

Módulo profesional	Gestión de un pequeño comercio
Código	1227
Ciclo formativo	Actividades Comerciales
Grado	Medio
Familia Profesional	Comercio y <i>Marketing</i>
Duración	190 horas
Curso	2º
Especialidad del profesorado	Organización y Gestión Comercial (Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria)
Asociado a la unidad de competencia	UC2104_2: Impulsar y gestionar un pequeño comercio de calidad.

A.- OBJETIVOS GENERALES QUE SE ALCANZAN CON ESTE MÓDULO

- a) Recabar las iniciativas emprendedoras y buscar las oportunidades de creación de pequeños negocios comerciales al por menor, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos para realizar proyectos de viabilidad de implantación por cuenta propia de negocios comerciales al por menor.
- b) Delimitar las características y cuantía de los recursos económicos necesarios, atendiendo a las características de la tienda y de los productos ofertados para la puesta en marcha de un pequeño negocio al por menor.
- c) Analizar operaciones de compraventa y de cobro y pago, utilizando medios convencionales o electrónicos para administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial.
- 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.

B.- COMPETENCIAS GENERALES QUE SE ALCANZAN CON DICHO MÓDULO

a) Realizar proyectos de viabilidad y de puesta en marcha y ejercicio por cuenta propia de la actividad de un pequeño negocio de comercio al por menor, adquiriendo los recursos necesarios y cumpliendo con las obligaciones legales y administrativas, conforme a la normativa vigente.

b) Administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial, realizando las actividades necesarias con eficacia y rentabilidad, y respetando la normativa vigente.

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.

C.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Obtiene información sobre iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de una pequeña empresa, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos.

Criterios de evaluación:

a) Se ha considerado el concepto de cultura emprendedora, valorando su importancia como fuente de creación de empleo y de bienestar social.

b) Se ha valorado la importancia de la iniciativa individual, la creatividad, la formación y la colaboración para tener éxito en la actividad emprendedora.

c) Se han descrito individualmente las funciones básicas de la empresa y se han analizado todas en conjunto como un sistema integral.

- d) Se ha reconocido el fenómeno de la responsabilidad social de la empresa y su importancia como elemento de estrategia empresarial.
- e) Se han identificado prácticas empresariales que incorporan valores éticos, sociales y de respeto al medioambiente.
- f) Se han identificado los principales elementos del entorno general de la empresa, analizando factores económicos, sociales, demográficos, culturales, tecnológicos, medioambientales y político-legales.
- g) Se han descrito los factores del microentorno de la empresa, analizando la competencia, las personas proveedoras/suministradoras, intermediarias y las instituciones que regulan y/o influyen en el comercio interior.
- h) Se han identificado las ventajas y fortalezas del comercio de proximidad tradicional frente a las grandes superficies y otras formas de distribución minorista.
- i) Se han identificado los organismos públicos y privados que proporcionan información, orientación y asesoramiento a pequeños comercios, describiendo los servicios que prestan y los recursos disponibles online.

2. Determina la forma jurídica de la empresa y los trámites que se exigen para su creación y puesta en marcha, aplicando la normativa mercantil, laboral y fiscal vigente.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las formas jurídicas que puede adoptar una pequeña empresa, analizando características, capital social, número de personas socias y sus obligaciones formales y responsabilidades, entre otras.
- b) Se han calculado los gastos de constitución y puesta en marcha de la empresa derivados de las distintas formas jurídicas, consultando la legislación vigente.
- c) Se ha obtenido información sobre posibles ayudas y subvenciones para la creación de una empresa, identificando los requisitos y trámites que se deben realizar.
- d) Se ha seleccionado la forma jurídica más adecuada, a partir de un estudio comparativo, valorando los costes, los trámites y obligaciones jurídicas y la responsabilidad de las personas socias.

- e) Se ha consultado la normativa nacional, autonómica y local que regula y/o afecta al pequeño comercio.
- f) Se han determinado los trámites administrativos y jurídicos, las autorizaciones y licencias que se requieren para la apertura y puesta en marcha del comercio y los organismos donde se gestionan y/o tramitan.
- g) Se han identificado las obligaciones mercantiles, laborales y fiscales derivadas del ejercicio de la actividad económica de la empresa.
- h) Se ha cumplimentado la documentación que se requiere para la creación y puesta en marcha de la empresa.

3. Elabora un proyecto de creación de un pequeño comercio, delimitando sus características e incluyendo un estudio de viabilidad para la puesta en marcha y sostenibilidad del mismo.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha establecido la ubicación y características de la tienda en función de la densidad, diversidad y accesibilidad de su zona de influencia, el tipo de clientela y sus hábitos de compra y los productos que se van a comercializar, entre otras.
- b) Se han identificado las fortalezas y debilidades personales y las oportunidades y amenazas del entorno, mediante el correspondiente análisis DAFO.
- c) Se ha definido la oferta comercial o surtido, en función de las oportunidades de negocio, el perfil de la clientela, las tendencias del mercado y la competencia de la zona de influencia, entre otras.
- d) Se ha incluido un plan de inversiones básico que recoge los activos fijos necesarios, la forma de adquisición y la financiación de los mismos.
- e) Se ha elaborado una lista de precios de los productos, aplicando los criterios de fijación de precios establecidos.
- f) Se ha incluido un estudio de viabilidad económica y financiera del comercio, elaborando una cuenta de resultados básica para dos ejercicios, a partir de la estimación de los ingresos, gastos y costes previstos, los recursos financieros necesarios y calculando ratios económico-financieros.
- g) Se ha valorado la posibilidad de contratar personal en función de las características y necesidades del comercio, calculando los costes y definiendo

las funciones que hay que cubrir, el perfil de las personas candidatas y el procedimiento de selección.

h) Se ha valorado la conveniencia de aplicar innovaciones tecnológicas y de acudir a acciones formativas, analizando los puntos débiles y la relación coste beneficio esperado en cuanto a viabilidad y sostenibilidad del negocio.

i) Se ha estudiado la posibilidad de comercialización online y de otras formas de venta a distancia, calculando su coste y teniendo en cuenta las características de los productos, el impacto esperado y los usos y prácticas del sector.

4. Elabora un plan de inversiones básico, identificando los activos fijos que se requieren, su forma de adquisición y los recursos financieros necesarios, en función de las características de la tienda y de los productos que se van a comercializar.

