

<i>Código</i>	1233
<i>Módulo profesional</i>	Aplicaciones Informáticas para el Comercio
<i>Curso</i>	1º Ciclo de Grado Medio Técnico en Actividades Comerciales
<i>Duración total del módulo profesional</i>	132
<i>Asociado a unidad de competencia</i>	No
<i>Horas semanales</i>	4
<i>Profesor/a</i>	Raúl Alijas Rodríguez
<i>Curso académico</i>	2024/2025
<i>I.E.S.</i>	León Felipe, Benavente (Zamora)

Índice

1. Introducción
2. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.
3. Contenidos básicos.
4. Contenidos del currículo de Castilla y León.
5. Contenidos distribuidos en unidades de trabajo.
6. Secuenciación.
7. Competencias profesionales, personales y sociales.
8. Objetivos generales del Ciclo.
9. Actividades de enseñanza, aprendizaje/evaluación.
10. Orientaciones pedagógicas y metodología.
11. Coordinación con otros módulos profesionales.
12. Criterios de evaluación y calificación en evaluación continua.
13. Criterios de recuperación en evaluación continua.
14. Pérdida del derecho a evaluación continua y procedimiento a seguir para evaluar a estos alumnos.
15. Recursos didácticos y organizativos.
16. Uso de las TIC'S en el aula.
17. Actividades complementarias y extraescolares.
18. Medidas de atención a la diversidad.
19. Actividades evaluación y recuperación de los alumnos con materias pendientes de cursos anteriores.
20. Actividades de evaluación y recuperación de los alumnos en la segunda evaluación final.
21. Evaluación de los procesos de enseñanza y de la acción docente.

1. Introducción

Esta programación del módulo Aplicaciones Informáticas para el Comercio se debe considerar lo suficientemente abierta y flexible para que el profesor responsable del módulo pueda introducir los cambios que estime necesarios para dar respuesta a las diferentes capacidades para aprender, a las diferentes motivaciones e intereses y a los diferentes estilos de aprendizaje de los alumnos.

2. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

Se consideran los resultados de aprendizaje como la expresión de los resultados que deben ser alcanzados por los alumnos en el proceso de enseñanza-aprendizaje, y los criterios de evaluación como referencia del nivel aceptable de esos resultados. De acuerdo a la nueva Ley Orgánica 3/2022 de 31 de marzo, de Ordenación e Integración de la Formación Profesional, y adaptado a los requisitos de Castilla y León, los resultados de aprendizaje que a continuación se desarrollan, serán impartidos inicial y principalmente en el centro educativo, siendo, estos mismos, ampliados y consolidados en las prácticas que cada alumno realice en las empresas de destino para su formación en centros de trabajo. Y, concretamente, durante las prácticas el alumno reforzará el **RA6 Realiza la facturación electrónica y otras tareas administrativas, de forma telemática, utilizando en cada caso el software específico.**

RA 1. RESULTADO DE APREDIZAJE: 1. Maneja a nivel de usuario sistemas informáticos empleados habitualmente en el comercio, utilizando el hardware y el software más común.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UNIDADES DE TRABAJO
CE 1.1. Se han examinado los componentes físicos de un ordenador.	1
CE 1.2. Se han considerado las características y funcionamiento de los equipos informático-electrónicos específicos para el comercio.	1
CE 1.3. Se ha manejado un sistema operativo basado en el uso de ventanas.	1
CE 1.4. Se han gestionado los archivos de información mediante sistemas operativos.	1
CE 1.5. Se ha configurado una red doméstica.	1
CE 1.6. Se han protegido los equipos de virus, correo basura y otros elementos indeseables.	1
CE 1.7. Se han realizado operaciones rutinarias de mantenimiento de los equipos.	1
CE 1.8. Se han descargado y utilizado aplicaciones de visualización e impresión de datos.	1

RA 2. RESULTADO DE APREDIZAJE: Utiliza la red Internet y los servicios que la componen, manejando programas de navegación, correo electrónico y transferencia de archivos, entre otros.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UNIDADES DE TRABAJO
CE 2.1. Se han identificado los conceptos esenciales de funcionamiento y uso de la red y las características propias de las intranets y las extranets.	2
CE 2.2. Se han evaluado y configurado los distintos sistemas de conexión a la red.	2

