

PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA

MÓDULO PROFESIONAL

PROCESOS DE VENTA

CURSO 2018/19

CFGM ACTIVIDADES COMERCIALES
1^{er} CURSO

DEPARTAMENTO DE COMERCIO Y MARKETING

I.E.S. LA ERÍA (OVIEDO)

INDICE	Página
1. DATOS IDENTIFICATIVOS DEL MÓDULO	2
2. COMPETENCIAS PROFESIONALES	3
3. OBJETIVOS GENERALES	3
4. RESULTADOS DE APRENDIZAJE	4
5. OBTENCIÓN DE UNIDADES DE TRABAJO DEL MÓDULO PROFESIONAL A PARTIR DE LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y DE LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN	6
6. ANÁLISIS DE LOS CONTENIDOS DEL MÓDULO PROFESIONAL Y SU RELACIÓN CON LAS UNIDADES DE TRABAJO.	20
7. DISTRIBUCIÓN TEMPORAL DE LOS CONTENIDOS	29
8. METODOLOGÍA DIDÁCTICA	30
9. EVALUACIÓN	31
9.1 PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	31
9.2 CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.....	32
9.3 ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN Y EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA DE SEPTIEMBRE	33
9.4 NORMAS SOBRE ASISTENCIA A CLASE. PÉRDIDA DE LA EVALUACIÓN CONTINUA	33
10. INCORPORACIÓN DE LOS CONTENIDOS TRANSVERSALES	34
11. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD DE LOS ALUMNOS/AS	34
12. MEDIOS, RECURSOS Y MATERIALES	35
13. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES	35
14. EL MÓDULO “PROCESOS DE VENTA” EN LA ENSEÑANZA A DISTANCIA	36

1. DATOS IDENTIFICATIVOS DEL MÓDULO

Módulo Profesional	PROCESOS DE VENTA
Código	1230
Ciclo Formativo	ACTIVIDADES COMERCIALES
Nivel Profesional	GRADO MEDIO
Curso	1º
Duración	163 horas
Tipo de módulo	Módulo asociado a la unidad de competencia: UC0239_2: Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización.
Objetivos Generales del Ciclo	d), e), o), q), r), s), t), u), v) y w)
Competencias del Título	c), k), m), n), ñ), o), p) y q)
Normativa que regula el título	<ul style="list-style-type: none"> • <i>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. (BOE del 27/12/2011)</i> • <i>Decreto 56/2013, de 24 de julio, por el que se establece el currículo del ciclo formativo de Grado Medio de Formación Profesional en Actividades Comerciales.</i>
Referente europeo	CINE-3b (Clasificación Internacional Normalizada de la Educación).
Especialidad del Profesorado	Organización y Gestión Comercial (Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria)
Familia Profesional	COMERCIO Y MARKETING

2. COMPETENCIAS PROFESIONALES

(Relación de Competencias profesionales, respetando la letra con la que aparece en el Real Decreto)

- 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.
- j) Ejecutar los planes de atención al cliente, gestionando un sistema de información para mantener el servicio de calidad que garantice el nivel de satisfacción de los clientes, consumidores o usuarios.
- 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.
- 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.
- 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

3. OBJETIVOS GENERALES

Objetivos generales del Ciclo a los que contribuye el módulo.

(Relación de Objetivos generales, respetando la letra con la que aparece en el Real Decreto)

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales del ciclo:

- 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.

4. 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.
2. Define las funciones, conocimientos y perfil de los vendedores, analizando las necesidades de formación, motivación y remuneración del equipo de ventas.
3. Organiza el proceso de venta, definiendo las líneas de actuación del vendedor, de acuerdo con los objetivos fijados en el plan de ventas.

4. Desarrolla entrevistas con supuestos clientes, utilizando técnicas de venta, negociación y cierre adecuadas, dentro de los límites de actuación establecidos por la empresa.
5. Formaliza los contratos de compraventa y otros contratos afines, analizando las cláusulas más habituales de acuerdo con la normativa vigente.
6. Gestiona la documentación comercial y de pago/cobro de las operaciones de compraventa, cumplimentando los documentos necesarios.
7. Determina los precios y el importe de las operaciones, aplicando el cálculo comercial en los procesos de venta.

5. OBTENCIÓN DE UNIDADES DE TRABAJO DEL MÓDULO PROFESIONAL A PARTIR DE LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y DE LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN	MÍNIMOS EXIIBLES	UNIDADES DE TRABAJO (UT)
<p>RA 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</p> <p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Se han identificado los tipos de personas que consumen, diferenciando entre final o particular e industrial u organizacional. b) Se ha definido el contenido y los aspectos que comprende el estudio del comportamiento de personas consumidoras y/o usuarias. c) Se han definido y clasificado las necesidades de quienes consumen, 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 de la persona que consume y/o usuaria. e) Se han identificado las fases del proceso de compra de la persona consumidora 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 personas consumidoras y/o usuarias. g) Se han identificado las fases del proceso de compra de la persona consumidora industrial, comparando el proceso con el de la consumidora final. h) Se han caracterizado las tipologías de clientela, atendiendo a su comportamiento de compra, su personalidad y sus motivaciones de compra. 	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de los distintos tipos de consumidores - Identificación de las fases del proceso de compra. - Clasificación de las necesidades de los consumidores - Clasificación de las compras, atendiendo al comportamiento racional o impulsivo de los consumidores. - Descripción de los internos y externos que influyen en el proceso de decisión de compra de personas consumidoras y/o usuarias. - Identificación de las fases del proceso de compra de la persona consumidora industrial. - Tipologías de clientela, atendiendo a su comportamiento de compra, su personalidad y sus motivaciones de compra. 	<p>UT 01: Identificación del proceso de decisión de compra del consumidor</p>

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN	MÍNIMOS EXIGIBLES	UNIDADES DE TRABAJO (UT)
<p>RA 2: Define las funciones, conocimientos y perfil de los vendedores, analizando las necesidades de formación, motivación y remuneración del equipo de ventas.</p> <p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Se han establecido las funciones y responsabilidades de quienes se ocupan de las ventas en la venta personal. b) Se han clasificado las personas encargadas de las ventas 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 de la persona vendedora profesional, analizando las cualidades personales, habilidades profesionales y conocimientos que debe tener un buen personal de ventas. d) Se han descrito distintos puestos de trabajo de ventas y el perfil más adecuado para los mismos. e) Se han determinado las necesidades de formación, perfeccionamiento y reciclaje del equipo de ventas. f) Se ha definido el contenido del programa de formación y perfeccionamiento del personal de ventas. g) Se ha valorado la importancia de la motivación del personal de ventas analizando los principales factores motivadores. h) Se han identificado los sistemas de retribución del personal de ventas más habituales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Establece las funciones del personal de venta. - Clasificar adecuadamente al personal de venta en función de las características de la empresa y el tipo de venta. - Definir el perfil del vendedor/a - Descripción de los distintos puestos de trabajo relacionados con la venta - Determinar las necesidades de formación y el contenido de un programa de formación. - Valorar la importancia de motivar al personal de ventas. - Identificar los sistemas de remuneración. 	<p>UT 02: Definición de las funciones y perfil de los vendedores</p>

