su trascendencia,

ya que el alumnado, de nuestro centro educativo, realiza la Formación en centros de trabajo en empresas situadas en dichos centros comerciales y en el entorno del centro educativo. Asimismo, se realizarán visitas a otras zonas comerciales, ferias, muestras, exposiciones, charlas que organicen las empresas u otros organismos que sean de interés para la formación del alumnado.

Igualmente se organizarán visitas al Grupo Cencosu S. L. (Spar Gran Canaria) y al centro logístico de Mercadona.

Dada la importancia que el PUERTO DE LA LUZ ha tenido en el crecimiento de nuestra economía y su trascendencia para el tejido productivo y social de nuestro territorio, así como la realización próxima, para algunos de nuestros alumnos y alumnas, de su Formación en Centros de Trabajo en alguna de las empresas del Puerto Las Palmas, se realiza una visita familiarizándolos con las zonas y vocabulario empleado en el sector portuario.
Asímismo, se harán visitas al centro de emprendedores situado en el Sebadal, a una entidad financiera y/o compañía aseguradora.
También acercamos a las empresas al Centro educativo, nuestros alumnos y alumnas reciben a emprendedores-as de origen canario, que les trasladan sus experiencias y les transmiten las actitudes y aptitudes necesarias para iniciar un nuevo proyecto empresarial a través de ideas y oportunidades. Además, reciben formación impartida por la Cámara de Comercio de Gran Canaria, en fomento del espíritu empresarial, el empleo y la mejora del capital humano en nuestras islas.

A través de una ruta a pie, nuestro alumnado localizará a las Administraciones Públicas Canarias, con las que se relacionan las empresas, entre otras: Ayuntamiento, Oficina de Información al Consumidor (OMIC), sede del Gobierno de Canarias, Seguridad Social, Hacienda Estatal y Hacienda Autonómica, Cámara de Comercio y Cabildo Insular de Gran Canaria.

1.4. SEGUIMIENTO, REVISIÓN Y AJUSTE DE LAS PROGRAMACIONES.

Los miembros del Departamento, conscientes de la gran diversidad existente en el alumnado no solo en lo que respecta a conocimientos previos sobre la materia sino que reconociendo, además, la existencia de diferentes grados de motivación, diferentes ritmos y estilos de aprendizaje- y viéndonos en la obligación de dar respuesta a todas y cada una de las necesidades que se presentan cada día en el aula con el fin de implicar y responsabilizar al alumnado en adoptar su verdadero papel en el proceso de enseñanza-aprendizaje, deseamos manifestar lo siguiente:

Nuestra Programación, especialmente en lo referido a la Secuenciación de Contenidos y su temporalización en los diferentes niveles de competencia, está sujeta en todo momento al criterio de cada profesor/a, que considerará siempre lo más conveniente para cada grupo. Por consiguiente, consideramos necesario cierta flexibilidad, pues será es el profesor/a quien tendrá que tomar las decisiones que considere oportunas con el fin de dar respuesta a la diversidad desde el aula, sin que esto suponga una reducción significativa de los objetivos generales a alcanzar en el ciclo.

1.5. ACTUACIONES PREVISTAS SEGÚN LO CONTEMPLADO EN LA MEMORIA DEL CURSO ANTERIOR. Se impartió al completo lo programado.

2. PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO.

2.0. ESCENARIOS A TENER EN CUENTA PARA EL PRESENTE CURSO ESCOLAR.

La presente programación se desarrolla en un escenario presencial, salvo que por causas excepcionales (sanitarias, fenómenos metereológicos adversos, desarrollo de pruebas de EBAU, pruebas de oposiciónes,…) resulte necesaria la implantación, por el tiempo quese establezca, de formas no presenciales de impartición de las enseñanzas, durante la cual la actividad será desarrollada a través de las plataformas digitales utilizada por el docente , en este caso, Google Classroom, Google Meet y Pincel Ekade.

2.1. OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO VINCULADOS AL MÓDULO.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación, tal y como viene definido en el Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre:

c) Analizar operaciones de compraventa y de cobro y pago, utilizando medios convencionales o electrónicos para administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial.

d) Comparar y evaluar pedidos de clientes a través de los diferentes canales de comercialización, atendiendo y satisfaciendo sus necesidades de productos y/o servicios, para realizar la venta de productos y/o servicios.

e) Identificar los procesos de seguimiento y post venta, atendiendo y resolviendo, las reclamaciones presentadas por los clientes, para realizar la venta de productos y/o servicios.

q) Analizar y utilizar los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación para aprender y actualizar sus conocimientos, reconociendo las posibilidades de mejora profesional y personal, para adaptarse a diferentes situaciones profesionales y laborales.

r) Desarrollar trabajos en equipo y valorar su organización, participando con tolerancia y respeto, y tomar decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía.

s) Adoptar y valorar soluciones creativas ante problemas y contingencias que se presentan en el desarrollo de los procesos de trabajo, para resolver de forma responsable las incidencias de su actividad.

t) Aplicar técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a su finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia del proceso.

u) Analizar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional, relacionándolos con las causas que los producen, a fin de fundamentar las medidas preventivas que se van adoptar, y aplicar los protocolos correspondientes para evitar daños en uno mismo, en las demás personas, en el entorno y en el medio ambiente.

v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al "diseño para todos".

w) Aplicar y analizar las técnicas necesarias para mejorar los procedimientos de calidad del trabajo en el proceso de aprendizaje y del sector productivo de referencia.

x) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.

y) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.

2.2. COMPETENCIAS PERSONALES, PROFESIONALES Y SOCIALES VINCULADAS AL MÓDULO.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación, a tenor de Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre:
c) Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los distintos canales de comercialización, utilizando las técnicas de venta adecuadas a la tipología del cliente y a los criterios establecidos por la empresa.

m) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.

n) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.

ñ) Resolver de forma responsable las incidencias relativas a su actividad, identificando las causas que las provocan, dentro del ámbito de su competencia y autonomía.

o) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.

p) Aplicar los protocolos y las medidas preventivas de riesgos laborales y protección ambiental durante el proceso productivo, para evitar daños en las personas y en el entorno laboral y ambiental.

q) Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de "diseño para todos" en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

r) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional.

s) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

Por lo que afecta a las cualificaciones y unidades de competencia comprendidas en el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, en el artículo 6 del citado RD1688/2011 se mencionan todas las comprendidas en el título. La que afectan al módulo PROCESOS DE VENTAS es:

UC0239_2: Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización.

2.3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE, CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CONTENIDOS.

- RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Identifica el proceso de decisión de compra del consumidor y/o usuario, analizando los factores que inciden en el mismo y las tipologías de clientes.	a) Se han identificado los tipos de consumidores, diferenciando el consumidor final o particular y el industrial u organizacional. b) Se ha definido el contenido y los aspectos que comprende el estudio del comportamiento del consumidor y/o usuario. c) Se han definido y clasificado las necesidades del consumidor, teniendo en cuenta el orden jerárquico que se establece a la hora de satisfacerlas. d) Se han clasificado las compras, atendiendo al comportamiento racional o impulsivo del consumidor y/o usuario. e) Se han identificado las fases del proceso de compra del consumidor final, analizando los factores que determinan su complejidad y duración. f) Se han analizado los determinantes internos y externos que influyen en el proceso de decisión de compra de los consumidores y/o usuarios. g) Se han identificado las fases del proceso de compra del consumidor industrial, comparando el proceso con el del consumidor final. h) Se han caracterizado las tipologías de clientes, atendiendo a su comportamiento de compra, su personalidad y sus motivaciones de compra.
2. Define las funciones, conocimientos y perfil de los vendedores, analizando las necesidades de formación, motivación y remuneración del equipo de ventas.	a) Se han establecido las funciones y responsabilidades de los vendedores en la venta personal. b) Se han clasificado los vendedores en función de las características de la empresa en la que prestan servicios, el tipo de venta que realizan y la naturaleza del producto. c) Se ha definido el perfil del vendedor profesional, analizando las cualidades personales, habilidades profesionales y conocimientos que debe tener un buen vendedor. d) Se han descrito distintos puestos de trabajo de ventas y el perfil de los vendedores más adecuados para los mismos.

	e) Se han determinado las necesidades de formación, perfeccionamiento y reciclaje del equipo de vendedores. f) Se ha definido el contenido del programa de formación y perfeccionamiento de los vendedores. g) Se ha valorado la importancia de la motivación de los vendedores analizando los principales factores motivadores. h) Se han identificado los sistemas de retribución de los vendedores más habituales.