Criterios de evaluación:

a) Se han determinado las necesidades de la tienda, local, mobiliario, equipos, sistema de cobro y terminal punto de venta, entre otros, en función de la idea de negocio, el tipo de clientela y los productos y servicios que hay que prestar a la misma.

b) Se ha obtenido información sobre posibles ayudas y subvenciones para la compra del equipamiento de la tienda, identificado los organismos donde se tramitan.

c) Se ha determinado la forma de adquisición del local, evaluando las modalidades de compraventa, traspaso o alquiler, a partir del análisis de costes, derechos y obligaciones de cada una de las modalidades.

d) Se ha obtenido información sobre servicios bancarios y formas de financiación de las inversiones y demás operaciones, analizando el procedimiento, documentación, requisitos y garantías exigidas para obtener un crédito o un préstamo bancario.

e) Se han valorado las opciones de leasing y renting para la adquisición de los equipos, calculando los costes y analizando los requisitos y garantías exigidas.

f) Se ha seleccionado la forma de obtención y financiación de los equipos e instalaciones de la tienda, evaluando los costes y los riesgos.

g) Se han seleccionado las pólizas de seguros adecuadas, en función de las

coberturas necesarias según las contingencias y exigencias legales de la actividad.

5. Planifica la gestión económica y la tesorería del pequeño comercio, estableciendo el sistema de fijación de precios que garantice su rentabilidad y sostenibilidad en el tiempo.

Criterios de evaluación:

a) Se ha establecido el sistema de fijación de los precios de venta en función de los costes, margen de beneficios, impuestos sobre el consumo, ciclo de vida del producto, precios de la competencia, diferenciación del producto y percepción del valor de la clientela, entre otros.

b) Se han realizado previsiones de la demanda y los ingresos por ventas y de los costes y gastos previstos, a partir de los datos obtenidos de fuentes externas que facilitan información económica del sector y de otros comercios similares.

c) Se han establecido los plazos, forma y medios de pago, descuentos y facilidades de pago a la clientela, en función de la capacidad financiera de la empresa, las características del producto, el tipo de clientela y los usos y prácticas del sector.

d) Se ha elaborado el calendario de cobros y pagos previstos, en función de las necesidades, compromisos y obligaciones de pago del pequeño comercio y asegurando la disponibilidad de efectivo en caja diariamente.

e) Se ha previsto el sistema para comprobar periódica y sistemáticamente la liquidez de la tienda, ajustando los compromisos de pago y las estimaciones de cobro.

f) Se han calculado los costes financieros y los riesgos de gestión de cobro y de negociación de efectos comerciales.

g) Se han calculado los costes de personal y seguridad social a cargo de la empresa.

h) Se ha definido el procedimiento de valoración sistemática de la actividad económica y financiera del comercio, calculando ratios de rentabilidad, solvencia, endeudamiento y liquidez, para detectar y corregir posibles desajustes.

6. Gestiona la documentación comercial y de cobro y pago derivada de la compraventa de los productos y/o servicios prestados, respetando la normativa mercantil y fiscal vigente.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha interpretado la normativa mercantil y fiscal y los usos del comercio que regulan la facturación de productos/servicios, incluyendo la facturación electrónica.
- b) Se han interpretado la normativa reguladora del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) y las obligaciones establecidas para la facturación de productos y/o servicios.
- c) Se han elaborado facturas correspondientes a las operaciones de compraventa y/o prestación de servicios, de acuerdo con la normativa mercantil y fiscal y los usos del comercio, utilizando herramientas informáticas.
- d) Se ha realizado el registro periódico de las facturas emitidas y recibidas que exige la normativa del IVA.
- e) Se han cumplimentado y gestionado los documentos correspondientes a los diferentes medios de pago y cobro de las operaciones de la empresa.
- f) Se han preparado remesas de efectos comerciales para su envío a las entidades bancarias en gestión de cobro o para su negociación y descuento.
- g) Se han elaborado facturas de negociación de efectos comerciales.

7. Gestiona el proceso administrativo, contable y fiscal de la empresa, aplicando la legislación mercantil y fiscal vigente y los principios y normas del Plan General Contable para las pymes.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las funciones de la contabilidad y los libros obligatorios y voluntarios que debe llevar la empresa.
- b) Se han diferenciado las distintas partidas del balance (activo, pasivo y patrimonio neto), analizando sus características y relación funcional.
- c) Se han registrado las operaciones realizadas, de acuerdo con los principios generales y las normas de valoración del Plan General Contable para pymes, utilizando la aplicación informática disponible.
- d) Se ha calculado la amortización de los elementos del inmovilizado, de

acuerdo con la normativa fiscal vigente y el Plan General Contable para las pymes.

e) Se ha calculado el resultado del ejercicio y se han elaborado las cuentas anuales, de acuerdo con el Plan General Contable para las pymes.

f) Se han cumplimentado las declaraciones-liquidaciones periódicas del Impuesto sobre el Valor Añadido, en función del régimen de tributación elegido.

g) Se han determinado las obligaciones fiscales derivadas de los impuestos que gravan los beneficios, en función de la forma jurídica de la empresa (IRPF e Impuesto de Sociedades).

h) Se ha valorado la posibilidad de utilizar asesoramiento externo de carácter laboral, fiscal y/o contable, en función de las características de la empresa.

8. Elabora un plan para la implantación de un servicio de calidad y proximidad con atención personalizada a la clientela, potenciando la singularidad y la competitividad del comercio.

Criterios de evaluación:

a) Se han adaptado las características de la tienda a los sistemas normalizados de calidad y a los códigos de buenas prácticas, aplicables al pequeño comercio, de carácter europeo, nacional, autonómico y local.

b) Se han definido las pautas de atención a la clientela, aplicando criterios de calidad, cortesía y trato personalizado, de acuerdo con lo establecido en la norma UNE175001-1 (calidad de servicio para el pequeño comercio) y otras normas.

c) Se han establecido los servicios adicionales a la venta propios del servicio de proximidad (envío a domicilio y servicios postventa), según características de la tienda, demandas de la clientela y usos del sector, valorando su coste y efectividad.

d) Se han fijado los horarios y calendario de apertura de la tienda, los períodos de rebajas y promociones y otros aspectos de funcionamiento, respetando la normativa local vigente y los usos y costumbres del comercio al por menor.

e) Se ha diseñado un sistema actualizado de información y precios de los productos, accesible a las personas consumidoras, garantizando la correspondencia entre los precios marcados en las etiquetas y los registrados en la aplicación del TPV.