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN	MÍNIMOS EXIGIBLES	UNIDADES DE TRABAJO (UT)
<p>RA 3: Organiza el proceso de venta, definiendo las líneas de actuación del vendedor, de acuerdo con los objetivos fijados en el plan de ventas.</p> <p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Se ha calculado el número de vendedores que se requieren para cumplir los objetivos del plan de ventas de la empresa. b) 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. c) Se han aplicado técnicas de prospección de clientes, atendiendo a las características del producto/servicio ofertado. d) 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. e) Se han planificado las visitas a clientes, aplicando las rutas de ventas que permiten optimizar los tiempos del vendedor y reducir los costes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Analiza el del concepto de Equipo de ventas y de sus componentes, así como de la jerarquía que se establece y que determina los diferentes niveles organizativos. - Determina el tamaño del equipo de ventas a través del cálculo de vendedores necesarios para cubrir las zonas de ventas. - Asigna a los vendedores a las diferentes zonas delimitadas. - Planifica las visitas, estableciendo tipos y frecuencia de las visitas. - Diseña las diferentes rutas en función de las necesidades de zona y tiempo del que se dispone. - Elabora el programa de ventas y las líneas de actuación de los vendedores ajustados a dicho programa. 	<p>UT 4: Organización del equipo de ventas</p> <p>UT 5: El equipo de ventas</p>

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN	MÍNIMOS EXIGIBLES	UNIDADES DE TRABAJO (UT)
<p>RA 4: Desarrolla entrevistas con supuestos clientes, utilizando técnicas de venta, negociación y cierre adecuadas, dentro de los límites de actuación establecidos por la empresa</p> <p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 ha planificado la negociación de los aspectos y condiciones de la operación que pueden ser objeto de negociación. g) Se han utilizado técnicas para lograr el cierre de la venta y obtener el pedido. 	<ul style="list-style-type: none"> - Uso de técnicas de comunicación en las relaciones comerciales, desarrollo de la expresión verbal, no verbal y la escrita en situaciones de venta y relación con el cliente. - Conocimiento de las objeciones del cliente y del cierre de la venta - Realización del seguimiento de la venta - Manejo de los servicios postventa - Analiza el concepto de proceso de ventas y de las fases que lo componen - Elabora la prospección de clientes a partir de las diferentes fuentes de información de las que dispone la empresa - Prepara la venta a partir de los objetivos definidos y mediante los contenidos y la estructura del argumentario - Elabora el argumentario de ventas en función de los condicionantes que le afectan y preparando el material de apoyo. 	<p>UT 3: Comunicación y técnicas de venta</p> <p>UT 6: Desarrollo de entrevistas de venta</p>

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN	MÍNIMOS EXIGIBLES	UNIDADES DE TRABAJO (UT)
<p>RA 5: Formaliza los contratos de compraventa y otros contratos afines, analizando las cláusulas más habituales de acuerdo con la normativa vigente.</p> <p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 personas encargadas de las ventas y compradoras, 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. 	<ul style="list-style-type: none"> - Analiza el concepto general de contrato, comprende sus requisitos y características y diferencia sus tipos. - Identifica e interpreta la normativa mercantil aplicable a los contratos de compraventa. - A partir de unas condiciones pactadas en la venta de un producto o servicio, confecciona el contrato de venta que formalice la ejecución de la operación de acuerdo con la normativa aplicable. - Discrimina entre compraventa civil y mercantil. - Formaliza el contrato de compraventa a plazos (con procesador de textos). - Identifica las situaciones en las que se puede aplicar otros contratos afines a la compraventa. 	<p>UT 7: Formalización del contrato de compraventa y otros contratos afines</p>

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN	MÍNIMOS EXIGIBLES	UNIDADES DE TRABAJO (UT)
<p>RA 6: Gestiona la documentación comercial y de pago/cobro de las operaciones de compraventa, cumplimentando los documentos necesarios.</p> <p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</p> <p>a) Se ha gestionado la documentación comercial de diferentes operaciones de venta, desde la recepción del pedido hasta el envío y recepción por parte de la clientela</p> <p>b) Se ha establecido el modo de formalizar el pedido por parte de la clientela, en ventas a distancia (por catálogo, televenta, teléfono móvil e Internet, entre otros).</p> <p>c) Se han identificado las distintas formas de pago, analizando el procedimiento y la documentación necesaria en cada caso.</p> <p>d) Se han diferenciado los medios de pago al contado de los aplazados.</p> <p>e) Se han comparado los medios y formas de pago, analizando las ventajas y desventajas en términos de coste, seguridad y facilidad de uso.</p> <p>f) Se ha cumplimentado la documentación correspondiente a los diferentes medios de pago.</p> <p>g) Se han cumplimentado cheques, letras de cambio, pagarés y demás documentación correspondiente a los diferentes medios de pago.</p> <p>h) Se ha identificado la documentación correspondiente a las operaciones de endoso, aval y gestión de cobro de medios de pago.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Realiza el proceso de elaboración de documentos. - Identificar la documentación comercial que surge de la relación mercantil entre dos partes según las costumbres o disposiciones legales. - Determinar la formalización del pedido en aquellas ventas realizadas sin la presencia física simultánea del comprador y del vendedor. - Analizar el albarán como documento que acredita la entrega de un pedido y de las condiciones en que se ha realizado. - Analizar la factura como documento en el que se informa al comprador de todos los productos, condiciones y detalles económicos de una operación de compraventa. - Analizar el cobro de la venta. - Identificar los documentos de cobro y pago analizando el procedimiento y las características del cheque y el recibo. - Analizar las características de la transferencia bancaria: personas que intervienen y tipos. - Analizar el pago en efectivo - Analizar la letra de cambio como documento de pago aplazado. - Determinación de las operaciones asociadas a los medios de pago. 	<p>UT 8: Gestión de la documentación comercial y de cobro de las operaciones de venta</p>

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN	MÍNIMOS EXIGIBLES	UNIDADES DE TRABAJO (UT)
<p>RA 7: Determina los precios y el importe de las operaciones, aplicando el cálculo comercial en los procesos de venta</p> <p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> 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. h) Se ha determinado el importe total de una operación de venta en moneda extranjera 	<ul style="list-style-type: none"> - Calcular el precio de venta del producto, aplicando un cierto margen comercial expresado en forma de porcentaje del precio de coste. - Calcular el precio de venta del producto, aplicando un margen comercial expresado en forma de un porcentaje sobre el precio de venta. - Determinar el importe total de una operación de venta, aplicando los descuentos y gastos acordados y el IVA correspondiente. - Calcular el interés de diferentes operaciones, definiendo las variables que lo determinan y aplicando un determinado tipo de interés. - Calcular el descuento de diferentes operaciones, aplicando un determinado tipo de descuento. - Calcular el descuento y el efectivo resultante de una remesa de efectos. - Determinar el importe total de una operación de venta en moneda extranjera 	<p>UT 9: Determinación del precio y del importe en las operaciones de venta</p>

6. ANÁLISIS DE LOS CONTENIDOS DEL MÓDULO PROFESIONAL Y SU RELACIÓN CON LAS UNIDADES DE TRABAJO.

UT 01: IDENTIFICACIÓN DEL PROCESO DE DECISIÓN DE COMPRA DEL CONSUMIDOR

Conceptos (Contenidos soporte)	Procedimientos	Actitudes	Actividades de enseñanza aprendizaje
<ul style="list-style-type: none"> - 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. 	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de los tipos de consumidores. - Definición del comportamiento del consumidor final. - Definición y clasificación de las necesidades del consumidor. - Clasificación de las compras. - Identificación de las fases del proceso de compra. - Análisis de los factores determinantes en el proceso de decisión de compra. - Caracterización de las tipologías de clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Valorar la importancia que tiene para la empresa y para el vendedor el conocimiento del comportamiento del consumidor, para poder inducirle a la compra de un producto - Interés por el trabajo. - Orden y limpieza en el trabajo - Colaboración de trabajo en equipo y en igualdad de derechos y oportunidades. - Responsabilidad en el trabajo. - Participación en las visitas, discusiones y debates. - Comprensión de los intereses, afectos o sentimientos de los demás. - Comprensión y empatía hacia los demás. - Utilización del lenguaje correcto y no sexista. 	<ul style="list-style-type: none"> - Enumeración de los distintos tipos de consumidores y sus características. - Identificación de las necesidades que satisfacen productos o servicios concretos. Puesta en común y debate. - Enumeración de las posibles motivaciones de compra de productos y servicios concretos. Puesta en común y debate. - Análisis de distintas personalidades de los posibles clientes. - Resolución de un cuestionario teórico-práctico para la autoevaluación del alumnado, y repaso de conceptos clave.