3. Organiza el proceso de venta, definiendo las líneas de actuación del vendedor, de acuerdo con los objetivos fijados en el plan de ventas.	a) Se han identificado las funciones del departamento de ventas de una empresa y las responsabilidades del director de ventas. b) Se han diferenciado las formas de organización del departamento de ventas por zonas geográficas, por productos y por clientes, entre otras. c) Se ha calculado el número de vendedores que se requieren para cumplir los objetivos del plan de ventas de la empresa. d) Se ha elaborado el programa de ventas del vendedor, definiendo sus propios objetivos y el plan de actuación, en función de los objetivos establecidos en el plan de ventas de la empresa. e) Se ha elaborado el argumentario de ventas, incluyendo los puntos fuertes y débiles del producto, resaltando sus ventajas respecto a los de la competencia y presentando soluciones a los problemas del cliente. f) Se han aplicado técnicas de prospección de clientes, atendiendo a las características del producto/servicio ofertado.

	g) Se ha determinado el número de visitas comerciales que se van a realizar a los clientes reales y potenciales y el tiempo de duración de las visitas. h) Se han planificado las visitas a clientes, aplicando las rutas de ventas que permiten optimizar los tiempos del vendedor y reducir los costes.
4. entrevistas supuestos utilizando técnicas de venta, negociación y cierre adecuadas, dentro de los limites de actuación desarrollados por la empresa.	a) Se ha preparado la documentación necesaria para realizar una visita comercial, b) consultando la información de cada cliente en la herramienta de gestión de relaciones con clientes (CRM). c) Se ha concertado y preparado la entrevista de ventas, adaptando el argumentario a las características, necesidades y potencial de compra de cada cliente, de acuerdo con los objetivos fijados. d) Se ha preparado el material de apoyo y la documentación necesaria. e) Se ha realizado la presentación y demostración del producto, utilizando técnicas de venta adecuadas para persuadir al cliente. f) Se han previsto las posibles objeciones del cliente y se han definido las técnicas y los argumentos adecuados para la refutación de las mismas. g) Se han utilizado técnicas de comunicación verbal y no verbal en situaciones de venta y relación con el cliente. h) Se ha planificado la negociación de los aspectos y condiciones de la operación que pueden ser objeto de negociación. i) Se han utilizado técnicas para lograr el cierre de la venta y obtener el pedido.
5. Formaliza los contratos de compraventa y otros contratos afines, analizando las cláusulas más habituales de acuerdo con la normativa vigente.	a) Se ha interpretado la normativa que regula los contratos de compraventa.

	b) Se ha caracterizado el contrato de compraventa, los elementos que intervienen y los derechos y obligaciones de las partes, analizando su estructura y las cláusulas habituales que se incluyen en el mismo. c) Se ha cumplimentado el contrato de compraventa en el que se recogen los acuerdos entre vendedor y comprador, utilizando un procesador de textos. d) Se ha interpretado la normativa que regula el contrato de compraventa a plazos y los requisitos que se exigen para su formalización. e) Se ha caracterizado el contrato de ventas en consignación analizando los casos en que procede su formalización. f) Se ha caracterizado el contrato de suministro, analizando los supuestos en los que se requiere para el abastecimiento de materiales y servicios. g) Se han analizado los contratos de leasing y renting como alternativas de adquisición y financiación del inmovilizado de la empresa.
6. Gestiona la documentación comercial y de pago/cobro de las operaciones compraventa, cumplimentando los documentos necesarios	a) Se ha gestionado la documentación comercial de diferentes operaciones de venta, desde la recepción del pedido hasta el envío y recepción por parte del cliente. b) Se ha establecido el modo de formalizar el pedido por parte del cliente, en ventas a distancia (por catálogo, televenta, teléfono móvil e Internet, entre otros) c) Se han identificado las distintas formas de pago, analizando el procedimiento y la documentación necesaria en cada caso. d) Se han diferenciado los medios de pago al contado de los aplazados.
	e) Se han comparado los medios y formas de pago, analizando las ventajas y desventajas en términos de coste, seguridad y facilidad de uso.

	f) Se ha cumplimentado la documentación correspondiente a los diferentes medios de pago. g) Se han cumplimentado cheques, letras de cambio, pagarés y demás documentación correspondiente a los diferentes medios de pago. h) Se ha identificado la documentación correspondiente a las operaciones de endoso, aval y gestión de cobro de medios de pago.
7. Determina los precios y el importe de las operaciones, aplicando el cálculo comercial en los procesos de venta.	a) Se ha calculado el precio de venta del producto, aplicando un cierto margen comercial expresado en forma de porcentaje del precio de coste. b) Se ha calculado el precio de venta del producto, aplicando un margen comercial expresado en forma de un porcentaje sobre el precio de venta. c) Se ha determinado el importe total de una operación de venta, aplicando los descuentos y gastos acordados y el IVA correspondiente. d) Se ha calculado el interés de diferentes operaciones, definiendo las variables que lo determinan y aplicando un determinado tipo de interés. e) Se ha calculado el descuento de diferentes operaciones, aplicando un determinado tipo de descuento. f) Se ha calculado el descuento y el efectivo resultante de una remesa de efectos. g) Se han cumplimentado facturas de negociación de efectos comerciales, aplicando un determinado tipo de descuento y la correspondiente comisión.

CONTENIDOS.

1. Identificación del proceso de decisión de compra del consumidor:

– Tipos de consumidores. Consumidor final o particular y consumidor industrial o institucional.

– Estudio del comportamiento del consumidor. Aspectos que comprende.

– Las necesidades del consumidor. Tipos.

– Tipos de compras según comportamiento del consumidor.

– El proceso de decisión de compra del consumidor final. Fases del proceso y variables que influyen en el mismo.

– Determinantes internos que inciden en el proceso de compra. Variables externas que influyen en el proceso de compra.

– Las variables de marketing en el proceso de compra.

– El proceso de compra del consumidor industrial u organizacional. Tipos de consumidores. Fases del proceso.

– Tipologías de clientes.

2. Definición de las funciones y perfil de los vendedores:

– El vendedor. Concepto y funciones.

– El papel del vendedor en la venta personal.

– Tipos de vendedores según la empresa en la que prestan sus servicios.

– Tipos de vendedores según la naturaleza del producto.

– Tipos de vendedores según la actividad o tipo de venta que realizan.

– El perfil del vendedor profesional. Cualidades personales, capacidades profesionales y conocimientos del buen vendedor.

– El manual del vendedor.

– Formación de los vendedores. Necesidad de la formación. Programas de formación y perfeccionamiento de los vendedores.

– Motivación de los vendedores. Factores motivadores.

– Sistemas de remuneración de los vendedores.

3. Organización del proceso de venta:

– El departamento de ventas. Sus funciones.

– Funciones del director de ventas.

– Planificación de las ventas. Los objetivos de ventas.

– Factores que condicionan la organización del departamento de ventas.

– Estructura organizativa del departamento de ventas. Organigramas.

– Determinación del tamaño del equipo de ventas.

– Delimitación de las zonas de venta y asignación a los vendedores.

– Planificación de las visitas a clientes. Tipos y frecuencia de las visitas.

– Diseño de las rutas de ventas.

– Elaboración del programa de ventas y líneas de actuación del vendedor.

– Fases del proceso de venta.

– La prospección de clientes. Métodos de prospección de clientes.

– Preparación de la venta.

– Objetivos, contenido y estructura del argumentario de ventas.

– Tipos de argumentos: racionales y emocionales.

– Elaboración del argumentario de ventas según tipos de productos, según tipología de clientes y según tipo de canales de distribución.

– Preparación del material de apoyo para reforzar los argumentos, según tipos de productos y según tipología de clientes.

4. Desarrollo de entrevistas de venta:

– La venta personal.

– Formas de venta: tradicional, autoservicio, sin tienda, televenta y venta online, entre otras.

– La comunicación en las relaciones comerciales.

– El proceso de comunicación. Elementos. Barreras en la comunicación.

– La comunicación verbal. Normas para hablar en público.

– La comunicación telefónica en la venta. Uso de las nuevas tecnologías.

– La comunicación escrita. Cartas comerciales.

– La comunicación no verbal en la venta y las relaciones con clientes.

– Fases de la entrevista de ventas.

– Técnicas de venta: modelo AIDA (atención, interés, deseo, acción). Técnica SPIN (situación, problema, implicación, necesidad). Sistema de entrenamiento Zelev Noel.

– Concertación y preparación de la visita.

– Toma de contacto y presentación.

– Sondeo y determinación de las necesidades del cliente.

– Presentación del producto y argumentación, aplicando técnicas de venta.

– La demostración del producto, utilizando material de apoyo.

– Las objeciones del cliente. Técnicas de tratamiento de las objeciones.

– Negociación de las condiciones de la operación. Asertividad y empatía.

– Cierre de la venta. Señales de compra y aplicación de técnicas de cierre.

– Despedida y final de la entrevista.

– Seguimiento de la venta.

– Los servicios postventa: asesoramiento e información, garantía, asistencia técnica y reparaciones, recambios y repuestos.

– Gestión de incidencias, quejas y reclamaciones de clientes.

– Servicios de atención, satisfacción y fidelización de clientes.

– Herramientas de gestión de las relaciones con clientes (CRM).

5. Formalización del contrato de compraventa y otros contratos afines:

– El contrato: características y requisitos básicos. Tipos de contratos.

– El contrato de compraventa. Características, elementos y requisitos.

– Normativa que regula la compraventa: compraventa civil y mercantil.

– Derechos y obligaciones del vendedor y del comprador.

– Clausulado general de un contrato de compraventa.

– El contrato de compraventa a plazos.

– El contrato de suministro.

– El contrato estimatorio o de ventas en consignación.

– Los contratos de transporte y de seguro.

– Los contratos de leasing y de renting.

– Los contratos de factoring y de forfaiting.

6. Gestión de la documentación comercial y de cobro de las operaciones de venta:

– Documentación comercial generada en las ventas. Facturas y albaranes.

– Confección, registro y archivo de documentos.

– El cobro de la venta. Documentos de cobro y pago.