CE 2.3. Se han utilizado los principales programas navegadores para moverse por la red.	2
CE 2.4. Se han realizado búsquedas selectivas de información mediante aplicaciones específicas y buscadores especializados por temas.	2
CE 2.5. Se ha utilizado el correo electrónico directamente desde la web.	2

CE 2.6. Se han empleado programas de cliente de correo electrónico para gestionar el envío y recepción de mensajes.	2
CE 2.7. Se ha identificado el protocolo de red para la transferencia de archivos (FTP) desde un equipo cliente a un servidor.	2
CE 2.8. Se han implantado medidas de seguridad para proteger los equipos de intrusiones externas.	2

RA 3. RESULTADO DE APREDIZAJE: Confecciona materiales informativos y publicitarios, utilizando técnicas de diseño gráfico.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UNIDADES DE TRABAJO
CE 3.1. Se han diseñado materiales de comunicación en soportes gráficos.	3
CE 3.2. Se ha realizado la composición y formato del material, respetando principios de armonía, proporción, equilibrio y simetría, entre otros.	3
CE 3.3. Se han aplicado principios de asociación psicológica de imágenes, contenidos, semejanza, continuidad y simetría, entre otros.	3
CE 3.4. Se han empleado técnicas de diseño y autoedición relativas a percepción visual, legibilidad y contrastes de color, entre otros.	3
CE 3.5. Se han diseñado materiales gráficos de imágenes, manteniendo una distribución equilibrada de todos los elementos.	3
CE 3.6. Se ha utilizado diverso software multimedia para la edición de imágenes y sonidos y para la grabación de sonidos.	3
CE 3.7. Se han efectuado trabajos publicitarios y promocionales en Internet.	3

RA 4. RESULTADO DE APREDIZAJE: Realiza tareas de manipulación de textos y de presentación de textos, imágenes y gráficos en forma continua, empleando programas para la automatización de los trabajos y actividades específicas del comercio.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UNIDADES DE TRABAJO
CE 4.1. Se han editado todo tipo de escritos informativos y publicitarios, por medio de aplicaciones específicas de tratamiento y corrección de textos.	4
CE 4.2. Se han utilizado herramientas especializadas de generación de textos a través de utilidades de edición.	4
CE 4.3. Se han ordenado los textos e ilustraciones para efectuar una correcta maquetación de los contenidos.	4
CE 4.4. Se han elaborado índices temáticos, alfabéticos y de ilustraciones.	4
CE 4.5. Se han diseñado presentaciones publicitarias y de negocios con texto esquematizado, animaciones de texto e imágenes importadas.	4

CE 4.6. Se han diseñado presentaciones maestras que sirvan de base para la creación de otras presentaciones.	4
CE 4.7. Se han manejado aplicaciones de autoedición que nos permiten diseñar y maquetar páginas con textos y elementos gráficos diversos, destinados a servir como material de marketing.	4

RA 5. RESULTADO DE APREDIZAJE: Realiza cálculos matemáticos con hoja de cálculo y tratamiento de datos con gestores de bases de datos, utilizando programas para la automatización de las actividades comerciales.

<i>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</i>	UNIDADES DE TRABAJO
CE 5.1. Se han realizado cálculos matemáticos en diversas áreas de la empresa como administración, finanzas y producción, entre otras.	5
CE 5.2. Se han definido las fórmulas para automatizar la confección de diversos documentos administrativos, tales como albaranes y facturas, entre otros.	5
CE 5.3. Se han utilizado funciones matemáticas para calcular ingresos, costes, y resultados económico-financieros.	5
CE 5.4. Se han tratado y filtrado listas de datos con la hoja de cálculo.	5
CE 5.5. Se han creado ficheros de bases de datos relacionales que pueden ser fácilmente consultadas.	5
CE 5.6. Se han extraído informaciones a través de la consulta combinada de varias tablas de datos.	5
CE 5.7. Se ha diseñado formularios para la inclusión de datos en sus tablas correspondientes.	5
CE 5.8. Se han elaborado informes personalizados de los registros de la base de datos para imprimirlos.	5

RA 6. RESULTADO DE APREDIZAJE: Realiza la facturación electrónica y otras tareas administrativas, de forma telemática, utilizando en cada caso el software específico.