UT 02: DEFINICIÓN DE LAS FUNCIONES Y PERFIL DE LOS VENDEDORES

Conceptos (Contenidos soporte)	Procedimientos	Actitudes	Actividades de enseñanza aprendizaje
<ul style="list-style-type: none"> - 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. 	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de los tipos de vendedores. - Establecimiento de las funciones y responsabilidades de los vendedores. - Clasificación de los vendedores en función de diversos parámetros. - Definición y descripción del perfil del vendedor profesional. - Descripción de las cualidades que debe desarrollar un vendedor en las relaciones comerciales. - Definición de los programas de formación para vendedores. - Descripción del manual del vendedor - Valoración de la motivación de los vendedores. - Identificación de los sistemas de retribución y motivación de los vendedores. 	<ul style="list-style-type: none"> - Valorar la importancia de las ventas para la supervivencia de la empresa. - Comprender la importancia que tiene para un vendedor desarrollar las habilidades necesarias para la venta. - Mostrar interés por las relaciones entre el vendedor y el cliente. - Comprender la necesidad de la formación profesional para el desarrollo de su trabajo. - Orden y limpieza en el trabajo - Colaboración de trabajo en equipo y en igualdad de derechos y oportunidades. - Participación en las visitas, discusiones y debates. - Aceptación de responsabilidades.. - Comprensión y empatía hacia los demás. - Utilización del lenguaje correcto y no sexista. 	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de los distintos tipos de personal de ventas en las distintas situaciones de venta. - Enumeración de los tipos de vendedores según la empresa en la que prestan sus servicios y según la naturaleza del producto. - Puesta en común de las situaciones que hayan tenido los alumnos con distintos vendedores. - Debate sobre los conocimientos que debe poseer un vendedor y sobre las necesidades de motivación. - Resolución de un cuestionario teórico-práctico para la autoevaluación del alumnado, y repaso de conceptos clave.

UT 3: COMUNICACIÓN Y TÉCNICAS DE VENTA

Conceptos (Contenidos soporte)	Procedimientos	Actitudes	Actividades de enseñanza aprendizaje
<ul style="list-style-type: none"> - 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 . Técnica SPIN . Sistema de entrenamiento Zelev Noel. - Concertación y preparación de la visita. - Toma de contacto y presentación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de los distintos tipos de comunicación utilizados en la venta personal. - Manejo de los distintos sistemas de comunicación escrita con los clientes. - Manejo de los distintos sistemas de comunicación oral presenciales y no presenciales. - Interpretación del lenguaje corporal. - Identificación de las comunicaciones comerciales utilizando las nuevas tecnologías. - Redacción de las distintas comunicaciones escritas teniendo en cuenta el contenido, la presentación y la exposición. - Identificación de las distintas técnicas de venta. - Descripción del proceso que sigue el vendedor desde la concertación de la visita hasta el encuentro con el cliente 	<ul style="list-style-type: none"> - Comprender la importancia que tiene la comunicación entre las personas y los departamentos de una empresa. - Valorar la importancia que tiene la comunicación para el trabajo en equipo. - Orden y limpieza en el trabajo - Colaboración de trabajo en equipo y en igualdad de derechos y oportunidades. - Responsabilidad en el trabajo. - Participación en las visitas, discusiones y debates. - Aceptación de responsabilidades. - Comprensión y empatía hacia los demás. - Utilización del lenguaje correcto y no sexista. - Flexibilidad y disposición receptiva ante cualquier idea o planteamiento nuevo 	<ul style="list-style-type: none"> - Enumeración de las técnicas de comunicación utilizadas en las distintas formas de venta personal. - Debate sobre utilización de las distintas técnicas de comunicación en las relaciones comerciales. - Casos prácticos sobre la expresión verbal, no verbal y la escrita en situaciones de venta y relación con el cliente. - Análisis de la forma de concertar y preparar todo lo necesario para la entrevista de venta y demostración de producto: material de apoyo, argumentos, estrategias de negociación y cierre. - Resolución de casos prácticos de comprensión de los contenidos propuestos.

UT 4: ORGANIZACIÓN DEL PROCESO DE VENTA

Conceptos (Contenidos soporte)	Procedimientos	Actitudes	Actividades de aprendizaje
<ul style="list-style-type: none"> - 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. 	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación del lugar que ocupa el departamento de ventas dentro de la organización empresarial destacando la necesidad de coordinación con el resto de departamentos que la componen. - Identificación e interrelación de las funciones que debe desarrollar el departamento de ventas en la empresa. - Análisis de las funciones del director de ventas como responsable máximo. - Análisis de la planificación de las ventas en función de sus objetivos. - Descripción de la forma de organización óptima el departamento de ventas. - Descripción las diferentes opciones que se plantean en el momento de organizar el departamento de ventas y sus posibles variaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> - Interés por el trabajo. - Orden y limpieza en el trabajo - Colaboración de trabajo en equipo y en igualdad de derechos y oportunidades. - Responsabilidad en el trabajo. - Participación en las visitas, discusiones y debates. - Aceptación de responsabilidades. - Comprensión y empatía hacia los demás. - Utilización del lenguaje correcto y no sexista. - Flexibilidad y disposición receptiva ante cualquier idea o planteamiento nuevo 	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación las funciones del departamento de ventas de una empresa y las responsabilidades del director de ventas. - Diferenciación de las distintas formas de organización del departamento de ventas por zonas geográficas, por productos y por clientes, entre otras. - Descripción del organigrama de la organización comercial de una empresa. - Resolución de un cuestionario teórico-práctico para la autoevaluación del alumnado, y repaso de conceptos clave.

UT 5: EL EQUIPO DE VENTAS

Conceptos (Contenidos soporte)	Procedimientos	Actitudes	Actividades de aprendizaje
<ul style="list-style-type: none"> - 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 estructural 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. 	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis del equipo de ventas y de sus componentes, así como de la jerarquía en los diferentes niveles organizativos. - Determinación del tamaño del equipo de ventas. - Asignación de los vendedores a las diferentes zonas delimitadas - Planificación de las visitas, estableciendo tipos y frecuencias de las visitas - Diseño de las diferentes rutas en función de las necesidades de zona y tiempo del que se dispone - Elaboración del programa de ventas y de las líneas de actuación de los vendedores. - Elaboración de la prospección de clientes a partir de las diferentes fuentes de información de las que dispone la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Comprender la necesidad de planificar las acciones de ventas para lograr los objetivos. - Valorar la importancia de realizar una adecuada organización del equipo de ventas - Interés por el trabajo. - Orden y limpieza en el trabajo - Colaboración de trabajo en equipo y en igualdad de derechos y oportunidades. - Responsabilidad en el trabajo. - Participación en las visitas, discusiones y debates. - Aceptación de responsabilidades. - Comprensión de los intereses, afectos o sentimientos de los demás. - Comprensión y empatía hacia los demás. - Utilización del lenguaje correcto y no sexista. - Flexibilidad y disposición receptiva ante cualquier idea o planteamiento nuevo 	<ul style="list-style-type: none"> - Realización de un esquema de factores que condicionan el diseño de una ruta de ventas. - Determinar el número y tiempo de visitas comerciales a realizar. - Planificar las visitas a los clientes - Elaborar el programa de ventas del vendedor con sus propios objetivos. - Calcular el número de vendedores para el plan de ventas de la empresa. - Determinar el número y tiempo de visitas comerciales a realizar. - Buscar en Internet mapas de zonas propuestas. Diseñar la ruta de venta a realizar. - Resolución de casos prácticos de comprensión de los contenidos propuestos.