– Clasificación de medios de pago según fiabilidad, coste y plazo de pago.

– El pago en efectivo.

– La transferencia bancaria.

– La ley cambiaria y del cheque.

– El cheque. Tipología y funcionamiento.

– La letra de cambio.

– El pagaré.

– Operaciones asociadas a los medios de pago. Endoso y aval.

– Gestión de cobro de efectos comerciales.

– Anticipación del cobro. Negociación y descuento bancario.

– La gestión de impagados.

– Los medios de pago electrónicos.

7. Determinación de los precios y el importe de las operaciones de venta:

– Determinación del precio de venta al público del producto o servicio. Elementos que forman parte del precio.

– Cálculo del precio de venta, aplicando un determinado margen comercial expresado en forma de porcentaje sobre el precio de coste.

– Cálculo del precio, aplicando un determinado margen expresado en forma de porcentaje sobre el precio venta.

– Cálculo del importe total de una operación de venta.

– Aplicación del interés en las operaciones comerciales.

– Concepto de interés. Interés simple e interés compuesto.

– Cálculo del interés simple.

– Métodos abreviados para el cálculo del interés de varios capitales al mismo tipo de interés y diferentes períodos de tiempo.

– Concepto de descuento. Descuento racional y descuento comercial.

– Cálculo del descuento racional o matemático.

– Cálculo del descuento comercial.

– Negociación de efectos comerciales. Cálculo del descuento y del efectivo resultante de una remesa de efectos.

– Sustitución de deudas. Vencimiento común y vencimiento medio.

– Cálculo del importe de operaciones comerciales en moneda extranjera.

2.4. METODOLOGÍA.

2.4.1. METODOLOGÍA DEL MÓDULO.

Según el artículo 42.3 de la Ley Orgánica 2/2006 (LOE), «La formación profesional promoverá la integración de contenidos científicos, tecnológicos y organizativos y garantizará que el alumnado adquiera los conocimientos y capacidades relacionadas con las áreas establecidas en la disposición adicional tercera de la Ley 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional». En estos objetivos debe basarse la metodología didáctica de los distintos módulos, como establece el artículo 18.4 del Real Decreto 1538/2006, de 15 de diciembre: «La metodología didáctica de las enseñanzas de formación profesional integrará los aspectos científicos, tecnológicos y organizativos que en cada caso correspondan, con el fin de que el alumnado adquiera una visión global de los procesos productivos propios de la actividad profesional correspondiente».

La metodología es uno de los elementos fundamentales que componen la presente programación ya que responde al “cómo” desarrollaremos nuestras situaciones de enseñanza aprendizaje. Se entiende como el conjunto de estrategias, procedimientos y

acciones organizadas y planificadas por el profesorado, de manera consciente y reflexiva, con la finalidad de posibilitar el aprendizaje del alumnado y el logro de los resultados de aprendizaje. Asimismo, las enseñanzas de este ciclo se impartirán con una metodología flexible y abierta, basada en el autoaprendizaje y adaptadas a las condiciones, capacidades y necesidades personales del alumnado, de forma que permitan la conciliación del aprendizaje con otras actividades y responsabilidades.

En el IES Mesa y López contamos con un compromiso docente, que consiste en la incorporación de los principios o acuerdos metodológicos del centro a la realidad de nuestras aulas. Dichos principios metodológicos forman parte del Diseño Universal de Aprendizaje, DUA, tratándose de una educación equitativa y de calidad para todo el alumnado y con todo el alumnado, eliminando las prácticas excluyentes que impiden avanzar, progresar a su ritmo y donde predominará la participación activa del alumnado.

Partiremos de las fortalezas de las capacidades de todo el alumnado, promoviendo espacios donde las diferencias se diluyen, donde la educación se centra en la intervención y en la calidad de vida, conjugando así aspectos cognitivos, emocionales y éticos. Los ejes de actuación en la presente programación de acuerdo con el DUA con:

- Facilitar múltiples opciones de representación de la información.

- Ofrecer varias opciones de acción y de expresión al alumnado para alcanzar los objetivos.

- Fomentar la motivación y las formas de compromiso.

En coherencia con los ejes del DUA, en la presente programación, del presente módulo, se aplicarán los siguientes principios metodológicos:

- Ambiente en el aula: procurando que sea propicio al aprendizaje, como por ejemplo creando rutinas al inicio de las clases.
- Utilidad del aprendizaje: de forma que cuando introducimos un aprendizaje nuevo se explicará la utilidad y la importancia.
- Se utilizarán recursos como noticias de prensa, casos prácticos, rutinas de pensamiento, etc.
- Conocimientos previos: trataremos de averiguar estos conocimientos en nuestro alumnado empleando recursos como preguntas abiertas, lluvias de ideas o planteamiento de problemas.
- Modelos metodológicos: facilitar el aprendizaje apostando por una metodología variada (con un mínimo de tres modelos metodológicos), activa y constructiva, que promueva la autonomía del alumnado.

- Diseño de actividades: se diseñarán situaciones de aprendizaje que incluyan ejercicios o tareas adecuadas para cada momento, que atiendan al desarrollo de distintos procesos mentales, que favorezcan la atención a la diversidad y a los distintos estilos de aprendizaje (visual, auditivo y kinestésico).
- Se utilizarán recursos como los mapas conceptuales, los resúmenes o las listas de cotejo.
- Recursos didácticos: este principio priorizará los recursos variados pero siempre rentabilizando el tiempo. Estos recursos dinamizarán las clases, consiguiendo de esta forma motivar al alumnado. En el siguiente gráfico mostraremos la Rueda de recursos DUA de este instituto, con recursos que se emplearán en las situaciones de enseñanza- aprendizaje de la presente programación
- Evaluación Formativa: la manera de evaluación incluirá actividades de heteroevaluación, autoevaluación y coevaluación, haciendo entender al alumnado un error como una oportunidad de aprendizaje. Además se emplearán distintos instrumentos para evaluar como, por ejemplo: pruebas escritas, exposiciones orales, informes, trabajos de investigación, etc.

Por ello, en el módulo PROCESOS DE VENTAS se aplicarán métodos de aprendizaje basados en:

- Exposición, análisis y estudio de los contenidos de carácter teórico.

- Planteamiento y resolución de situaciones laborales basadas en la realidad, que incluyan aplicación de técnicas y métodos de ventas en todas sus modalidades.

- Identificación del proceso de decisión de compra del consumidor o consumidora:

- Diferenciación entre clientes o clientas y consumidores o consumidoras.

- Definición y clasificación de las necesidades del consumidor o consumidora.

- Clasificación de las compras, atendiendo al comportamiento racional o impulsivo del consumidor o consumidora y/o usuario o usuaria.

- Definición de las funciones y perfil de los vendedores y vendedoras

- Simulación de la estructura de un equipo de ventas.

- Elección de la estructura o forma de organizar ese equipo de ventas.

- Determinación del número de vendedores y vendedoras.

- Organización del proceso de venta:

- Planificación de programas de acción.

- Simulación de un proceso de venta: prospección de clientes y clientas, y concertación y preparación de la entrevista.

- Realización de entrevistas de venta:

- Simulación de entrevistas (entre grupos de alumnos y alumnas), teniendo en cuentas aspectos como: contacto y presentación, argumentación y sondeo de necesidades.

- Simulación de acciones de seguimiento de las ventas: tratamiento de incidencias, devoluciones, quejas, reclamaciones y control de servicios postventa.

- Formalización del contrato de compraventa.

- Localización de distintos tipos de contratos.

- Distinción de los contratos de compraventa de otros.

- Cumplimentación de contratos de compraventa, cuidando las formas y el lenguaje.

- Elaboración de documentación anexa al contrato de compraventa.

- Localización de la normativa sobre contratos.

- Gestión de la documentación comercial y de cobro de las operaciones de venta:

  - Cumplimentación, registro y archivo de la documentación comercial generada.
  - Cumplimentación, registro y archivo de la documentación de cobro.
  - Localización de la normativa sobre los medios de pago.

- Determinación de los precios y el importe de las operaciones de venta: Partiendo de unos precios de compra, tanto en euros como en divisas, aplicación de los gastos, descuentos, impuestos, etc., para llegar al precio de venta.

El contenido del módulo PROCESOS DE VENTAS no debe impartirse aislado, sino en relación con otros del mismo título, en especial con el denominado Tratamiento Informático de la Información, en el que se adquieren conocimientos sobre procesadores de textos, herramienta imprescindible en la confección de la mayoría de los documentos. Por ello, habrá que trabajar ambos módulos de forma coordinada para que cuando el estudiante sea capaz de manejar con soltura la herramienta informática, pueda aplicarla en la elaboración de los documentos contemplados en este módulo.

En cada una de las unidades de trabajo del libro se ofrecen numerosos ejemplos que pueden ilustrar los contenidos del mismo, así como actividades. En muchos casos (tanto en ejemplos como en actividades) resultará muy útil su discusión en grupos, y la puesta en común de las opiniones de los propios estudiantes, con el objetivo de ayudarles en su proceso de reflexión y toma de conciencia sobre la importancia de las comunicaciones en todos los ámbitos profesionales y sociales.

2.4.2. AGRUPAMIENTOS.

La metodología es eminentemente activa y participativa, proponiendo en los alumnos los siguientes enfoques:

1.- Su participación activa en el proceso de enseñanza-aprendizaje y que desarrolle su capacidad de autonomía y responsabilidad personal.