- f) Se ha fijado el procedimiento de gestión de incidencias, quejas y reclamaciones que garantice un servicio de calidad y el cumplimiento de la normativa de protección de las personas consumidoras.
- g) Se ha establecido el procedimiento para comprobar el mantenimiento de las instalaciones y la funcionalidad del surtido de productos expuestos, aplicando criterios comerciales y de seguridad en materia de prevención de riesgos.
- h) Se han mantenido actualizadas las bases de datos de clientela, garantizando su confidencialidad y respeto de la normativa de protección de datos.

D.- CONTENIDOS

UD 1: Obtención de información sobre iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de una pequeña empresa:

Conceptos:

- 1.1.- La empresa: concepto y elementos de la empresa.
- 1.2.- Funciones básicas de la empresa.
- 1.3.- La empresa y empresario o empresaria.
- 1.4.- Clasificación de las empresas atendiendo a distintos criterios.
- 1.5.- Características de las pymes.
- 1.6.- Factores claves del emprendimiento: iniciativa, creatividad y formación.
- 1.7.- El plan de empresa: la idea de negocio.
- 1.8.- Análisis del entorno general y específico de una pequeña empresa.
- 1.9.- Relaciones de la pyme con su entorno.
- 1.10.- Relaciones de la pyme con el conjunto de la sociedad.
- 1.11.- Instituciones y organismos competentes en comercio interior.
- 1.12.- Características del pequeño comercio de proximidad.
- 1.13.- Organismos y entidades públicas y privadas que proporcionan información y orientación a pequeños comercios.

Procedimientos:

- 1. Consideración del concepto de cultura emprendedora, valorando su importancia como fuente de creación de empleo y de bienestar social.
- 2. Valoración de la importancia de la iniciativa individual, la creatividad, la

formación y la colaboración para tener éxito en la actividad emprendedora.

3. Descripción individual de las funciones básicas de la empresa y análisis de todas en conjunto como un sistema integral.
4. Reconocimiento del fenómeno de la responsabilidad social de la empresa y su importancia como elemento de estrategia empresarial.
5. Identificación de prácticas empresariales que incorporan valores éticos, sociales y de respeto al medioambiente.
6. Identificación de los principales elementos del entorno general de la empresa, analizando factores económicos, sociales, demográficos, culturales, tecnológicos, medioambientales y político-legales.
7. Descripción de los factores del microentorno de la empresa, analizando la competencia, los proveedores/suministradores, los intermediarios y las instituciones que regulan y/o influyen en el comercio interior.
8. Identificación de las ventajas y fortalezas del comercio de proximidad tradicional frente a las grandes superficies y otras formas de distribución minorista.
9. Identificación de los organismos públicos y privados que proporcionan información, orientación y asesoramiento a pequeños comercios, describiendo los servicios que prestan y los recursos disponibles *online*.

Actitudes:

1. Disposición e iniciativa ante nuevas tareas de la profesión (o actividades técnicas).
2. Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados de forma satisfactoria para todos.
3. Planificación metódica de las tareas a realizar, con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.
4. Participación solidaria en tareas de equipo, adecuando nuestro esfuerzo al requerido por el grupo.

UD 2: Determinación de la forma jurídica de la empresa y los trámites para su creación y puesta en marcha:

Conceptos:

- 2.1.- La empresa individual. Responsabilidad jurídica y obligaciones formales.
- 2.2.- La sociedad mercantil. Tipos de sociedades.
- 2.3.- Sociedad anónima.
- 2.4.- Sociedad de responsabilidad limitada.
- 2.5.- Sociedades laborales: anónima y limitada.
- 2.6.- Otras sociedades mercantiles.
- 2.7.- Sociedades cooperativas.
- 2.8.- Sociedades civiles y comunidades de bienes.
- 2.9.- Selección de la forma jurídica adecuada para un pequeño comercio.
- 2.10.- Constitución de la empresa: requisitos y obligaciones formales.
- 2.11.- Trámites que se deben realizar para la puesta en marcha de la empresa.
- 2.12.- La ventanilla única empresarial.
- 2-13.- Obligaciones fiscales y laborales de la empresa.
- 2.14.- Subvenciones oficiales y ayudas para la constitución y apertura de la empresa.

Procedimientos:

1. Identificación de las formas jurídicas que puede adoptar una pequeña empresa, analizando características, capital social, número de socios, obligaciones formales y responsabilidad de los socios, entre otras.
2. Cálculo de los gastos de constitución y puesta en marcha de la empresa derivados de las distintas formas jurídicas, consultando la legislación vigente.
3. Obtención de información sobre posibles ayudas y subvenciones para la creación de una empresa, identificando los requisitos y trámites que se deben realizar.
4. Selección de la forma jurídica más adecuada, a partir de un estudio comparativo, valorando los costes, los trámites y obligaciones jurídicas y la responsabilidad de los socios.
5. Consulta de la normativa nacional, autonómica y local que regula y/o

afecta al pequeño comercio.

6. Determinación de los trámites administrativos y jurídicos, las autorizaciones y licencias que se requieren para la apertura y puesta en marcha del comercio y los organismos donde se gestionan y/o tramitan.
7. Identificación de las obligaciones mercantiles, laborales y fiscales derivadas del ejercicio de la actividad económica de la empresa.
8. Cumplimentación la documentación que se requiere para la creación y puesta en marcha de la empresa.

Actitudes:

1. Disposición e iniciativa ante nuevas tareas de la profesión (o actividades técnicas).
2. Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.
3. Participación solidaria en tareas de equipo, adecuando nuestro esfuerzo al requerido por el grupo

UD 3: Elaboración de un proyecto de creación de un pequeño comercio:

Conceptos:

- 3.1.– Análisis del macroentorno de la empresa.
- 3.2.– Análisis del mercado y el entorno comercial. Localización, accesibilidad y proximidad a la clientela, zona de influencia, perfil de la clientela y competencia.
- 3.3.– Métodos y técnicas para seleccionar la ubicación del local comercial.
- 3.4.– Análisis interno y externo de la empresa. Análisis DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades).
- 3.5.– Estudio del consumo/clientela.
- 3.6.– Definición de las características de la tienda.
- 3.7.– Definición de la oferta comercial o surtido de productos.
- 3.8.– Precios de venta de los productos: lista de precios de venta al público.