UT 6: DESARROLLO DE LA ENTREVISTA DE VENTA

Conceptos (Contenidos soporte)	Procedimientos	Actitudes	Actividades de aprendizaje
<ul style="list-style-type: none"> - Sondeo y determ. 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. - Servicios de atención, satisfacción y fidelización de clientes. - Herramientas de gestión de las relaciones con clientes (CRM). 	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis del concepto de proceso de ventas y de las fases que lo componen. - Preparación de la venta a partir de los objetivos definidos y mediante los contenidos y la estructura del argumentarlo. - Elaboración del argumentario de ventas en función de los condicionantes que le afectan y preparando el material de apoyo 	<ul style="list-style-type: none"> - Interés por el trabajo. - Orden y limpieza en el trabajo - Colaboración de trabajo en equipo y en igualdad de derechos y oportunidades. - Responsabilidad en el trabajo. - Participación en las visitas, discusiones y debates. - Aceptación de responsabilidades. - Comprensión y empatía hacia los demás. - Utilización del lenguaje correcto y no sexista. - Flexibilidad y disposición receptiva ante cualquier idea o planteamiento nuevo 	<ul style="list-style-type: none"> - Analizar el concepto de proceso de ventas y de las fases que lo componen - Prepara la venta a partir de los objetivos definidos y mediante los contenidos y la estructura del argumentario - Elabora el argumentario de ventas en función de los condicionantes que le afectan y preparando el material de apoyo - Resolución de un cuestionario teórico-práctico para la autoevaluación del alumnado, y repaso de conceptos clave.

UT 7: FORMALIZACIÓN DEL CONTRATO DE COMPRAVENTA Y OTROS CONTRATOS AFINES

Conceptos (Contenidos soporte)	Procedimientos	Actitudes	Actividades de aprendizaje
<ul style="list-style-type: none"> - 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. 	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis del concepto general de contrato, de sus requisitos, características y tipos. - Identificación e interpretación de la normativa mercantil aplicable a los contratos de compraventa y de los derechos y obligaciones derivados. - Confección del contrato de compraventa que formalice la ejecución de la operación de acuerdo con la normativa aplicable. - Diferenciación de la compraventa civil de la mercantil. - Formalización con procesador de textos del contrato de compraventa a plazos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Interés por el trabajo. - Orden y limpieza en el trabajo - Colaboración de trabajo en equipo y en igualdad de derechos y oportunidades. - Responsabilidad en el trabajo. - Participación en las visitas, discusiones y debates. - Aceptación de responsabilidades. - Comprensión de los intereses, afectos o sentimientos de los demás. - Comprensión y empatía hacia los demás. - Utilización del lenguaje correcto y no sexista. - Flexibilidad y disposición receptiva ante cualquier idea o planteamiento nuevo 	<ul style="list-style-type: none"> - Enumeración de los puntos para la confección de contratos de compraventa utilizando la normativa mercantil aplicable a los mismos. - Selección del formato tipo para el contrato de compraventa adecuado a un determinado producto y sus condiciones de venta. - Análisis de contratos de compraventa (unos bien confeccionados y otros con deficiencias), referentes a supuestos de condiciones pactadas en la venta de un producto o servicio observando y corrigiendo las deficiencias - Resolución de un cuestionario teórico-práctico para la autoevaluación del alumnado, y repaso de conceptos clave.

UT 8: GESTIÓN DE LA DOCUMENTACIÓN COMERCIAL Y DE COBRO DE LAS OPERACIONES DE VENTA

Conceptos (Contenidos soporte)	Procedimientos (contenido organizador)	Actitudes	Actividades de aprendizaje
<ul style="list-style-type: none"> - 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. - 	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de la confección, registro y archivo de documentos. - Identificación de la documentación comercial generada en las ventas. - Formalización del pedido en las ventas a distancia. - Análisis del albarán como documento que acredita la entrega de un pedido y de las condiciones en que se ha realizado. - Análisis de la factura como documento informativo de los conceptos que condicionan el precio de venta y confección de la misma. - Gestión de documentos relacionados con el cobro y el pago. - Análisis del cobro de una venta y de los factores que determinan el momento de pago. - Identificación de documentos de cobro y pago - Descripción y caracterización de la transferencia bancaria. - Análisis del pago en efectivo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Interés por el trabajo. - Orden y limpieza en el trabajo - Colaboración de trabajo en equipo y en igualdad de derechos y oportunidades. - Responsabilidad en el trabajo. - Participación en las visitas, discusiones y debates. - Aceptación de responsabilidades. - Comprensión y empatía hacia los demás. - Utilización del lenguaje correcto y no sexista. - Flexibilidad y disposición receptiva ante cualquier idea o planteamiento nuevo - - 	<ul style="list-style-type: none"> - Confección de pedidos y albaranes en distintas operaciones de compraventa. - Análisis de una factura cumplimentada, deduciendo si cumple los requisitos legales. - Descripción de los supuestos que originan una nota de cargo y de abono. - Gestión de la documentación utilizando aplicaciones informáticas. - Resolución de casos prácticos de comprensión de los contenidos propuestos.

UT 9: DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS Y EL IMPORTE DE LAS OPERACIONES DE VENTA

Conceptos (Contenidos soporte)	Procedimientos	Actitudes	Actividades de aprendizaje
<ul style="list-style-type: none"> - 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. 	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de la determinación del precio de venta al público. - Análisis del cálculo del importe total de una operación. - Análisis del cálculo del importe de operaciones comerciales en moneda extranjera. - Análisis del concepto de interés en las diferentes situaciones dentro de las operaciones comerciales. - Análisis del concepto de interés dentro de las operaciones bancarias. - Determinación del concepto del interés simple y del interés compuesto. - Determinación del concepto de descuento comercial y racional. - Análisis de las operaciones con efectos cambiarios, la gestión de cobro y la negociación de efectos. - Análisis de la sustitución de deudas, calculando el vencimiento medio y el vencimiento común 	<ul style="list-style-type: none"> - Interés por el trabajo. - Orden y limpieza en el trabajo - Colaboración de trabajo en equipo y en igualdad de derechos y oportunidades. - Responsabilidad en el trabajo. - Participación en las visitas, discusiones y debates. - Aceptación de responsabilidades. - Comprensión y empatía hacia los demás. - Utilización del lenguaje correcto y no sexista. - Flexibilidad y disposición receptiva ante cualquier idea o planteamiento nuevo - Cálculo del interés simple. - Métodos abreviados para el cálculo del interés de varios capitales al mismo tipo de interés y diferentes periodos de tiempo 	<ul style="list-style-type: none"> - Analiza el concepto de interés en las diferentes situaciones en las que se da dentro de las operaciones comerciales. - Analiza el concepto de interés dentro de las operaciones bancarias. - Determina el concepto del interés simple y del interés compuesto. - Calcula el interés simple. - Calcula por medio de métodos abreviados el interés de varios capitales al mismo tipo de interés y diferentes periodos de tiempo. - Analizar el concepto de descuento comercial y racional. - Calculo el vencimiento común y el vencimiento medio. - Resolución de casos prácticos de comprensión de los contenidos propuestos.