2.- El desarrollo en el alumno de su capacidad para aprender por sí mismo, de modo que adquiera madurez.

3.- El desarrollo de la capacidad de trabajo en equipo, por medio de actividades de aprendizaje realizadas en grupo, respetando el trabajo de los demás, participando activamente en la organización y desarrollo de tareas colectivas y cooperando en la superación de las dificultades con una actitud tolerante.

Para ello, exponemos el siguiente **PLAN DE TRABAJO**:

A. JUSTIFICACIÓN

Partiremos del principio de que no todos los alumnos aprenden de la misma forma, ni con la misma rapidez. No todos tienen las mismas habilidades, ritmos o estilos de trabajo, ni

parten de mundos idénticos, ni poseen los mismos conocimientos, ni motivaciones e intereses, etc. Por lo tanto, es necesario prestar atención a esta diversidad ya que pretendemos que todo el alumnado se vea inmerso en un proceso de aprendizaje adecuado a sus características. Por consiguiente, se hace necesario aclarar cuál va a ser el papel del alumno/a en el proceso de enseñanza – aprendizaje.

El alumno/a participará activamente en su propio proceso de aprendizaje desde el principio. Además de la participación en las actividades diseñadas para toda la clase, son muy importantes el trabajo y la tarea individuales o en pequeños grupos; estas tareas estarán dirigidas principalmente a propiciar que los alumnos sean más responsables de su trabajo, que reflexionen sobre la utilidad de lo que están haciendo y cómo lo están haciendo y sobre su progreso, etc. Estas estrategias normalmente se desarrollarán al finalizar una unidad o en los debates al final de ciertas actividades, al realizar la autoevaluación, etc. Todo esto contribuye en gran manera al desarrollo de la autonomía del alumnado y a responsabilizarse de su propio progreso.

Por otra parte, consideramos importante, también, que el alumnado conozca cual va a ser el papel de la profesora. Partimos de la base que los alumnos son los principales protagonistas de su proceso de aprendizaje, pero éste depende del papel que desempeñe la profesora al intervenir en este proceso. La profesora asumirá diferentes papeles, según el momento en el que se encuentre la clase y en qué etapa del proceso de aprendizaje se hallen, de ahí que la profesora creará las condiciones esenciales para que se produzca el aprendizaje: preparar y organizar el trabajo, ayudar en el desarrollo del trabajo, coordinar acciones, impulsar actitudes positivas hacia los nuevos contenidos. Con una intervención activa, reflexiva y sobre todo ajustada a las distintas necesidades que los alumnos muestran durante el proceso de aprendizaje.

B. DISEÑO:

Por todo lo expuesto anteriormente, se hace necesario diseñar un PLAN DE TRABAJO con el fin de alcanzar y desarrollar las capacidades contempladas en la Programación del Módulo para este curso.

El alumno/a tendrá que partir del acatamiento de las siguientes pautas de trabajo en el aula, que se pondrán en práctica en aquellas unidades que la profesora estime seguir esta metodología de trabajo:

1. Trabajo Individual: El alumno hará una lectura individual comprensiva y autónoma del tema en cuestión haciendo un análisis de todas aquellas posibilidades expresivas que se le presente y que honestamente considere desconocidas. Para ello debe abordar su estudio a partir de las vertientes siguientes:

1.1 Leer el tema, artículo o cuestión tantas veces como sea necesario con el fin de desarrollar la capacidad de comprender los contenidos de las unidades y poder transferir información o emitir opiniones sobre los mismos con coherencia y cohesión mostrando voluntad de entender y hacerse entender, a partir de la valoración de la lectura como medio de adquirir conocimiento. Alcanzando, asimismo, el objetivo de comprender y expresarnos con propiedad, autonomía y creatividad.

1.2 Una vez extraída la idea global del tema en cuestión, el alumno/a debe dedicar todo su empeño en subrayar lo más relevante del tema con el fin de dar respuesta a todas aquellas cuestiones específicas que se podrían plantear.

1.3 Recopilar y definir todo el vocabulario desconocido que encuentre en cada UD en su libreta índice.

2. Trabajo en grupo: la clase se dividirá en grupos uniformes en relación al número de alumnos de la clase. Cada miembro del grupo expondrá una parte del tema, que será evaluado de forma individual y en grupo.

Un aspecto fundamental a tener en cuenta en el proceso de aprendizaje es la solidaridad, pues entendemos que la heterogeneidad de los miembros del grupo es un factor inevitable. En consecuencia, la ayuda desinteresada al compañero/a se valorará como un aspecto importante a tener en cuenta en la evaluación.

3. **Debate.**
4. **Realización de las actividades**: Estas serán copiadas y contestadas en el cuaderno del alumno, junto con los resúmenes y esquemas que estará en todo momento preparado para ser controlado por la profesora.

   Con respecto a las actividades cabe señalar que las mismas se clasificarán en:

   ****Actividades Propias del Módulo:**

   – Preparación de una visita comercial con la información obtenida en la herramienta de gestión de las relaciones con clientes.
   – Elaboración del argumentario de ventas de productos de gran consumo.

   – Utilización de técnicas de comunicación verbal (oral y escrita) y no v verbal aplicadas al proceso de venta.

   – Utilización de herramientas informáticas en la presentación de productos y servicios.
   – Utilización de técnicas venta, negociación y refutación de objeciones.

– Elaboración de contratos de compraventa y documentación anexa, utilizando el procesador de textos.

– Cumplimentación de los documentos de diversos medios de pago.

– Gestión informatizada de sugerencias.

– Utilización de herramientas de gestión de las relaciones con clientes en preparación de visitas, servicios postventa y fidelización de clientes.

– Realización de cálculos relativos a las operaciones de venta y de cobro y pago.

**** Actividades Complementarias y Extraescolares**

Las recogidas en la Programación General Anual. Además de todas aquellas que vayan surgiendo a lo largo del curso académico siendo explicitadas puntualmente, una vez hayan sido consensuadas por todos los miembros del departamento.

5. Instrumentos de Evaluación:

- La observación directa del profesor/a (la asistencia a clase es fundamental).
- El cuaderno del alumno/a o actividades en fotocopias.
- Pruebas escritas.
- Pruebas orales.
- Debates y puestas en común de los temas.
- Utilización de técnicas venta, negociación y refutación de objeciones.

2.4.3. ESPACIOS.

Los espacios y equipamientos que deben reunir los centros de formación profesional, para permitir el desarrollo de las actividades de enseñanza, son los establecidos en el anexo IV de esta orden y deberán cumplir lo establecido en el artículo 11 del Real Decreto 1573/2011, de 4 de noviembre, así como la normativa sobre igualdad de oportunidades, diseño para todos y accesibilidad universal, prevención de riesgos laborales y seguridad y salud en el puesto de trabajo.

Los recursos y materiales utilizados son los disponibles en el centro y que se relacionan a continuación de forma breve:

- Equipos informáticos: ordenadores portátiles y de sobremesa.
- Periódicos y revistas de negocios.

- Libro de texto: libro específico para el módulo, nos apoyaremos en el de PROCESOS DE VENTA de la Editorial Mc Graw Hill.
- Acceso a Internet.
- Proyector, pantalla, pizarra.
- Biblioteca de aula o centro.
- Campus creado por el docente.
- Fotocopias de ejercicios que puedan ser de interés para el módulo.

2.4.4. USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN(TIC´S)

El uso de las TIC´S se realiza de una forma continua y frecuente en la práctica diaria de docencia en el módulo. Reflejo de ello es la utilización del aula virtual creada por el docente, así como el uso de ordenadores y tabletas por parte del alumnado como instrumento de enseñanza-aprendizaje.

2.5. ESTRATEGIAS PARA DESARROLLAR LA EDUCACIÓN EN VALORES Y LA INTERDISCIPLINARIEDAD.

La educación no es solo la adquisición de competencias sino también una experiencia donde se adquieran valores que mejoren la vida profesional, personal y social del alumnado, así como el mejoramiento conjunto de la sociedad. Por ello en este módulo contempla la transmisión y trabajo de los valores recogidos en la legislación educativa, así como en la propia Constitución Española.

Además, esta programación quiere destacar que se intentarán transmitir los siguientes valores importantes para la vida académica, profesional, personal y social del alumnado:

- Valorar el trabajo bien hecho.
- Espíritu crítico.
- Espíritu de mejora.
- Lenguaje inclusivo.
- Cuidado del medioambiente.
- Valorar la inteligencia emocional y la utilización de las habilidades sociales.

2.6. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.

La diversidad educativa de los alumnos se manifiesta a través de cuatro factores:

- La capacidad para aprender
- La motivación para aprender
- Los estilos de aprendizaje
- Los intereses

Es preciso detectar la diversidad del alumnado, tanto desde las evaluaciones iniciales como desde la observación a lo largo del desarrollo didáctico de la materia, y clasificarla en función de sus manifestaciones: desmotivación, atrasos conceptuales, limitaciones y superdotaciones personales, etc.

En tal sentido, el profesor/a ajustará la ayuda pedagógica a las diferentes necesidades de los alumnos y facilitará recursos o estrategias variadas, que permitan dar respuesta a la diversidad que presenta el alumnado.