Procedimientos:

1. Establecimiento de la ubicación y características de la tienda en función

de la densidad, diversidad y accesibilidad de su zona de influencia, el tipo de clientela y sus hábitos de compra, y los productos que se van a comercializar, entre otras.

2. Identificación de las fortalezas y debilidades personales, y las oportunidades y amenazas del entorno, mediante el correspondiente análisis DAFO.
3. Definición la oferta comercial o surtido, en función de las oportunidades de negocio, el perfil de la clientela, las tendencias del mercado y la competencia de la zona de influencia, entre otras.
4. Inclusión de un Plan de Inversiones básico que recoja los activos fijos necesarios, la forma de adquisición y la financiación de los mismos.
5. Elaboración de una lista de precios de los productos, aplicando los criterios de fijación de precios establecidos.
6. Inclusión de un estudio de viabilidad económica y financiera del comercio, elaborando una Cuenta de Resultados básica para dos ejercicios, a partir de la estimación de los ingresos, gastos y costes previstos, los recursos financieros necesarios, y calculando ratios económico-financieros.
7. Valoración de la posibilidad de contratar empleados o empleadas en función de las características y necesidades del comercio, calculando los costes y definiendo las funciones que hay que cubrir, el perfil de los candidatos o candidatas y el procedimiento de selección.
8. Valoración de la conveniencia de aplicar innovaciones tecnológicas y de acudir a acciones formativas, analizando los puntos débiles y la relación coste-beneficio esperado en cuanto a viabilidad y sostenibilidad del negocio.
9. Estudio de la posibilidad de comercialización *online* y de otras formas de venta a distancia, calculando su coste y teniendo en cuenta las características de los productos, el impacto esperado, y los usos y prácticas del sector.

Actitudes:

1. Disposición e iniciativa ante nuevas tareas de la profesión (o actividades técnicas).

2. Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados de forma satisfactoria para todos.
3. Planificación metódica de las tareas a realizar, con previsión de las dificultades y el modo de superarlas

UD 4: Elaboración de un plan de inversiones básico:

Elaboración del plan de empresa en el que se incluya: el plan de inversiones básico con indicación de los recursos financieros necesarios y el estudio de viabilidad económico-financiera del comercio (cuentas de resultados básicas a partir de la previsión de ingresos, costes y gastos, márgenes y resultados

Conceptos:

- 4.1.- Estructura económica y estructura financiera de la empresa.
- 4.2.- Fuentes de financiación propia y ajena, interna y externa.
- 4.3.- Determinación de las necesidades de inversión para la apertura de la tienda.
- 4.4.- Subvenciones oficiales y ayudas financieras a la actividad de una pyme.
- 4.5.- Decisión de compra o alquiler del local y otros activos.
- 4.6.- Búsqueda de suministros y solicitud de ofertas y presupuestos.
- 4.7.- Presupuestos y condiciones de compra y/o alquiler.
- 4.8.- Selección de la persona encargada del suministro más conveniente.
- 4.9.- Financiación a largo plazo: préstamos, leasing, renting y otras formas de financiación. Intereses, comisiones y otros gastos.
- 4.10.- Financiación a corto plazo: créditos comerciales y aplazamientos de pago, créditos bancarios, negociación de efectos comerciales. Intereses y gastos.
- 4.11.- Cálculo de los costes financieros.

Procedimientos:

1. Determinación de las necesidades de la tienda, local, mobiliario, equipos, sistema de cobro y terminal punto de venta, entre otros, en función de la idea de negocio, el tipo de clientela, y los productos y servicios que hay que prestar al cliente o clienta.

2. Obtención de información sobre posibles ayudas y subvenciones para la compra del equipamiento de la tienda, identificado los organismos donde se tramitan.
3. Determinación de la forma de adquisición del local, evaluando las modalidades de compraventa, traspaso o alquiler, a partir del análisis de costes, derechos y obligaciones de cada una de las modalidades.
4. Obtención de información sobre servicios bancarios y formas de financiación de las inversiones y demás operaciones, analizando el procedimiento, documentación, requisitos y garantías exigidas para obtener un crédito o un préstamo bancario.
5. Valoración de las opciones de *leasing* y *renting* para la adquisición de los equipos, calculando los costes y analizando los requisitos y garantías exigidas.
6. Selección de la forma de obtención y financiación de los equipos e instalaciones de la tienda, evaluando los costes y los riesgos.
7. Selección de las pólizas de seguros adecuadas, en función de las coberturas necesarias según las contingencias y exigencias legales de la actividad.

Actitudes:

1. Disposición e iniciativa ante nuevas tareas de la profesión (o actividades técnicas).
2. Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados de forma satisfactoria para todas y todos.
3. Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas

UD 5: Planificación de la gestión económica y la tesorería del pequeño comercio:

Conceptos:

- 5.1.– Previsión de la demanda.
- 5.2.– Previsión de ingresos y gastos.
- 5.3.– Elaboración de presupuestos.
- 5.4.– Fijación de los precios de venta atendiendo a distintos criterios.

- 5.5.– Cálculo de los precios de venta en función de costes y margen comercial, entre otros.
- 5.6.– Cálculo del punto muerto o umbral de rentabilidad.
- 5.7.– Evaluación de inversiones y cálculo de la rentabilidad.
- 5.8.– Periodo medio de maduración.
- 5.9.– Técnicas de control de flujos de tesorería y liquidez.
- 5.10.– Análisis de la información contable y económico-financiera de la empresa.
- 5.11.– Análisis de la viabilidad y sostenibilidad económico-financiera de la empresa.
- 5.12.– Cálculo e interpretación de ratios económico-financieros básicos: rentabilidad, liquidez, solvencia y endeudamiento.

Procedimientos:

1. Establecimiento del sistema de fijación de los precios de venta en función de los costes, margen de beneficios, impuestos sobre el consumo, ciclo de vida del producto, precios de la competencia, diferenciación del producto y percepción del valor de los clientes y clientas, entre otros.
2. Realización de previsiones de la demanda y los ingresos por ventas, y de los costes y gastos previstos, a partir de los datos obtenidos de fuentes externas que facilitan información económica del sector y de otros comercios similares.
3. Establecimiento de los plazos, forma y medios de pago, descuentos y facilidades de pago a la clientela, en función de la capacidad financiera de la empresa, las características del producto, el tipo de clientela y los usos y prácticas del sector.
4. Elaboración del calendario de cobros y pagos previstos, en función de las necesidades, compromisos y obligaciones de pago del pequeño comercio y asegurando la disponibilidad de efectivo en caja diariamente.
5. Previsión del sistema para comprobar periódica y sistemáticamente la liquidez de la tienda, ajustando los compromisos de pago y las estimaciones de cobro.
6. Cálculo de los costes financieros y los riesgos de gestión de cobro y de

negociación de efectos comerciales.