7. DISTRIBUCIÓN TEMPORAL DE LOS CONTENIDOS

UNIDADES DE TRABAJO	HORAS PROPUESTAS
1ª TRIMESTRE	57
1: El proceso de compra del consumidor	20
2: Definición de las funciones y perfil de los vendedores	16
3: Comunicación y técnicas de venta	21
2ª TRIMESTRE	66
4: Organización del proceso de venta	16
5: El equipo de venta	17
7: Formalización del contrato de compraventa y otros contratos afines	18
6: Desarrollo de la entrevista de ventas	15
3ª TRIMESTRE	40
8: Gestión de la documentación comercial y de cobro de las operaciones de venta	21
9: Determinación de los precios y el importe de las operaciones de venta	19

TOTAL HORAS	163
--------------------	------------

8. METODOLOGÍA DIDÁCTICA

Según el Real Decreto 1538/2006, «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 adquiriera una visión global de los procesos productivos propios de la actividad profesional correspondiente».

Según estos principios tenemos que tener en cuenta lo siguiente:

- El profesor/a acercará los contenidos del módulo al alumnado de una manera clara y sencilla, con el ánimo de conseguir su involucración, colaboración y participación activa.
- El alumno/a trabajará determinados contenidos de manera individual, pero se fomentará sobre todo el trabajo en equipo, tal como ocurre en la vida laboral.
- Se preparará al alumno/a para la actividad en el campo profesional lo que facilitará su adaptación al mundo laboral, incorporando la educación en valores y en la igualdad en derechos y oportunidades entre hombres y mujeres.
- Se contribuirá al desarrollo personal del alumno/a, al ejercicio de una ciudadanía democrática y al aprendizaje permanente.
- Se alternarán los contenidos teóricos con los casos prácticos relacionados que ayudaran al alumno/a a la comprensión y asimilación de la teoría.
- Se realizarán las actividades propuestas, así como los ejercicios de autoevaluación.
- El alumno/a trabajará actividades finales de cada unidad en la que se revisan los contenidos vistos en la misma.
- Se potenciará el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación que permitirá el desarrollo de los diferentes procesos de trabajo dada *la naturaleza cambiante del comercio*
- Se fomentará el espíritu emprendedor que permita al alumno tener visión de futuro en el mundo empresarial y del comercio.
- Se proporcionará la motivación necesaria, de cara a fomentar en el aula un clima de trabajo y convivencia adecuado.
- Se procurará que las clases teóricas se limiten a la exposición y explicación de los conceptos esenciales de cada unidad. Se fomentará la participación del alumnado en dichas exposiciones.

Se aplicará una metodología activa, participativa e integradora, que permita un aprendizaje “significativo” o “por comprensión” y provoque la reflexión y el análisis por parte del alumnado, convirtiéndose de esta forma en protagonista del proceso educativo.

El proceso de enseñanza deberá partir de unas actividades iniciales o de diagnóstico, que permitan conocer el nivel de conocimientos previos del alumno/a, y plantearse mediante una acción integradora de conocimientos, técnicas y habilidades concretas que impliquen trabajos participativos de los alumnos/as.

Así, la metodología didáctica estará dirigida a capacitar al alumno/a para:

- Aplicar de forma inmediata los conocimientos teóricos recibidos a las situaciones reales de trabajo.
- Adaptarse a los posibles cambios organizativos y tecnológicos.
- El “autoaprendizaje”.
- Trabajar en grupo.

- Analizar situaciones.
- Resolver problemas que puedan presentarse.
- Tomar las decisiones oportunas.

9. EVALUACIÓN

9.1 PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Al inicio de curso se hace necesario establecer una **evaluación inicial** de los alumnos/as para tratar de comprobar los conocimientos previos y aplicar sus resultados a la organización del módulo. Esta evaluación se realizará mediante una entrevista o pequeña encuesta por parte del profesor en la que se preguntarán sobre contenidos clave en la materia, experiencias profesionales previas en la materia, expectativas, etc.

La evaluación formativa consiste en constatar el proceso de aprendizaje de cada alumno, a través de la observación sistemática por el profesor, con el fin de modificar o reforzar los contenidos que no hubiesen sido suficientemente asimilados. Se realizará mediante un examen, el seguimiento de sus trabajos diarios, la entrega de las actividades propuestas por el profesor, resolución de los casos prácticos, la realización de las actividades finales de cada unidad, exposiciones orales, la participación en clase y entrega de cualquier tipo de trabajo en la fecha solicitada por el docente.

DIRECTRICES GENERALES SOBRE LOS PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Los instrumentos de evaluación y calificación a utilizar, para medir el nivel de adquisición de las capacidades por los alumnos/as, serán los siguientes:

A) TRABAJO DIARIO Y PARTICIPACIÓN EN LAS CLASES

Se valorará la participación del alumno/a en las clases, su dedicación e interés por el trabajo, las intervenciones y explicaciones sobre las actividades y ejercicios, la realización de las tareas, actividades y ejercicios propuestos; la transmisión de información adecuadamente, la predisposición y las actitudes del alumno/a tanto hacia la materia, como hacia los compañeros/as y el profesorado

Criterios de calificación:

Su valoración se establece **del 10%** de la calificación de la evaluación.

B) TRABAJOS PRESENTADOS, INDIVIDUALES Y/O DE GRUPO

Se valorarán en este apartado:

- la limpieza y presentación de los trabajos,
- la calidad y organización de los trabajos,
- claridad de los conceptos,
- participación en los debates y exposiciones,
- el uso de la terminología propia de la materia,
- la selección y uso de las fuentes de información adecuadas,
- la utilización de las aplicaciones informáticas disponibles,
- el trabajo en equipo,
- la capacidad de integrar los distintos conocimientos en la materia, etc.

Criterios de calificación:

Se asignará a este instrumento una valoración del **10%** de la calificación de la evaluación.

C) PRUEBAS OBJETIVAS INDIVIDUALES (orales y escritas).

Pruebas objetivas, expresamente elaboradas y propuestas para la evaluación, que podrán consistir en:

- Pruebas tipo test o de respuesta alternativa.
- Preguntas de respuesta corta, sobre conceptos, definiciones, clasificaciones,...
- Preguntas de desarrollo.
- Resolución de problemas o supuestos prácticos, análisis de textos, etc.

Se trata de evaluar, según los casos:

- El grado de conocimiento de los contenidos, conceptos, trámites, documentos y operaciones, etc.
- La comprensión y análisis de textos y normas y su interpretación y aplicación a casos concretos.
- La capacidad de razonamiento, así como la iniciativa y creatividad en la solución de problemas.

Criterios de calificación: La valoración de este apartado será del **80%** de la calificación de la evaluación.