Las vías para el tratamiento de la diversidad se contemplan de forma simultánea y complementaria, pues partiendo del enfoque metodológico ya explicitado anteriormente, donde se hace hincapié en la observación directa del alumno en el aula en su proceso de aprendizaje, proponemos las siguientes concreciones:

a) La programación y desarrollo de los contenidos y de las unidades de trabajo se planifican con suficiente flexibilidad.

b) Se propondrán actividades de refuerzo, ampliación y consolidación de contenidos con sus criterios de evaluación adaptados.

c) Empleo de metodologías didácticas diferentes, que se adecuen a los distintos grados de capacidades previas, a los diferentes niveles de autonomía y responsabilidad de los alumnos y a las dificultades o logros detectados en procesos de aprendizaje anteriores.

d) Adaptación de las actividades a las motivaciones y necesidades de los alumnos, planteando aquéllas a un nivel situado entre lo que ya saben hacer los alumnos autónomamente y lo que son capaces de hacer con la ayuda y guía del profesor o de sus compañeros (Aprendizaje Cooperativo).

Todo ello se concreta en el planteamiento didáctico que comprende los diversos niveles de competencia en el aula, cuyo objetivo es atender tanto a los alumnos/as que requieren refuerzo educativo como a los que tengan facilidad para el aprendizaje y necesiten nuevos retos, para que así todos participen en el proceso de aprendizaje con motivación y plena satisfacción.

2.7. EVALUACIÓN.

El proceso evaluativo de cada Módulo del Ciclo Formativo debe realizarse de acuerdo con la normativa vigente:

- Resolución de 21 de septiembre de 2012, (art. 4) de la Dirección General de Formación Profesional y Educación de Adultos: instrucciones para la organización de las enseñanzas de Formación Profesional del sistema educativo reguladas por la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, en la Comunidad Autónoma de Canarias a partir del curso académico 2012-2013.

- En aspectos no recogidos en la Resolución anterior, se seguirá la Orden de 3 de diciembre de 2003, que modifica la Orden de 20 de octubre de 2000: las características de la evaluación y parámetros o indicadores de evaluación.

- Decreto 156/96 de 20 de junio, por el que se establece la Ordenación General de las Enseñanzas de Formación Profesional Específica en la Comunidad Autónoma de Canarias (art. 22).

- Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo (art. 51).
- RD 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas.

El diseño específico de la Evaluación de este Ciclo Formativo se guiará por las siguientes pautas generales:

2.7.1. Tipos y características de evaluación

La evaluación se ha de desarrollar a lo largo de todo el proceso de enseñanza-aprendizaje del alumnado, aplicándose la evaluación continua (art. 2.1 Orden de 20 de octubre de 2000) durante todo el periodo de formación; la misma conlleva que esta evaluación sea a su vez formativa porque se evalúa el proceso de forma frecuente e interactiva proporcionando información para la mejora, tanto del proceso de enseñanza-aprendizaje como de la actividad docente. Es necesaria la asistencia del alumnado (art. 2.5), esta asistencia regular será imprescindible para garantizar la adquisición de los Resultados de aprendizaje. También la evaluación es sumativa porque se mide mediante pruebas (de forma continua o final); la calificación de estas estará indicada, con su porcentaje correspondiente, en las actividades de evaluación de cada U.T.

El sistema de evaluación ordinario que se aplica es trimestral y engloba en 1er curso tres evaluaciones, una por cada trimestre del curso escolar; para 2o curso, dos evaluaciones para todos los Módulos, excepto el Módulo de Proyecto y FCT, los cuales serán evaluados en el tercer trimestre.

El sistema de evaluación extraordinario (artículo 3.e de la Orden 20 de octubre de 2000) se contempla para el supuesto de que el alumnado haya perdido su derecho a la evaluación continua por razones de inasistencia reiterada y no haya podido utilizarse los instrumentos de evaluación previstos para el sistema ordinario.

Al principio de curso (aprox. mediados de octubre) se realizará una sesión de evaluación inicial del alumnado, donde el tutor/a dará información al equipo docente con el objetivo de conocer las características del alumnado y tomar decisiones sobre la atención a la diversidad, si fuese necesario. Esta evaluación no conlleva calificación, los acuerdos que se adopten por el equipo educativo se recogerán en un acta y será tenida en cuenta en la propuesta didáctica de cada módulo.

Los Criterios de Evaluación de cada Módulo son los que valoran el grado de consecución de los Resultados de Aprendizaje y están definidos en el RD 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas

2.7.2. Procedimientos e instrumentos de evaluación, criterios de calificación.

Son instrumentos de evaluación a utilizar por la docente:

A- Exámenes: pruebas teórico-prácticas escritas sobre los contenidos de las unidades didácticas.
Las pruebas podrán contener preguntas tipo:

- Preguntas tipo test.
- Verdadero/Falso.
- De Selección Múltiple
- Preguntas cortas.
- Supuestos prácticos.

B- Trabajos:

B.1. Actividades de enseñanza-aprendizaje realizadas en clase. Para darla por superada deberá alcanzar los criterios de evaluación asociados a dichas actividades con una puntuación igual o superior a 5 puntos.
B.2. Elaboración de grupo, con o sin exposición oral. Dado que la nota a obtener por cada alumno/a es el resultado del trabajo del grupo, la falta de asistencia a clase durante la realización del trabajo supondrá que dicho/a alumno/a tendrá una nota inferior al resto de componentes.
B.3. Actividades Complementarias.

Se recuerda que la actitud irá en todo caso incluida en la puntuación de las actividades.

PORCENTAJE DE CALIFICACIÓN

PORCENTAJE DE CALIFICACIÓN	INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN
40 %	EXÁMENES
60%	ACTIVIDADES

Las faltas de ortografía restarán en cada prueba 0,25 hasta un máximo de 2 puntos.

- Dentro de los criterios a considerar, siempre que sea posible por las características de la actividad, deberán contemplarse, al menos, los siguientes aspectos:

o Formato y redacción (estructuración de la información, homogeneidad de formato,ortografía, gramática, etc.): en respuesta a los objetivos y competencias generales de los ciclos de la familia de comercio relacionados con la correcta comunicación.

o Plazo: en respuesta a los objetivos y competencias generales de los ciclos de la familia de comercio relacionados con la organización, coordinación y cumplimiento de sus obligaciones profesionales. **Toda actividad no entregada en plazo, sin causa justificada, pasará a considerarse tarea de recuperación, con dicha consideración.**

o Trabajo en equipo: en respuesta a los objetivos y competencias generales de los ciclos de la familia de comercio relacionados con la organización, coordinación y colaboración con los equipos profesionales.

o Comunicación verbal y no verbal.
o Trabajo en el aula: en respuesta a los objetivos y competencias generales: Implicación, esfuerzo, constancia, autonomía...

Respecto a las **consideraciones generales**:

- El sistema de calificación será numérica, salvo que la docente establezca previamente un sistema alternativo de calificación.
- Para poder calcular la nota media y aprobar el módulo, será necesario obtener una calificación mínima de 5 (notas numéricas), apto o equiparable al apto. Se podrá hacer una excepción a la norma anterior si el docente, en base a los elementos de evaluación disponible, puede corroborar la obtención del criterio de evaluación o resultado de aprendizaje a través de otra prueba o actividad. En estos casos, a nivel excepcional, se podrá calcular la media incluyendo actividades o pruebas con un resultado de 4 puntos.

Respecto a la **recuperación dentro de la evaluación continua**:

- Los alumnos/as que no hayan alcanzado alguno de los criterios de evaluación, deberán recuperar los mismos.
- La recuperación se planteará para los criterios de evaluación no alcanzados, excluyendo de la recuperación las pruebas/actividades que el alumnado haya superado.
- **La nota máxima para obtener en esta recuperación será de 5 para cualquier tipo de prueba.**

Respecto a la **pérdida de la evaluación continua**:

- El alumnado que ha perdido la evaluación continua deberá ser evaluado a partir de dos elementos de evaluación, no solo una única prueba final realizada al finalizar el curso .

- Cuando, debido a la naturaleza del módulo, no sea posible valorar la obtención de los resultados de aprendizaje exclusivamente a través de pruebas objetivas globales, se podrá requerir al alumnado la realización, entrega y presentación de otras actividades evaluables.
- La nota máxima que podrá obtener en esta evaluación final será de 5 para las pruebas objetivas.

Cuando se integren otras actividades evaluables en este tipo de evaluación final, deberá informarse con antelación suficiente al alumnado y especificarse el peso de cada actividad y prueba a llevar a cabo dentro de la calificación total.

EVALUACIÓN DEL ALUMNADO CON DERECHO A LA EVALUACIÓN CONTÍNUA. (EVALUACIÓN ORDINARIA)

El alumnado que no alcance la calificación de suficiente en algún/os de los distintos módulos tendrá derecho al siguiente procedimiento de recuperación:

Tanto si no ha superado la evaluación habiendo o no realizado los trabajos o actividades y los exámenes, podrá recuperar la misma con un examen escrito y/o un trabajo de la parte o partes no superadas. En el primer caso, se tratará en la presentación y exposición de los trabajos y actividades correspondientes, y en el segundo caso, se tratará de una prueba escrita en la que el alumnado deberá responder a unas preguntas con el fin de demostrar que ha adquirido los conocimientos suficientes para superar los resultados de aprendizaje.