7. Cálculo de los costes de personal y seguridad social a cargo de la empresa.
8. Definición del procedimiento de valoración sistemática de la actividad económica y financiera del comercio, calculando ratios de rentabilidad, solvencia, endeudamiento y liquidez, para detectar y corregir posibles desajustes.

Actitudes:

1. Disposición e iniciativa ante nuevas tareas de la profesión (o actividades técnicas).
2. Planificación metódica de las tareas a realizar, con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.
3. Participación solidaria en tareas de equipo, adecuando nuestro esfuerzo al requerido por el grupo

UD 6: Gestión de la documentación comercial y de cobro y pago:

Conceptos:

- 6.1.- Facturación de las ventas: características, requisitos legales y tipos de facturas.
- 6.2.- Cumplimentación y expedición de facturas comerciales.
- 6.3.- Fiscalidad de las operaciones de venta y prestación de servicios: el Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA). Operaciones gravadas. Repercusión del IVA. Tipos de gravamen. Recargo de equivalencia.
- 6.4.- Registro y conservación de facturas según la normativa mercantil y fiscal.
- 6.5.- Medios y documentos de pago y cobro: cheque, transferencia bancaria, recibo normalizado, letra de cambio y pagaré, y medios de pago electrónicos.
- 6.6.- Gestión de cobro de efectos comerciales.
- 6.7.- Negociación y descuento de efectos comerciales.
- 6.8.- Cálculo de los costes de negociación de efectos comerciales.

Procedimientos:

1. Interpretación de la normativa mercantil y fiscal y los usos del comercio

que regulan la facturación de productos/servicios, incluyendo la facturación electrónica.

2. Interpretación de la normativa reguladora del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) y las obligaciones establecidas para la facturación de productos y/o servicios.
3. Elaboración de facturas correspondientes a las operaciones de compraventa y/o prestación de servicios, de acuerdo con la normativa mercantil y fiscal y los usos del comercio, utilizando herramientas informáticas.
4. Realización del registro periódico de las facturas emitidas y recibidas que exige la normativa del IVA.
5. Cumplimentación y gestión de los documentos correspondientes a los diferentes medios de pago y cobro de las operaciones de la empresa.
6. Preparación de remesas de efectos comerciales para su envío a las entidades bancarias en gestión de cobro o para su negociación y descuento.
7. Elaboración de facturas de negociación de efectos comer

Actitudes:

1. Disposición e iniciativa ante nuevas tareas de la profesión (o actividades técnicas).
2. Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados de forma satisfactoria para todas y todos.
3. Participación solidaria en tareas de equipo, adecuando nuestro esfuerzo al requerido por el grupo.

UD 7: Gestión del proceso administrativo, contable y fiscal de la empresa:

Conceptos:

- 7.1.- Gestión laboral en el pequeño comercio. Altas y bajas de trabajadores y trabajadoras, nóminas y boletines de cotización a la Seguridad Social.
- 7.2.- Régimen de cotización a la Seguridad Social del trabajo autónomo.
- 7.3.- La contabilidad de la empresa.
- 7.4.- El patrimonio de la empresa: activo, pasivo y patrimonio neto.

- 7.5.– El balance. Partidas que lo integran. Relación funcional entre ellas.
- 7.6.– Las cuentas.
- 7.7.– Conceptos de inversión, gasto y pago, ingreso y cobro.
- 7.8.– Los libros contables y de registro.
- 7.9.– El Plan General Contable para las pymes.
- 7.10.– Registro de las operaciones. El ciclo contable.
- 7.11.– El resultado del ejercicio.
- 7.12.– Las cuentas anuales.
- 7.13.– El sistema tributario español. Impuestos directos e indirectos.
- 7.14.– Obligaciones fiscales del pequeño comercio. El calendario fiscal.
- 7.15.– Gestión del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA). Regímenes de tributación.
- 7.16.– Declaración-liquidación del IVA.
- 7.17.– El Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF). Modalidades de tributación.
- 7.18.– El Impuesto de Sociedades. Modalidades de tributación.
- 7.19.– Otros impuestos y tributos que afectan al pequeño comercio.
- 7.20.– Manejo de un paquete integrado de gestión comercial y contable.

Procedimientos:

1. Identificación de las funciones de la contabilidad, y los libros obligatorios y voluntarios que debe llevar la empresa.
2. Diferenciación de las distintas partidas del Balance (activo, pasivo y patrimonio neto), analizando sus características y relación funcional.
3. Elaboración del registro de las operaciones realizadas, de acuerdo con los principios generales y las normas de valoración del Plan General Contable para PYMES, utilizando la aplicación informática disponible.
4. Realización del cálculo de la amortización de los elementos del inmovilizado, de acuerdo con la normativa fiscal vigente y el Plan General Contable para las PYMES.
5. Realización del cálculo de resultado del ejercicio y elaboración de las cuentas anuales, de acuerdo con el Plan General Contable para las PYMES.
6. Cumplimentación de las declaraciones-liquidaciones periódicas del

Impuesto sobre el Valor Añadido, en función del régimen de tributación elegido.

7. Determinación de las obligaciones fiscales derivadas de los impuestos que gravan los beneficios, en función de la forma jurídica de la empresa (IRPF e Impuesto de Sociedades).
8. Valoración de la posibilidad de utilizar asesoramiento externo de carácter laboral, fiscal y/o contable, en función de las características de la empresa.

Actitudes:

1. Disposición e iniciativa ante nuevas tareas de la profesión (o actividades técnicas).
2. Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados de forma satisfactoria para todas y todos.
3. Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.
4. Participación solidaria en tareas de equipo, adecuando nuestro esfuerzo al requerido por el grupo.