9.2 CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

- Se entenderá por **calificación de la evaluación** la media obtenida por los distintos instrumentos evaluados que pueden ser, a su vez, ponderados según su importancia relativa dentro de la unidad, o grupo de unidades
- La evaluación se considera superada cuando la **calificación de la evaluación** sea igual o superior a 5. La nota de la evaluación será la media aritmética de la nota de los exámenes realizados, siempre que en ellos se haya obtenido al menos una calificación de 3, a la que se sumará la calificación obtenida en los demás instrumentos de evaluación.
- Aquellos alumnos y alumnas que no hayan superado la evaluación tendrán una prueba de recuperación al final del segundo trimestre.
- La calificación del módulo profesional será la media aritmética de la calificación de las evaluaciones, siempre que estén todas las evaluaciones superadas. Las calificaciones se formularán en cifras de 1 a 10, sin decimales
- Si este módulo profesional fuese convalidado se calificará con un 5 a efectos del cálculo de la nota media del ciclo formativo.¹
- Al final del segundo trimestre, se realizarán las pruebas de recuperación en las cuales, se exigirán los contenidos no superados, tanto teórico como prácticos. La calificación de esta prueba tendrá los mismos criterios que la de las evaluaciones. (Es decir se mantienen los porcentajes de los instrumentos a) Trabajo diario y participación en las clases (10%) b) Trabajos presentados individual o en grupos (10%) y c) Prueba de recuperación final, es este caso (80%)

¹ Artículo 38.3 del Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio

9.3 ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN Y EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA DE SEPTIEMBRE

El alumno/a que no haya superado el Módulo en la evaluación ordinaria de junio podrá presentarse a la convocatoria extraordinaria de septiembre, y deberá realizar el programa de recuperación del módulo que presentará al profesor o profesora del módulo.

Programa de recuperación del módulo profesional

Este programa de recuperación contendrá las siguientes actividades:

- La realización de trabajos y ejercicios sobre aquellos aspectos en que se hubiesen detectado mayores deficiencias.
- La repetición de determinadas actividades, cuando se hubiese observado que en su realización el/la alumno/a no dedicó el suficiente tiempo o esfuerzo.
- La realización de una **prueba escrita** sobre aquellos contenidos en los que se hubiese observado que el nivel de conocimientos del alumno/a es insuficiente.

El alumnado realizará estas actividades de forma autónoma y las presentará el día de la prueba extraordinaria de septiembre.

La calificación de dicha prueba extraordinaria será de 1 a 10 puntos, manteniéndose las ponderaciones del 20% para las actividades presentadas y del 80% para la prueba escrita.

9.4 NORMAS SOBRE ASISTENCIA A CLASE. PÉRDIDA DE LA EVALUACIÓN CONTINUA

1. De acuerdo con lo establecido en el Reglamento de Régimen Interior del Centro y en el Proyecto Curricular del Ciclo, se aplicarán las siguientes normas:
2. Al tratarse de un Ciclo Formativo que se imparte en régimen presencial, será obligatoria la asistencia a las clases y demás actividades lectivas programadas para la obtención del título.
3. La evaluación de los alumnos/as será continua y estará orientada a la medición de las capacidades terminales fijadas para el Módulo. La aplicación del sistema de evaluación continua implica que la asistencia del alumno/a a las actividades programadas será obligatoria.
4. Las faltas de asistencia deberán ser justificadas por el alumno/a ante el tutor/a, considerándose causas válidas las contempladas como tales en la legislación laboral
5. El profesor/a responsable del Módulo llevará el control diario de asistencia del alumno/a, reflejando las ausencias en el parte mensual de faltas en la aplicación corporativa SAUCE. El tutor/a entregará periódicamente al alumno/a y/o su familia información sobre las faltas de asistencia.
6. Un número de faltas de asistencia superior al 20 % de las horas lectivas del Módulo, provocará la imposibilidad de aplicar los criterios generales de evaluación y

calificación para este alumno. En las programaciones de cada uno de los módulos se especificará con detalle la forma de evaluación y calificación para el alumnado en se encuentre en esta situación. En caso de que el alumno/a supere este número de faltas, deberá presentarse a la convocatoria final ordinaria.

El número máximo de faltas de asistencia permitidas para poder aplicar el sistema de evaluación continua en el Módulo de "Procesos de venta" **será de 33 horas.**

10. INCORPORACIÓN DE LOS CONTENIDOS TRANSVERSALES

- **Educación multicultural**, partiendo de la aceptación de la propia identidad cultural se propiciará el respeto y la tolerancia hacia otras culturas.
- **Educación para la convivencia**, promoviendo el respeto, tanto en lo referente a las relaciones interpersonales entre alumnos y entre alumnos y profesores, no solo dentro del aula sino en cualquier lugar del recinto educativo (pasillos, biblioteca, etc.), como en lo relativo al material de uso común.
- **Educación medioambiental**, desarrollando una conciencia, tanto individual como colectiva, de responsabilidad hacia la protección y mejora de las condiciones del medio ambiente y de las distintas especies de seres vivos que forman parte de él, especialmente las que se encuentran en peligro de extinción.
- **Educación para la paz**, fomentando el respeto a otras sociedades diferentes, resaltando el entendimiento entre los individuos que las componen y promoviendo la tolerancia, el desarme y la cooperación.
- **Educación moral y cívica**, desarrollando una actitud de tolerancia ante las diferencias individuales de cualquier tipo.
- **Educación para la igualdad entre los sexos**, promoviendo la cooperación entre alumnos y alumnas y el reparto equilibrado de todo tipo de tareas.
- **Educación del consumidor**, desarrollando en los alumnos/as capacidades de comprensión de los mensajes publicitarios y actitudes críticas que les permitan valorar sus necesidades reales de consumo y la utilización de materiales reciclables.
- **Educación para la salud**, promoviendo hábitos de vida saludables que contribuyan a la prevención de enfermedades contagiosas (SIDA, etc.) y a evitar el consumo de drogas (tabaco, alcohol, etc.), así como a cumplir escrupulosamente las normas de seguridad e higiene en el manejo de instrumentos.

11. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD DE LOS ALUMNOS/AS

La diversidad es inherente a la condición humana y no es más que la expresión de la normalidad y la realidad de cada grupo. El alumnado tiene una diversidad de necesidades educativas debidas a múltiples factores intelectuales, físicos o sociales.

Se considera fundamental la interacción alumnado-contexto, de forma que alumnos situados en contextos diferentes pueden tener aprendizajes y desarrollos muy distintos.

El punto de partida de todo proceso educativo será la consideración de la totalidad del alumnado como diverso. Por ello, cualquier diseño curricular deberá tener en cuenta las diferencias de los alumnos.

Es muy importante a la hora de diseñar y organizar las actividades de enseñanza-aprendizaje, atender a la diversidad del grupo: Puede haber algunos alumnos que no consigan alcanzar los

objetivos previstos y, por el contrario, puede haber otros que los alcancen sobradamente. En ambos casos, es necesario plantear alternativas.

En un ciclo formativo de grado superior, debido a las características del mismo y de la enseñanza de Formación Profesional en general, se considera necesario e imprescindible que el/la alumno/a alcance todos los objetivos mínimos marcados para los distintos módulos en sus programaciones docentes ya que solamente de esta forma se alcanzará el objetivo final del ciclo formativo, que es lograr un nivel de cualificación profesional que capacite para acceder al mundo del trabajo.

Por ello, debemos buscar estrategias variadas que nos permitan dar respuesta a la diversidad que presenta nuestro alumnado a través de diferentes vías ordinarias y extraordinarias.

Se puede atender a las distintas necesidades de aprendizaje de los alumnos mediante adaptaciones metodológicas que permitan ofrecer diferentes niveles de ayuda pedagógica a los alumnos/as, en función del nivel de dificultad que presenten y de sus características personales.