Dicha recuperación se podrá realizar durante el siguiente trimestre y solo de las unidades de trabajo no superadas.

EVALUACIÓN DEL ALUMNADO CON PÉRDIDA DE EVALUACIÓN CONTINUA. (EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA).

- El alumno perderá el derecho a la evaluación continua en el módulo según el Reglamento de Prevención de absentismo escolar. En tal caso, serán evaluados por el sistema extraordinario, que consistirá en una prueba teórica y otra práctica, en la que se evaluarán los conceptos básicos del módulo.

- La recuperación del alumnado con pérdida de evaluación continua consistirá en la realización de una prueba escrita y en la realización de un conjunto de actividades o trabajos correspondientes a los contenidos que el profesorado considere para cada módulo, lo cual deberá ser entregado en la fecha de realización de la prueba escrita. Dicha entrega será condición indispensable para poder realizar la misma. Los apartados de valoración anterior deben obtener un mínimo del 50% cada uno para considerar superado el módulo evaluado. Cuando uno de ellos no sea igual o superior al 50% de calificación se considerará el módulo no superado.

En cuanto a los **criterios de calificación** del módulo, en términos generales y en coherencia con el enfoque de la programación diseñada, se desarrollará de la siguiente manera:

Actividades, ejercicios y trabajos de enseñanza aprendizaje. */CONTENIDOS PROCEDIMENTALES* Participación y actitud en clase /CONTENIDOS ACTITUDINALES	60% de la calificación
Actividades de evaluación Prueba escrita /CONTENIDOS CONCEPTUALES	40% de la calificación

Siendo necesario obtener 5 puntos (Suficiente) sobre 10 en cada UT para que pueda promediar. Las calificaciones se realizarán en una escala de 10, con la siguiente tabla de equivalencias:

1-4: INSUFICIENTE	5-5: SUFICIENTE	6-6: BIEN	7-8: NOTABLE	9-10: SOBRESALIENTE

3. SECUENCIA DE LAS UNIDADES DE TRABAJO.

- Programación de las Unidades de Trabajo

UNIDAD DE TRABAJO 1: La decisión de compra del consumidor .

OBJETIVOS DIDÁCTICOS:

- Definir los tipos de consumidores diferenciando el consumidor final del industrial o institucional.

- Conocer el comportamiento del consumidor y los aspectos que comprende.

- Distinguir las necesidades del consumidor y diferenciar los tipos.

- Reconocer los tipos de compras según el comportamiento del consumidor.

- Conocer el proceso de decisión de compra del consumidor final y explicar las fases del proceso y las variables que influyen.

- Apreciar los determinantes internos que influyen en el proceso de compra.

- Conocer las variables externas del proceso de compra.

- Interpretar las variables del marketing.

- Explicar el proceso de compra del consumidor industrial o institucional.

- Distinguir los tipos de consumidores

- Diferenciar los tipos de clientes.

CONTENIDOS:

1.1.- Introducción.

1.2.- Tipos de consumidores. ¿Quiénes constituyen el mercado?.
1.3.- Estudio del comportamiento del consumidor. ¿Qué productos se compran y por qué?.

1.4.- Las necesidades del consumidor. ¿Por qué se compra?.
1.5.- Tipos de compras según el comportamiento del consumidor.

1.6.- El proceso de decisión de compra del consumidor final.

1.7.- El proceso de decisión de compra del consumidor industrial e institucional.

1.8.- Tipología de clientes

CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

Establecidos en base a la estructura de contenidos de la unidad, al finalizar la misma el estudiante deberá ser capaz de:

a) Se han identificado los tipos de consumidores, diferenciando el consumidor final o particular y el industrial u organizacional.

b) Se ha definido el contenido y los aspectos que comprende el estudio del comportamiento del consumidor y/o usuario.

c) Se han definido y clasificado las necesidades del consumidor, teniendo en cuenta el orden jerárquico que se establece a la hora de satisfacerlas.

d) Se han clasificado las compras, atendiendo al comportamiento racional o impulsivo del consumidor y/o usuario.

e) Se han identificado las fases del proceso de compra del consumidor final, analizando los factores que determinan su complejidad y duración.

f) Se han analizado los determinantes internos y externos que influyen en el proceso de decisión de compra de los consumidores y/o usuarios.

g) Se han identificado las fases del proceso de compra del consumidor industrial, comparando el proceso con el del consumidor final.

h) Se han caracterizado las tipologías de clientes, atendiendo a su comportamiento.

UNIDAD DE TRABAJO 2: El departamento de ventas.

OBJETIVOS DIDÁCTICOS:

- Organizar el proceso de venta definiendo las líneas de actuación de los vendedores, de acuerdo con los objetivos fijados en el plan de ventas.

CONTENIDOS:

1.- Introducción.
2.- Funciones del departamento de ventas. 3.- Funciones de la dirección de ventas.
4.- Planificación de las ventas. Objetivos
5.- Factores que condicionan la organización del departamento de ventas. 6.- Estructura organizativa del departamento de ventas.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

Establecidos en base a la estructura de contenidos de la unidad, al finalizar la misma el estudiante deberá ser capaz de:

a) Se ha preparado la documentación necesaria para realizar una visita comercial, consultando la información de cada cliente en la herramienta de gestión de relaciones con clientes (CRM).

b) Se ha concertado y preparado la entrevista de ventas, adaptando el argumentario a las características, necesidades y potencial de compra de cada cliente, de acuerdo con los objetivos fijados.

c) Se ha preparado el material de apoyo y la documentación necesaria.

d) Se ha realizado la presentación y demostración del producto, utilizando técnicas de venta adecuadas para persuadir al cliente.

e) Se han previsto las posibles objeciones del cliente y se han definido las técnicas y los argumentos adecuados para la refutación de las mismas.

f) Se han utilizado técnicas de comunicación verbal y no verbal en situaciones de venta y relación con el cliente.

g) Se ha planificado la negociación de los aspectos y condiciones de la operación que pueden ser objeto de negociación.

h) Se han utilizado técnicas para lograr el cierre de la venta y obtener el pedido.

UNIDAD DE TRABAJO 3: El equipo de ventas.

OBJETIVOS DIDÁCTICOS:

- Valorar la importancia de la venta personal.

- Distinguir e identificar los distintos tipos ventas.

- Describir la comunicación en las relaciones comerciales

- Definir el proceso de comunicación, elementos y barreras.

- Apreciar la importancia de la comunicación verbal y conocer las normas para hablar en

público.

- Apreciar la importancia de la comunicación telefónica y conocer las nuevas tecnologías.

- Apreciar la importancia de la comunicación escrita y realizar cartas comerciales.

- Apreciar la importancia de la comunicación no verbal.

- Describir las fases de la entrevista de venta.

- Conocer y aplicar las diferentes técnicas de ventas.

- Saber concertar y preparar la visita.

- Ejecutar con éxito la toma de contacto y la presentación.

- Determinar las necesidades de los clientes.

- Presentar y argumentar el producto.

- Saber hacer la demostración de un producto usando el material de apoyo.

- Conocer las técnicas para tratar las objeciones de los clientes.

- Saber negociar las condiciones de la venta utilizando la asertividad y la empatía.

- Conocer las señales de compra y las fases del cierre.

- Apreciar y aplicar con acierto la despedida y el final de la entrevista.

- Valorar la importancia del seguimiento de la venta y de la posventa.
- Gestionar incidencias, quejas y reclamaciones de los clientes.
- Aplicar servicios de atención y fidelización de clientes.
- Conocer las herramientas de gestión de las relaciones con clientes (CRM).

CONTENIDOS:

5.1.- El equipo de ventas. Concepto.

5.2.- Determinación del tamaño del equipo de ventas.

5.3.- Delimitación de las zonas de ventas y asignación de vendedores.

5.4.- Planificación de las visitas a clientes. Tipos y frecuencia de las visitas.

5.5.- Diseño de las rutas de ventas.

5.6.- Elaboración del programa de ventas y las líneas de actuación del vendedor.

6.- DESARROLLO DEL PROGRAMA DE VENTAS

6.1.- Introducción

6.2.- El proceso de venta

6.3.- La prospección de clientes

6.4.- Preparación de la venta

6.5.- Elaboración del argumento de ventas

CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

Establecidos en base a la estructura de contenidos de la unidad, al finalizar la misma el estudiante deberá ser capaz de:

a) Se ha preparado la documentación necesaria para realizar una visita comercial, consultando la información de cada cliente en la herramienta de gestión de relaciones con clientes (CRM).

b) Se ha concertado y preparado la entrevista de ventas, adaptando el argumentario a las características, necesidades y potencial de compra de cada cliente, de acuerdo con los objetivos fijados.

c) Se ha preparado el material de apoyo y la documentación necesaria.

d) Se ha realizado la presentación y demostración del producto, utilizando técnicas de venta adecuadas para persuadir al cliente.

e) Se han previsto las posibles objeciones del cliente y se han definido las técnicas y los argumentos adecuados para la refutación de las mismas.

f) Se han utilizado técnicas de comunicación verbal y no verbal en situaciones de venta y relación con el cliente.

g) Se ha planificado la negociación de los aspectos y condiciones de la operación que pueden ser objeto de negociación.

h) Se han utilizado técnicas para lograr el cierre de la venta y obtener el pedido.

UNIDAD DE TRABAJO 4: Los vendedores .