UD 8: Elaboración de un plan para la implantación de un servicio de calidad y proximidad

Conceptos

- 8.1.– Características del servicio de calidad en un pequeño comercio.
- 8.2.– Normas de calidad y códigos de buenas prácticas en pequeños comercios.
- 8.3.– Estrategias de calidad en la atención a la clientela en pequeños comercios.
- 8.4.– Servicios adicionales a la venta en pequeños establecimientos.
- 8.5.– Instrumentos para medir la calidad.
- 8.6.– Normativa de ámbito nacional, autonómico y local que afecta al comercio al por menor.
- 8.7.– Herramientas informáticas de gestión de las relaciones con la clientela.
- 8.8.– Plan de gestión de incidencias, quejas y reclamaciones en el

comercio.

8.9.– Instrumentos para medir el grado de satisfacción de la clientela.

8.10.– Normativa de protección a quienes consuman aplicada a pequeños comercios.

8.11.– Técnicas para comprobar el mantenimiento de las instalaciones y la exposición de productos en la tienda, aplicando criterios comerciales y de seguridad.

8.12.– Plan de calidad del pequeño comercio.

Procedimientos:

1. Adaptación de las características de la tienda a los sistemas normalizados de calidad y a los códigos de buenas prácticas, aplicables al pequeño comercio, de carácter europeo, nacional, autonómico y local.
2. Definición de las pautas de atención al cliente, aplicando criterios de calidad, cortesía y trato personalizado, de acuerdo con lo establecido en la norma UNE 175001-1 (calidad de servicio para el pequeño comercio) y otras normas.
3. Establecimiento de los servicios adicionales a la venta propios del servicio de proximidad (envío a domicilio y servicios postventa), según características de la tienda, demandas de clientes y clientas, y usos del sector, valorando su coste y efectividad.
4. Fijación de los horarios y calendario de apertura de la tienda, los períodos de rebajas y promociones y otros aspectos de funcionamiento, respetando la normativa local vigente y los usos y costumbres del comercio al por menor.
5. Diseño de un sistema actualizado de información y precios de los productos, accesible al consumidor o consumidora, garantizando la correspondencia entre los precios marcados en las etiquetas y los registrados en la aplicación del TPV.
6. Fijación del procedimiento de gestión de incidencias, quejas y reclamaciones que garantice un servicio de calidad y el cumplimiento de la normativa de protección del consumidor o consumidora.
7. Establecimiento del procedimiento para comprobar el mantenimiento de las instalaciones y la funcionalidad del surtido de productos expuestos,

aplicando criterios comerciales y de seguridad en materia de prevención de riesgos.

8. Mantenimiento actualizado de las bases de datos de clientes y clientas, garantizando su confidencialidad y respeto de la normativa de protección de datos.

Actitudes:

1. Disposición e iniciativa ante nuevas tareas de la profesión (o actividades técnicas).
2. Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados de forma satisfactoria para todas y todos.
3. Planificación metódica de las tareas a realizar, con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.

E.-MÍNIMOS

1. Realización del desarrollo de los trámites de constitución y puesta en marcha de una pequeña empresa.
2. Obtención y gestión de los recursos financieros necesarios para un pequeño establecimiento comercial.
3. Gestión de compra y/o alquiler del local y del equipamiento necesario para la apertura de la tienda.
4. Elaboración de presupuestos.
5. Gestión del proceso de facturación.
6. Gestión de cobros y pagos.
7. Gestión económica y control de tesorería.
8. Realización del registro y archivo de documentación.
9. Realización del registro contable de las operaciones realizadas.
10. Cálculo del resultado del ejercicio y elaboración de las cuentas anuales.
11. Declaración-liquidación de los impuestos derivados de la actividad.
12. Elaboración y gestión de la documentación derivada de las obligaciones laborales, contables y fiscales de la empresa.
13. Contabilización de las compras, gastos y ventas de la empresa, de acuerdo con el Plan General Contable para las PYMES.
14. Cálculo del resultado del ejercicio y elaboración de las cuentas anuales.

15. Manejo de aplicaciones informáticas de gestión comercial y contabilidad.
16. Realización del control de calidad del servicio prestado al cliente o clienta.
17. Elaboración de Planes de Calidad del pequeño comercio.

F.- DISTRIBUCIÓN TEMPORAL DE LAS UNIDADES DIDACTICAS

Unidades de Trabajo	Evaluación	Horas previstas	Resultado de aprendizaje relacionado
1: Obtención de información sobre iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de una pequeña empresa	1º	24	RA 1
2: Determinación de la forma jurídica de la empresa y los trámites para su creación y puesta en marcha:	1ª	24	RA 2
3: Elaboración de un proyecto de creación de un pequeño comercio	1ª	24	RA 3
4: Elaboración de un plan de inversiones básico	1ª	24	RA 4
5: Planificación de la gestión económica y la tesorería del pequeño comercio	2ª	24	RA 5
6: Gestión de la documentación comercial y de cobro y pago	2ª	24	RA 6
7: Gestión del proceso administrativo, contable y fiscal de la empresa	2ª	24	RA 7
8: Elaboración de un plan para la implantación de un servicio de calidad y proximidad	2ª	22	RA 8

G.-TRANSVERSALIDAD

Unidades	E. AMBIEN TAL	E. CONSUMO	E. COMU NICACION	E. CONVI. PAZ	E. SEXISTA	E. NO SALUD	E. PARA LA VIA	EDUCAC
1: Obtención de información sobre iniciativas empresariales	X	X	x	X	x	X	x	
2: Determinación de la forma jurídica de la actividad			x		X			
3: Elaboración de un proyecto de creación	X	X	x	X	X	X		
4: Elaboración de un plan de inversiones		X	x	X	X			
5: Planificación de la gestión		X	x	X	X			
6: Gestión de la documentación comercial		X	x	x	X			
7: Gestión del proceso administrativo		x	X	x	x			
8: Elaboración de un plan para la implantación de un servicio de calidad	X	X	x	X	X	X		

H.-METODOLOGÍA DIDÁCTICA.

Se hace imprescindible la coordinación del equipo de profesoras y profesores que imparten módulos que recogen los mismos contenidos, con el fin de evitar solapamientos entre los distintos módulos del ciclo.

Asimismo, será objeto de este módulo el estudio en profundidad de aquellas herramientas específicas que son necesarias para llevar a cabo la gestión de un establecimiento comercial, si no han sido estudiadas en el módulo 1233. **“Aplicaciones informáticas para el comercio”** u otros.