Constituye un recurso importante de atención a la diversidad adoptar una serie de medidas de carácter ordinario y que no afectan a los elementos prescriptivos del currículo:

- Plantear metodologías didácticas y niveles de ayuda diversos.
- Organizar actividades de enseñanza-aprendizaje diferenciadas.
- Prever adaptaciones de material didáctico.
- Organizar diferentes agrupamientos.
- Modificar el ritmo de introducción de nuevos contenidos.

12. MEDIOS, RECURSOS Y MATERIALES

Para impartir este módulo se utilizará un libro de texto recomendado por el profesor "Procesos de Venta" de la Editorial Mc Graw Hill. Además se utilizarán:

- _ Cañón
- _ Visualización de videos sobre conferencias, reportajes, publicidad y situaciones profesionales más habituales, recomendados para determinadas unidades.
- _ La plataforma Educastur Campus
- _ Ordenadores para los alumnos con acceso a internet.
- _ Prensa diaria. Documentos y lecturas sobre las situaciones actuales relacionadas con el módulo y el ciclo formativo. Revistas especializadas.
- _ Documentación y apuntes facilitados por la profesora del Módulo.
- _ Documentación extraída por medios telemáticos
- _ Libro de texto recomendado **PROCESOS DE VENTA** Editorial McGraw Hill

13. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES

Las programadas por el Departamento de Comercio y Marketing para el curso 2017/2018.

14. EL MÓDULO “PROCESOS DE VENTA” EN LA ENSEÑANZA A DISTANCIA

RECURSOS DIDÁCTICOS

En el desarrollo de estas enseñanzas se emplearán soportes y materiales didácticos que permitan un proceso de aprendizaje sistematizado para el participante, así como los medios telemáticos necesarios para incorporar el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación al proceso de atención tutorial.

Los materiales y soportes didácticos deberán contribuir a la adquisición de los resultados de aprendizaje que correspondan a los distintos módulos profesionales. Además, deberán contemplar los principios de autosuficiencia y autoaprendizaje para que el alumnado pueda desarrollar y controlar el proceso de aprendizaje de forma autónoma.

De esta forma el alumno aprende utilizando todos los recursos posibles:

- Estudiando los materiales escritos,
- Realizando las tareas previstas a entregar al profesor-tutor
- Comentando temas y dudas con los demás compañeros en las tutorías y con el profesor-tutor
- Realizando las actividades prácticas presenciales correspondientes al bloque de unidades didácticas
- Realizando las pruebas de evaluación a lo largo del curso

Los materiales deben:

1. Emplear estrategias activas de enseñanza aprendizaje (aprender haciendo).
2. Estructurar el aprendizaje a partir de los procedimientos.
3. Evitar el abandono de los alumnos mediante seguimiento individualizado y el fortalecimiento del grupo.
4. Facilitar la actualización de los recursos.
5. Emplear simulaciones interactivas eficaces.

Al no disponer de material didáctico digital en la plataforma de los módulos profesionales del Ciclo Formativo de Grado Medio, se utilizan libros de texto con sus correspondientes actividades

En este módulo el libro que se seguirá es: PROCESOS DE VENTA

Editorial: Mcgraw Hil

SISTEMA DE TUTORÍAS DE LOS MÓDULOS PROFESIONALES

El elemento fundamental de esta modalidad de enseñanza es la acción tutorial, que debe proporcionar el acompañamiento, el estímulo y las estrategias didácticas de autoaprendizaje necesarias para que cada estudiante pueda alcanzar el aprendizaje exigido en cada módulo de forma personalizada.

El profesor-tutor del módulo profesional hace el rol de orientador y facilitador del aprendizaje del alumno resolviendo dudas, evaluando el progreso y reorientando al alumno en los contenidos no comprendidos.

La atención al alumnado en cada módulo se organizará por un sistema de tutorías que incluirá tutorías individuales y tutorías colectivas.

La **tutoría individual** incluirá las acciones de orientación y de apoyo al proceso de aprendizaje que se correspondan con los resultados de aprendizaje que el alumnado pueda alcanzar de forma autónoma y a distancia, empleando el soporte didáctico específico. Se llevará a cabo de forma continuada a lo largo de todo el curso, de forma telemática, telefónica o presencial.

La **tutoría colectiva**. Las tutorías colectivas presenciales pueden adoptar distintas fórmulas. Pueden utilizarse para exponer un determinado tema o cuestión de especial dificultad mediante una exposición por parte del profesor-tutor; pueden adoptar la estructura de un seminario entre los alumnos para la realización de trabajos colectivos o puestas en común; pueden consistir en la realización de prácticas de taller o pueden ser foros de discusión, debate e intercambio.

Contenidos de las tutorías colectivas:²

Las tutorías colectivas son las acciones tutoriales de carácter presencial, necesarias para la consecución de los objetivos educativos que precisen desarrollar procesos de enseñanza y aprendizaje para los que son necesarias la intervención directa y presencial del profesor tutor. Éstas son de dos tipos:

- Tutorías prácticas: para el desarrollo de actividades asociadas al desarrollo de competencias y contenidos procedimentales.
- Tutorías de orientación: se utilizan para informar de la organización y desarrollo de las unidades didácticas. Se establecen tres:
 - Al principio de cada trimestre habrá una tutoría colectiva de programación
 - A mediados del trimestre, una de seguimiento
 - Al final del trimestre, una de preparación de la evaluación.

Las restantes tutorías colectivas, de **carácter quincenal**, estarán orientadas al desarrollo de un programa de actividades que el tutor dará a conocer a comienzo del curso. Este plan de acción tutorial incluirá el programa de actividades tutoriales, el calendario de tutorías establecido y toda la información que se considere de interés para el alumnado.

Las tutorías colectivas no se plantearán como una clase dedicada a impartir contenidos teóricos. Se enfocarán al planteamiento y resolución de ejercicios y actividades teórico/prácticos. Por este motivo, es recomendable que cada alumno/a estudie previamente los conceptos necesarios antes de acudir a la tutoría colectiva, siguiendo la programación de las unidades didácticas y las actividades enviadas por el profesor o profesora tutora. Las dudas y cuestiones que surjan sobre conceptos se atenderán de manera preferente en las tutorías *on line*.

La asistencia del alumnado a las tutorías individuales y colectivas será voluntaria.

Además se realizarán de forma continuada durante el curso:

² Al final se incluyen los Anexos con los cuadros de registro de incidencias de las tutorías y de la programación de las tutorías colectivas

Tutorías telefónicas:

A través de la línea telefónica, el alumno/a podrá realizar en las horas establecidas al efecto cuantas consultas considere necesarias, para poder avanzar en el conocimiento de cada uno de los módulos. Se establecerá al menos una hora semanal de atención al alumnado.

Tutorías telemáticas:

A cada alumno/a del curso se le proporcionará una cuenta de correo electrónico institucional puesta a disposición por la Consejería de Educación y Ciencia, mediante la cual podrá realizar aquellas consultas que considere oportunas y dirigidas a los correos de cada módulo profesional. Los profesores contestarán en un periodo razonable de tiempo, siempre a través de las cuentas institucionales.

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES. INSTRUMENTOS DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN

La evaluación debe permitir que se reconduzca el proceso de aprendizaje del alumno en el momento preciso (evaluación continua). Se pueden fijar distintos instrumentos que permitan esta recogida de información en relación con el desarrollo de estos aprendizajes a través de las tutorías individuales y colectivas.