OBJETIVOS DIDÁCTICOS:

- Definir el concepto de vendedor, y enumerar las funciones.
- Describir el papel del vendedor en la venta personal.
- Clasificar los tipos de vendedores según la empresa en la que prestan sus servicios.
- Clasificar los tipos de vendedores según la naturaleza del producto.
- Clasificar los tipos de vendedores según la actividad o tipo de venta.
- Reconocer las cualidades personales y profesionales de un buen vendedor

- Describir el manual del buen vendedor

- Reconocer la importancia de la formación y perfeccionamiento del vendedor.

- Apreciar la importancia de la motivación en los vendedores y enumerar los factores motivadores.

- Distinguir los diferentes sistemas de remuneración de los vendedores.

CONTENIDOS:

2.1.- Introducción
2.2.- El vendedor. Concepto y funciones
2.3.- El perfil del vendedor profesional
2.4.- Conocimientos del vendedor
2.5.- El manual del vendedor
2.6.- Formación de vendedores
2.7.- Sistemas de remuneración de los vendedores 2.8.- Motivación de los vendedores

CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

Establecidos en base a la estructura de contenidos de la unidad, al finalizar la misma el estudiante deberá ser capaz de:

a) Se han establecido las funciones y responsabilidades de los vendedores en la venta personal.

b) Se han clasificado los vendedores en función de las características de la empresa en la que prestan servicios, el tipo de venta que realizan y la naturaleza del producto.

c) Se ha definido el perfil del vendedor profesional, analizando las cualidades personales, habilidades profesionales y conocimientos que debe tener un buen vendedor.

d) Se han descrito distintos puestos de trabajo de ventas y el perfil de los vendedores más adecuados para los mismos.

e) Se han determinado las necesidades de formación, perfeccionamiento y reciclaje del equipo de vendedores.

f) Se ha definido el contenido del programa de formación y perfeccionamiento de los vendedores.

g) Se ha valorado la importancia de la motivación de los vendedores analizando los principales factores motivadores.

h) Se han identificado los sistemas de retribución de los vendedores más habituales.

UNIDAD DE TRABAJO 5: Formalización del contrato de compraventa y otros contratos afines

Nota: A esta unidad le corresponden las 7 y 8 en el texto de referencia de McGraw-Hill

OBJETIVOS DIDÁCTICOS:

- Apreciar la importancia de los contratos y sus características.
- Distinguir los tipos de contratos.
- Definir el contrato de compraventa y conocer las características, elementos y requisitos.
- Conocer la normativa que regula la compraventa.
- Conocer los derechos y obligaciones del vendedor y del comprador.
- Analizar las cláusulas del contrato de compraventa.
- Definir el contrato de compraventas a plazos.
- Definir el contrato de suministros.
- Definir el contrato estimatorio.
- Definir el contrato de leasing.
- Definir el contrato de factoring.

CONTENIDOS:

7.1.- Introducción
7.2.- El contrato. Requisitos y características
7.3.- Tipos de contratos
7.4.- Normativa que regula la compraventa. Compraventa civil y compraventa mercantil

7.5.- Derechos y obligaciones del comprador y del vendedor
7.6.- Clausulado general de un contrato de compraventa
7.7.- El contrato de compraventa a plazos

8.- CONTRATOS AFINES AL DE COMPRAVENTA

8.1.- Introducción
8.2.- El contrato de suministro
8.3.- El contrato estimatorio o de "ventas de consignación"

8.5.- El contrato de transporte
8.6.- El contrato de seguro. Contratos de arrendamiento mercantil. Leasing y renting.

8.7.- Los contratos de factoring y de forfaiting

CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

Establecidos en base a la estructura de contenidos de la unidad, al finalizar la misma el estudiante deberá ser capaz de:

a) Se ha interpretado la normativa que regula los contratos de compraventa.

b) Se ha caracterizado el contrato de compraventa, los elementos que intervienen y los derechos y obligaciones de las partes, analizando su estructura y las cláusulas habituales que se incluyen en el mismo.

c) Se ha cumplimentado el contrato de compraventa en el que se recogen los acuerdos entre vendedor y comprador, utilizando un procesador de textos.

d) Se ha interpretado la normativa que regula el contrato de compraventa a plazos y los requisitos que se exigen para su formalización.

e) Se ha caracterizado el contrato de ventas en consignación analizando los casos en que procede su formalización.

f) Se ha caracterizado el contrato de suministro, analizando los supuestos en los que se requiere para el abastecimiento de materiales y servicios.

g) Se han analizado los contratos de leasing y renting como alternativas de adquisición y financiación del inmovilizado de la empresa.

UNIDAD DE TRABAJO 6: Gestión de la documentación comercial y de cobro de las operaciones de venta

Nota: A esta unidad le corresponden las 9, 10 y 11 en el texto de referencia de McGraw-Hill.

OBJETIVOS DIDÁCTICOS:

- Describir los principales documentos comerciales.

- Confeccionar, registrar y archivar documentos.

- Definir el cobro de la venta y conocer y cumplimentar los documentos de cobro y pago.

- Clasificar los medios de pago según fiabilidad, coste y plazo de pago.

- Distinguir los tipos de pago: efectivo, transferencia bancaria, la letra de cambio, el cheque y el pagaré.

- Conocer la normativa referente a los diferentes medios de pago.

- Diferenciar las operaciones asociadas a los medios de pago. Endoso y aval.

- Gestionar el cobro de los efectos comerciales.

- Identificar y distinguir la anticipación del cobro, negociación y descuento bancario.

- Gestionar los impagos.

- Reconocer la importancia de los medios de pago electrónicos.

CONTENIDOS:

9.1.- Introducción
9.2.- Confección, registro y archivo de documentos

9.3.- Documentación comercial generada en las ventas

9.4.- Formalización de pedidos en las ventas a distancia

9.5.-El albarán
9.6.- La factura

10.- DOCUMENTOS DE FORMALIZACIÓN DE COBRO Y PAGO (I)

10.1.- Introducción
10.2.- El cobro de la venta
10.3.- Documentos de cobro y pago: cobro al contado

10.4.- La transferencia bancaria

10.5.- El pago en efectivo

11.- DOCUMENTOS DE FORMALIZACIÓN DE COBRO Y PAGO (II): PAGO APLAZADO

11.1.- Introducción
11.2- La Ley Cambiaria y del Cheque
11.3.- La letra de cambio

11.4.- El pagaré
11.5.- Operaciones asociadas a los medios de pago
11.6.- Gestión de cobro y negociación de efectos comerciales

11.7.- Gestión de impagados
11.8.- Medios de pago electrónicos

CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

Establecidos en base a la estructura de contenidos de la unidad, al finalizar la misma el estudiante deberá ser capaz de:

a) Se ha gestionado la documentación comercial de diferentes operaciones de venta, desde la recepción del pedido hasta el envío y recepción por parte del cliente.

b) Se ha establecido el modo de formalizar el pedido por parte del cliente, en ventas a distancia (por catálogo, televenta, teléfono móvil e Internet, entre otros)

c) Se han identificado las distintas formas de pago, analizando el procedimiento y la documentación necesaria en cada caso.

d) Se han diferenciado los medios de pago al contado de los aplazados.

e) Se han comparado los medios y formas de pago, analizando las ventajas y desventajas en términos de coste, seguridad y facilidad de uso.

f) Se ha cumplimentado la documentación correspondiente a los diferentes medios de pago.

g) Se han cumplimentado cheques, letras de cambio, pagarés y demás documentación correspondiente a los diferentes medios de pago.

h) Se ha identificado la documentación correspondiente a las operaciones de endoso, aval y gestión de cobro de medios de pago.

UNIDAD DE TRABAJO 7: Determinación de los precios y el importe de las operaciones de venta

Nota: A esta unidad le corresponden las 12 y 13 en el texto de referencia de McGraw-Hill

OBJETIVOS DIDÁCTICOS:

- Determinar, el precio de venta al público del producto o servicio y distinguir los elementos que forman parte del precio.

- Calcular el precio de venta, aplicando un determinado margen comercialexpresado en forma de porcentaje sobre el precio de coste.

- Calcular del precio, aplicando un determinado margen expresado en forma de porcentaje sobre el precio venta.

- Calcular del importe total de una operación de venta.

- Aplicar el interés en las operaciones comerciales.

- Definir el concepto de interés. Interés simple e interés compuesto.

- Calcular del interés simple.

- Conocer y aplicar los métodos abreviados para el cálculo del interés de varios capitales al mismo tipo de interés y diferentes períodos de tiempo.

- Definir y aplicar el concepto de descuento. Descuento racional y descuento comercial.

- Calcular el descuento racional o matemático.

- Calcular el descuento comercial.

- Conocer y aplicar la negociación de efectos comerciales. Calcular del descuento y del efectivo resultante de una remesa de efectos.

- Calcular el vencimiento medio y el vencimiento común.

- Calcular del importe de operaciones comerciales en moneda extranjera.