Los contenidos conceptuales encuentran su principal sentido en construir un soporte para el desarrollo de los procedimientos y, por tanto, conseguir el logro de los resultados del aprendizaje. Deberán abordarse con la amplitud suficiente para poder responder a las situaciones más habituales que a los alumnos y alumnas se les van a presentar en el puesto de trabajo. Por tanto, se debe evitar la pretensión de que el alumnado aprenda contenidos y trabajarlos en los procedimientos en que se aplican. Las actividades que se programen deberán ir dirigidas, en todo momento, al logro de los resultados de aprendizaje y no deberán emprenderse acciones encaminadas a otros logros.

Gran parte de los procedimientos señalados se deben ubicar en supuestos adaptados a las empresas más significativas del entorno del centro, o en el estudio de casos cuyo grado de definición establecerá la complejidad de aquellos. El objetivo es implicar al alumnado en la toma de decisiones gradualmente más complejas a medida que va adquiriendo nuevos conocimientos, por lo que se le puede exigir una mayor responsabilidad.

Las acciones educativas tendrán que tener como objeto la aplicación de los conceptos en procedimientos. Existen numerosos modos de llevar a la práctica los contenidos, pero en este módulo resulta extraordinariamente útil el estudio de casos prácticos.

El estudio de casos permite simular situaciones reales, en las que el alumnado deberá realizar procesos en los que intervendrán los contenidos programados.

Con la aportación de las TIC, la tarea de preparación de dichos casos se agiliza enormemente, siendo posible la obtención de documentos, expedientes, información necesaria para la simulación de procedimientos administrativos reales vía Internet. A partir de ese conjunto de informaciones, la elaboración de los casos y su resolución no resulta excesivamente costosa.

Por otro lado, en ocasiones, será precisa la asimilación previa de los contenidos necesarios para enfrentarse con éxito al estudio de casos, y, por ello, será necesaria la actuación en otros escenarios, como pudieran ser: la exposición, la instrucción, el aprendizaje por descubrimiento, la investigación, etc.

El desarrollo de las unidades didácticas con estructura conceptual se aconseja realizarlo utilizando métodos que provoquen la intervención del alumnado, evitando, en lo posible, la utilización de métodos expositivos. A este respecto, conviene indicar que la alternativa de los escenarios permitirá un desarrollo más dinámico del aprendizaje, dado que, de este modo, conseguiremos mantener la atención del alumnado y aprovecharemos al máximo las posibilidades de aprendizaje.

Para motivar a la clase, se ubicarán en su ciudad o entorno geográfico las empresas más significativas en relación a este módulo, visitando alguna de ellas y describiendo su funcionamiento general. Será conveniente contemplar actividades que consoliden la motivación y el interés del alumnado, como realización de debates sobre actividades más importantes, perfil profesional, incorporación al mundo laboral.

Por último, debemos señalar que las actividades que más contribuyen al aprendizaje significativo son las globales, que integran el mayor número de contenidos posibles.

I.- INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACION Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.

Para que la evaluación cumpla su función formativa y que la calificación que recibe el alumno se corresponda con sus progresos y ésta en relación con sus capacidades y el nivel alcanzado en el aprendizaje, se ha de tener la máxima información de diversas fuentes.

La evaluación de aprendizaje se efectuará:

- Evaluando el aprendizaje del alumno a través de la actividad habitual en el aula.
- Mediante pruebas específicas de evaluación.

La evaluación de aprendizaje a través de las actividades habituales del aula, debe ser sistematizado y formalizada adecuadamente, haciendo las oportunas anotaciones con una cierta periodicidad en la ficha del alumno. En principio, el propio seguimiento del alumno en cuanto a su trabajo y participación en las actividades del aula, ya permite realizar una primera valoración de los conocimientos que muestran, sus deficiencias y dificultades. Ciertamente, la observación en el aula ha de ser un instrumento utilizado fundamentalmente para evaluar actitudes y hábitos de los alumnos, tanto en el plano individual como en su participación en tareas

colectivas. Esta técnica de evaluación debe ser también utilizada para valorar los procedimientos relacionados con la expresión oral, que se ponen de manifiesto en el debate y en la argumentación.

Un instrumento importante y bastante utilizado es la observación de los trabajos del alumno a lo largo del curso, bien individuales o en grupo.

Dentro de las pruebas escritas, existen diferentes modalidades, pruebas objetivas,, pruebas de interpretación de datos, pruebas basadas en la exposición de un tema.

Los instrumentos que se van a utilizar ponen de manifiesto que a lo largo de todo el proceso de enseñanza-aprendizaje se está recabando información relevante para llevar a cabo la evaluación formativa, observando los progresos y dificultades de los alumnos y, en consecuencia facilitando la prestación de las ayudas pedagógicas necesarias.

Al final de cada unidad de trabajo se desarrollará una prueba de evaluación que junto con el resto de observaciones permitirá valorar el grado de aprendizaje adquirido.

La evaluación general, se plantea al principio del curso pasando a los alumnos una prueba que persigue los siguientes objetivos: observar sus preconceptos, la capacidad de comprensión y comunicación de la realidad económica y las motivaciones e intereses frente a la materia.

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

A.- Período de evaluación ordinario:

A.1.- La nota de evaluación será la suma de los dos apartados siguientes:

1.- La observación en el aula que comprenderá las actitudes generales (interés y dedicación en las tareas de clase, grado de colaboración y participación y puntualidad)

La calificación estará comprendida entre 0 y 10 ponderándose de la siguiente forma:

- a. Interés y dedicación un 10% para la nota final.
- b. Colaboración y participación (valorándose el uso de materiales, adecuación en contenidos y formas en la intervención en clase y trabajo en grupo) ponderándose un 15%
- c. Puntualidad valorándose un 5%

2.- Por otro lado, también se valorarán los exámenes y los trabajos que podrá concretarse en la corrección de actividades, revisión de trabajos bien a realizar individualmente o en grupo durante cada una de los periodos de evaluación, en fechas concretadas previamente o en los momentos que el profesor estime oportunos, con o sin previo aviso. La calificación estará comprendida entre 0 y 10 ponderándose un 70% para la nota final.

Para la valoración de las diversas pruebas y trabajos no sólo se tendrá en cuenta, el nivel del conocimiento específico de la materia que demuestre el alumno/a, sino también la coherencia y precisión en la exposición de las ideas y el razonamiento de las mismas, la expresión oral y escrita, la riqueza de vocabulario y la ortografía.