Para la evaluación de los módulos profesionales cursados en régimen a distancia, será necesaria la realización de, al menos, una prueba presencial en combinación con los procesos de evaluación continua que se puedan desarrollar a distancia.

La recogida de información se puede **establecer diferentes momentos:**

1. La información que muestran las herramientas de la plataforma relativas a las actividades de autoevaluación de cada unidad o del bloque de unidades.
2. Las actividades de evaluación que entrega el alumno al final de un bloque de unidades.
3. Las actividades de refuerzo que plantean los materiales o que diseña el profesor-tutor.
4. Las actividades procedimentales que se realizan en las sesiones presenciales.
5. Las actividades colaborativas realizadas por el grupo de alumnos.
6. Las sesiones de evaluación presenciales realizadas.
7. La evaluación final.

Los Instrumentos que permitirán la recogida de información para el proceso de evaluación podrán ser:

- Fichas de seguimiento.
- Pruebas de control individual a desarrollar utilizando programas informáticos..
- Pruebas de control escritas para la comprobación de determinados contenidos conceptuales o para la realización de actividades.
- Entrega de trabajos.
- Memoria detallada de la realización de las actividades

Los criterios de evaluación y su relación con los objetivos estarán detallados en las unidades de trabajo de las programaciones de cada uno de los módulos.

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Los **instrumentos de evaluación y calificación** a utilizar, para medir el nivel de adquisición de las capacidades por los alumnos/as, serán los siguientes:

- La realización y presentación de los trabajos y actividades de las unidades didácticas correspondientes, cuando estas sean requeridas por el profesor/ tutor/.
- Las pruebas escritas propuestas para la evaluación.

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	MATERIA OBJETO DE EVALUACIÓN
PRUEBAS OBJETIVAS	
Pruebas teóricas	- Conocimientos teórico- prácticos - Estudios de casos
Respuesta breve	- Vocabulario - Conceptos e ideas
Pruebas prácticas	- Diseño y montaje en el aula-taller
ACTIVIDADES	
Actividades tutorías	- Resolución ejercicios teórico- prácticos de las unidades didácticas

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Se establece para todos los módulos, en general, como criterios de calificación la siguiente ponderación:

CALIFICACIÓN	
INSTRUMENTOS	PONDERACIÓN (%)
PRUEBAS OBJETIVAS	El 80%
ATIVIDADES	El 20%

Cuando en una o varias unidades no se propongan actividades, la nota será el 100% de las pruebas objetivas.

Las actividades que requieran una práctica presencial se evaluarán en el momento de realizarlas y se calificarán de forma numérica. En el caso de que no se asista a las prácticas presenciales se deberá realizar un examen práctico una vez realizado el examen escrito presencial. Si se asiste y se obtiene la calificación positiva en todas las prácticas presenciales y no se supera el módulo, no será necesario realizar las prácticas ni el examen práctico en la convocatoria extraordinaria.

A lo largo del período lectivo, los profesores- tutores de cada módulo realizarán un seguimiento del desarrollo del proceso de aprendizaje de los alumnos, utilizando unos instrumentos y procedimientos de recogida de información que se establecen en cada una de las programaciones didácticas.

ANEXO 1: PROGRAMACIÓN DE TUTORÍAS COLECTIVAS

MÓDULO: PROCESOS DE VENTA MIÉRCOLES (18:10 a 20:00)		
1ª EVALUACIÓN		
FECHA	UNIDADES DE TRABAJO DEL LIBRO	CONTENIDOS
3 OCTUBRE		Tutoría de programación de la evaluación
10 OCTUBRE	1	La decisión de compra del consumidor
17 OCTUBRE	2	El vendedor
24 OCTUBRE	1,2	Tutoría de seguimiento
7 NOVIEMBRE	3	Comunicación y técnicas de venta
14 NOVIEMBRE	3	Comunicación y técnicas de venta
21 NOVIEMBRE	3	Comunicación y técnicas de venta
28 NOVIEMBRE	1, 2, 3	Tutoría de preparación de la evaluación
5 DICIEMBRE	1, 2, 3	Tutoría de preparación de la evaluación
19 DICIEMBRE		Aclaración dudas examen
2ª EVALUACIÓN		
9 ENERO		Tutoría de programación de la evaluación
16 ENERO	4	El departamento de ventas
23 ENERO	5	El equipo de ventas
30 ENERO	4,5	Tutoría de seguimiento
6 FEBRERO	6	Desarrollo de la venta
13 FEBRERO	7	El contrato de compraventa
20 FEBRERO	8	Contratos afines al contrato de compraventa
27 FEBRERO	4,5,6,7,8	Tutoría de preparación de la evaluación
	4,5,6,7,8	Tutoría de preparación de la evaluación

MÓDULO PROFESIONAL: PROCESOS DE VENTA

6 MARZO		
20 MARZO		Aclaración dudas examen
3ª EVALUACIÓN		
27 MARZO		Tutoría de programación de la evaluación
3 ABRIL	9, 10,11	Documentos de formalización de la venta, cobro y pago/ pago aplazado
10 ABRIL	12	Determinación del precio de venta
24 ABRIL	13,14	El interés y el descuento en operaciones comerciales
8 MAYO	13,14	El interés y el descuento en operaciones comerciales
22 MAYO		Aclaración dudas examen
29 MAYO	1, 2, 3,4,5,6,7,8	Tutoría preparación de la evaluación de junio.
5 JUNIO	9,10,11,12,13,14	Tutoría preparación de la evaluación de junio.
19 JUNIO		Aclaración dudas examen

PROGRAMACIÓN DE TUTORÍAS ORIENTADAS A LAS PRÁCTICAS

ACTIVIDADES PRESENCIALES PROPUESTAS					
Descripción de las actividades prácticas presenciales que se proponen para el módulo profesional:	Unidades con las que se relaciona:	Recursos necesarios			Nº de horas o sesiones necesarias:
		Material:	Instalaciones:	Profesorado:	
Comunicación y técnicas de venta	Unidad 3	Ordenadores, software de comunicación Internet, video	Aula con medios informáticos	Profesorado de Enseñanza Secundaria	1 sesión de 2 horas
Desarrolla entrevistas con supuestos clientes, utilizando técnicas de venta, negociación y cierre adecuadas, dentro de los límites de actuación establecidos por la empresa Señales de compra y aplicación de técnicas de cierre. Despedida y final de la entrevista.	Unidad 6	Ordenadores, software de comunicación Internet, video		Profesorado de Enseñanza Secundaria	1 sesión de 2 horas
La demostración del producto, utilizando material de apoyo. Asertividad y empatía.	Unidad 6	Ordenadores, software de facturación electrónica. Documentación correspondiente		Profesorado de Enseñanza Secundaria	1 sesión de 2 horas

ANEXO 2: REGISTROS DE INCIDENCIAS DE TUTORÍA INDIVIDUAL Y COLECTIVA

Módulo:	Curso:
	Ciclo Formativo:
Mes:	Profesor:



Instituto de Educación Secundaria "La Ería"
 C/ Regenta, 4 – 33006 Oviedo
 Tlfno.: 985 27 36 54 Fax: 985 23 99 43
 E-mail: ieseria@educastur.org



GOBIERNO DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS
 CONSERVATORIO DE EDUCACIÓN Y CULTURA

REGISTRO DE INCIDENCIAS

DIA	ALUMNO	TIPO TUTORIA	MEDIO	MOTIVO CONSULTA	OBSERVACIONES