CONTENIDOS:

12.- DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA
12.1.- Introducción
12.2.- Determinación del precio de venta al público. Elementos del precio

12.3.- Cálculo del importe total de una operación
12.4.- Cálculo del importe de operaciones comerciales en moneda extranjera
13.- EL INTERÉS EN LAS OPERACIONES COMERCIALES
13.1.- Introducción. El concepto de interés
13.2.- Aplicación del interés en las operaciones comerciales

13.3.- El interés en las operaciones bancarias
13.4.- Interés simple e interés compuesto
13.5.- Cálculo del interés simple
13.6.- Métodos abreviados para el cálculo del interés de varios capitales al mismo tipo de interés y diferentes periodos de tiempo.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

Establecidos en base a la estructura de contenidos de la unidad, al finalizar la misma el estudiante deberá ser capaz de:

a) Se ha calculado el precio de venta del producto, aplicando un cierto margen comercial expresado en forma de porcentaje del precio de coste.

b) Se ha calculado el precio de venta del producto, aplicando un margen comercial expresado en forma de un porcentaje sobre el precio de venta.

c) Se ha determinado el importe total de una operación de venta, aplicando los descuentos y gastos acordados y el IVA correspondiente.

d) Se ha calculado el interés de diferentes operaciones, definiendo las variables que lo determinan y aplicando un determinado tipo de interés.

e) Se ha calculado el descuento de diferentes operaciones, aplicando un determinado tipo de descuento.

f) Se ha calculado el descuento y el efectivo resultante de una remesa de efectos.

g) Se han cumplimentado facturas de negociación de efectos comerciales, aplicando un determinado tipo de descuento y la correspondiente comisión.

*** Consideraciones sobre la temporalización y secuenciación de contenidos.**

Los miembros del Departamento, conscientes de la gran diversidad existente en el alumnado no solo en lo que respecta a conocimientos previos sobre la materia sino que reconociendo, además, la existencia de diferentes grados de motivación, diferentes ritmos y estilos de aprendizaje- y viéndonos en la obligación de dar respuesta a todas y cada una de las necesidades que se presentan cada día en el aula con el fin de implicar y responsabilizar al alumnado en adoptar su verdadero papel en el proceso de enseñanza-aprendizaje, deseamos manifestar lo siguiente:

Nuestra Programación, especialmente en lo referido a la Secuenciación de Contenidos y su temporalización en los diferentes niveles de competencia, está sujeta en todo momento al criterio de cada profesor/a, que considerará siempre lo más conveniente para cada grupo. Por consiguiente, consideramos necesario cierta flexibilidad, pues será es el profesor/a quien tendrá que tomar las decisiones que considere oportunas con el fin de dar respuesta a la diversidad desde el aula, sin que esto suponga una reducción significativa de los objetivos generales a alcanzar en el ciclo.

2.6. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.

La diversidad educativa de los alumnos se manifiesta a través de cuatro factores:

- La capacidad para aprender
- La motivación para aprender
- Los estilos de aprendizaje

- Los intereses

Es preciso detectar la diversidad del alumnado, tanto desde las evaluaciones iniciales como desde la observación a lo largo del desarrollo didáctico de la materia, y clasificarla en función de sus manifestaciones: desmotivación, atrasos conceptuales, limitaciones y superdotaciones personales, etc.

En tal sentido, el profesor/a ajustará la ayuda pedagógica a las diferentes necesidades de los alumnos y facilitará recursos o estrategias variadas, que permitan dar respuesta a la diversidad que presenta el alumnado.

Las vías para el tratamiento de la diversidad se contemplan de forma simultánea y complementaria, pues partiendo del enfoque metodológico ya explicitado anteriormente, donde se hace hincapié en la observación directa del alumno en el aula en su proceso de aprendizaje, proponemos las siguientes concreciones:

a) La programación y desarrollo de los contenidos y de las unidades de trabajo se planifican con suficiente flexibilidad.

b) Se propondrán actividades de refuerzo, ampliación y consolidación de contenidos con sus criterios de evaluación adaptados.

c) Empleo de metodologías didácticas diferentes, que se adecuen a los distintos grados de capacidades previas, a los diferentes niveles de autonomía y responsabilidad de los alumnos y a las dificultades o logros detectados en procesos de aprendizaje anteriores.

d) Adaptación de las actividades a las motivaciones y necesidades de los alumnos, planteando aquéllas a un nivel situado entre lo que ya saben hacer los alumnos autónomamente y lo que son capaces de hacer con la ayuda y guía del profesor o de sus compañeros (Aprendizaje Cooperativo).

Todo ello se concreta en el planteamiento didáctico que comprende los diversos niveles de competencia en el aula, cuyo objetivo es atender tanto a los alumnos/as que requieren refuerzo educativo como a los que tengan facilidad para el aprendizaje y necesiten nuevos retos, para que así todos participen en el proceso de aprendizaje con motivación y plena satisfacción.

2.8. PLANES DE RECUPERACIÓN.

Las recuperaciones son nuevas oportunidades que se le dan al alumnado de superar cualquier actividad de evaluación pendiente, después de darle los refuerzos necesarios y bajando el nivel de dificultad, sin que esto signifique modificar los resultados de aprendizaje que el alumnado debe adquirir.

Para aquellos alumnos/as que tengan actividades de evaluación pendientes, tendrán la oportunidad de recuperarlas, como mínimo una vez. No obstante, a continuación, se describen los dos sistemas de recuperación, tal y como establece la normativa: ordinario y extraordinario.

Para recuperar una evaluación no superada hay que realizar las actividades de recuperación programadas por el profesor del módulo profesional. La puntuación de estas actividades será numérica, siendo la puntuación máxima de seis puntos, siendo necesario obtener un mínimo de cinco puntos para superar dicha prueba. Si obtiene entre 5 y 7,5 se le califica con un cinco, si obtiene más de 7,5 se le califica con 6.

a) Ordinaria

Se fijarán dos únicas convocatorias (primera y recuperación) para cada prueba teórico- práctica a lo largo del trimestre, así como un examen final sobre todos los contenidos no superados a lo largo del curso, al que podrán concurrir las personas que no hayan superado las pruebas en el trimestre correspondiente. Si se concurre a la segunda convocatoria de una prueba teórica-práctica (recuperación), la puntuación máxima a obtener será de 6 puntos en lugar de 10. La calificación máxima, cuando se concurra a la tercera convocatoria de la prueba -examen final- será de 5 puntos.

Aquellos trabajos que no sean recuperables, debido a sus especiales características, sólo serán sustituidos por una actividad alternativa de recuperación.

De forma excepcional, los trabajos grupales podrán realizarse de forma individual en el caso de faltas debidamente justificadas.

b) Extraordinaria

El alumnado que de forma justificada no puede asistir a clase durante parte del curso, la evaluación extraordinaria no se limita a la propuesta de una prueba o examen, sino que incluyen la realización de un conjunto de actividades que permitan evaluar el nivel de adquisición de las capacidades por parte del alumnado, de acuerdo con las características del módulo profesional y teniendo como referentes los resultados de aprendizaje y los criterios de evaluación.

La nota máxima que obtener en esta evaluación final será de 5 para las pruebas objetivas.

Cuando se integren otras actividades evaluables en este tipo de evaluación final, deberá informarse con antelación suficiente al alumnado y especificarse el peso de cada actividad y prueba a llevar a cabo dentro de la calificación total.

3. SECUENCIA DE LAS UNIDADES DE TRABAJO

Secuencia de contenidos y temporalización.

EVAL.	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	% RA	UNIDADES DE TRABAJO	HORAS	% PROG.
1	RA1	100	UT1. La decisión de compra del consumidor.	14	8.75
1	RA3	35	UT2. El departamento de ventas.	12	7.5
1	RA3	35	UT3. El equipo de ventas.	12	7.5
1	RA2	100	UT4. Los vendedores.	14	8.75
1	RA3	30	UT5. Prospección y preparación de la presentación.	10	6.25
2	RA4	100	UT6. Técnicas de venta y comunicación.	16	10
2	RA5	100	UT7. El contrato de compraventa. Contratos afines al de compraventa.	22	13.75
2	RA6	48	UT8. Documentos de formalización de la venta.	14	8.75
2	RA6	26	UT9. Documentos de formalización de cobro y pago (I).	8	5
3	RA6	26	UT10. Documentos de formalización del cobro y plazo (II): pago aplazado.	8	5
3	RA7	34	UT11. Determinación del precio de venta.	10	6.25

3	RA7	66	UT12. El interés y el descuento en las operaciones comerciales.	20	12.5
			TOTAL	**160**	**100**

Valor de cada resultado de aprendizaje con respecto a la totalidad del curso escolar:

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	%
1. Identifica el proceso de decisión de compra del consumidor y/o usuario, analizando los factores que inciden en el mismo y las tipologías de clientes.	8
2. Define las funciones, conocimientos y perfil de los vendedores, analizando las necesidades de formación, motivación y remuneración del equipo de ventas.	8
3. Organiza el proceso de venta, definiendo las líneas de actuación del vendedor, de acuerdo con los objetivos fijados en el plan de ventas.	20
4. Desarrolla entrevistas con supuestos clientes, utilizando técnicas de venta, negociación y cierre adecuadas, dentro de los límites de actuación establecidos por la empresa.	10
5. Formaliza los contratos de compraventa y otros contratos afines, analizando las cláusulas más habituales de acuerdo con la normativa vigente.	14
6. Gestiona la documentación comercial y de pago/cobro de las operaciones de compraventa, cumplimentando los documentos necesarios.	20
7. Determina los precios y el importe de las operaciones, aplicando el cálculo comercial en los procesos de venta.	20