A.2.- Nota final del módulo:

La nota final del módulo será la media de las dos evaluaciones siempre que, en cada una de ellas, tenga una calificación mínima de 5. En caso contrario, es decir en el caso de tener una o más evaluaciones suspensas (menos de 5), deberá recuperar todas y cada una de ellas para poder realizar dicha nota media..

B.- Alumnos que no se les puede aplicar los criterios de calificación en evaluación ordinaria.

Para aquellos alumnos cuyas faltas alcancen el 15% del cómputo trimestral aplicable al módulo no se les podrá aplicar los criterios de calificación.

En este caso serán evaluados mediante una prueba que se realizará al final de la evaluación.

La nota de la prueba extraordinaria será la suma de los dos apartados siguientes:

1. La nota de la prueba extraordinaria que se puntuará de 0 a 10 y que se ponderará en un 70%
2. La nota de las actividades de recuperación que se puntuarán de 0 a 10 y se ponderarán en un 30%

C.- Período de *Evaluación Extraordinario:* (Los alumnos se examinarán de aquellas partes suspensas)

C.1.- La nota de la evaluación extraordinaria será la suma de los dos apartados siguientes:

1. La nota del examen extraordinario será la nota de la prueba extraordinaria, de aquellos contenidos no superados, que se puntuará de 0 a 10 y que se ponderará en un 70%
2. La nota de las actividades de recuperación que se puntuarán de 0 a 10 y se ponderarán en un 30%

C.2.- La nota final del módulo en convocatoria extraordinaria será la media de las evaluaciones aprobadas más la nota alcanzada en la prueba extraordinaria, teniendo que ser igual o superior al 5 para superar dicho módulo.

D.- Alumnos de 2º curso con este módulo pendiente

Para los alumnos que estén cursando 2º curso y tengan este módulo pendiente, se diseñará una prueba y unas actividades de recuperación para que el alumnado lo pueda realizar simultáneamente a los módulos de segundo curso, teniendo en cuenta que no se garantizará su asistencia a las clases..

La prueba consistirá:

1. En una prueba global de todos los contenidos mínimos del correspondiente módulo profesional. Que será calificada de 0 a 10 ponderándose en un 70%.
2. Un “Plan de recuperación” ó “Actividades de recuperación” del módulo que tienen pendiente, que comprenda un conjunto de actividades que le permitan al alumno alcanzar los objetivos previstos para superar eficazmente la prueba global. Estas actividades de recuperación serán obligatorias y se irán entregando en las fechas que a tal efecto determine el departamento calificándose de 0 a 10 y ponderándose en un 30%

Teniendo que alcanzar para su calificación de aprobado un mínimo de 5 puntos.

J.- ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

El sistema de recuperación podrá ser específico para cada alumno y estará en función del objetivo/s inalcanzado/s.

Existen objetivos que el alumno puede recuperar en próximas evaluaciones, mientras que otros exigen pruebas específicas de recuperación (trabajo, pruebas escritas, ...) y que se celebrarán dentro de las fechas acordadas con el grupo, y en el caso de las pruebas escritas su estructura hará referencia a los mínimos reseñados en dicha programación.

Antes de realizar la prueba de recuperación se dará información sobre contenidos impartidos y se hará hincapié en aquéllos que presentan mayor dificultad para los alumnos.

K.- PLAN DE RECUPERACIÓN

a) Periodo de evaluación ordinaria:

El sistema de recuperación podrá ser específico para cada alumno y estará en función del objetivo/s inalcanzado/s. Existen objetivos que el alumno puede recuperar en próximas evaluaciones, mientras que otros exigen pruebas específicas de recuperación (trabajo, prueba escrita, oral...) y que

se celebrarán dentro de las fechas acordadas con el grupo, y en el caso de la prueba oral y/o escrita su estructura hará referencia a los mínimos reseñados en dicha programación.

Antes de realizar la prueba de recuperación se dará información sobre contenidos impartidos y se hará hincapié en aquellos que presentan mayor dificultad para los alumnos

b) Periodo de evaluación extraordinaria:

1º.- En una prueba global de todos los contenidos mínimos no superados del correspondiente módulo profesional.

2º.- Un “Plan de recuperación” ó “Actividades de recuperación” del módulo que tienen pendiente, que comprenda un conjunto de actividades que le permitan al alumno alcanzar los objetivos previstos para superar eficazmente la prueba global.

c) Alumnos de 2º curso con un módulo pendiente

Para los alumnos que estén cursando 2º curso y tengan este módulo pendiente, se diseñará una prueba y unas actividades de recuperación para que el alumnado lo pueda realizar simultáneamente a los módulos de segundo curso, teniendo en cuenta que no se garantizará su asistencia a las clases..

La prueba consistirá:

1. En una prueba global de todos los contenidos mínimos del correspondiente módulo profesional.
2. Un “Plan de recuperación” ó “Actividades de recuperación” del módulo que tienen pendiente, que comprenda un conjunto de actividades que le permitan al alumno alcanzar los objetivos previstos para superar eficazmente la prueba global. Estas actividades de recuperación serán obligatorias y se irán entregando en las fechas que a tal efecto determine el departamento.

Para superar el módulo el alumno deberá alcanzar para su calificación de aprobado un mínimo de 5 puntos.

El profesor que les tendrá que tendrá que realizar su seguimiento será el profesor que imparta dicho módulo en el curso académico correspondiente y en su defecto el Jefe del Departamento

L.- MATERIALES Y RECURSOS DIDACTICOS

Para el seguimiento de los contenidos se seguirán los apuntes elaborados por el profesor y se les entregará un cuestionario que hará hincapié en aquellos aspectos más importantes de las distintas unidades de trabajo.

Así mismo se les facilitará un guión-guía para la realización de las actividades extraescolares.

M.- ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES

Los alumnos realizarán, en la medida que sea posible, una visita a una empresa para que vean cómo se desarrolla en ella los distintos contenidos del módulo. Posteriormente deberán realizarán resumen de lo que han aprendido y de cómo pueden ellos aplicarlas para la su propia empresa.

Asimismo se intentará que expertos en marketing, les den una charla (bien sea en el propio centro o en una empresa).

Las actividades serán de carácter obligatorio y se valorarán aquellos trabajos que se puedan derivar de dichas actividades complementarias, calificándolos con una nota numérica de 1 a 10. La puntuación alcanzada se sumara al resto de actividades programadas dentro del módulo, contando como una nota más.