<i>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</i>	UNIDADES DE TRABAJO
CE 6.1. Se han identificado los formatos electrónicos de factura.	6
CE 6.2. Se ha establecido la transmisión telemática entre ordenadores.	6
CE 6.3. Se ha garantizado la integridad y autenticidad de las transmisiones telemáticas a través de una firma electrónica reconocida.	6
CE 6.4. Se han utilizado aplicaciones específicas de emisión de facturas electrónicas.	6
CE 6.5. Se han realizado tareas administrativas online con organismos públicos y privados.	6
CE 6.6. Se han cumplimentado documentos con las obligaciones fiscales a las que están sujetas las operaciones de compraventa de productos o servicios.	6
CE 6.7. Se ha practicado con simuladores de recursos de la administración tributaria.	6
CE 6.8. Se han realizado prácticas con simuladores de banca online.	6

3. Contenidos básicos.

Los contenidos básicos del Módulo Aplicaciones Informáticas para el Comercio los podemos encontrar en el 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, y son los siguientes:

1. Manejo de la maquinaria y los programas habituales en el comercio:

- Cómo funciona un ordenador personal. Componentes y piezas.
- La impresora, el escáner y tipos de lectores de tiques.
- Sistema operativo de gestión de ventanas (Windows).
- Trabajar con archivos y carpetas.
- Trabajar con carpetas y archivos comprimidos.
- Funcionamiento y configuración de una red doméstica: cableadas e inalámbricas.
- Administrar la red.
- Compartir archivos e impresoras.
- Seguridad inalámbrica.
- Los virus informáticos y el software antivirus.
- Copia de seguridad de los datos y restauración.
- Software específico de compresión y descompresión de archivos.
- El formato PDF.

2. Utilización de la red Internet:

- Introducción a Internet.
- Concepto y uso de las intranets y extranets: similitudes y diferencias.
- Conectarse a Internet. Protocolo TCP/IP.
- La web. Navegación web utilizando los navegadores.
- Correo electrónico.
- Los grupos de noticias.
- Transferencia y gestión remota de ficheros (FTP).
- Buscar en Internet: los buscadores, directorios o índices temáticos y los motores de búsqueda.
- Correo electrónico: configuración de una cuenta de correo electrónico y correo web frente al correo POP.
- Seguridad. Zonas y niveles de seguridad.
- Bloqueador de ventanas emergentes.
- Filtro de suplantación de identidad (phishing).
- Privacidad.

3. Confección de materiales gráficos:

- Trabajo con imágenes vectoriales y en mapa de bits.
- Profundidad de color.
- Modos de color y cambios entre distintos modos.
- Gammas de color.
- Obtención de imágenes: crear nueva imagen, utilizar existentes y conseguirlas con un escáner o cámara digital.
- Opciones de impresión.
- Utilidades de edición de gráficos.
- Trabajar con capas.
- Trabajar con textos.
- Efectos especiales y plugins.
- Guardar imágenes: tipos de compresión. Tipos de formato.
- Grabación de vídeos en DVD o en archivo.
- Edición de imágenes, cortes, planos y movimientos de cámara.
- Agregar movimientos, transiciones y títulos a las imágenes.

4. Empleo de aplicaciones informáticas de uso general en el comercio:

- El procesador de textos.
- Escritura de textos.
- Formatear el texto de un documento de trabajo.
- Inserción de elementos automáticos: saltos, números de página, fechas y símbolos, entre otros.
- Tabulaciones, viñetas, columnas y tablas.
- Encabezados y pies de página.
- Combinar correspondencia.
- Estilos y plantillas.
- Índices temáticos, alfabéticos y de ilustraciones.
- Programas de presentación: crear una presentación con diapositivas.
- Transiciones.
- Animaciones.

5. Realización de cálculos matemáticos con hoja de cálculo y tratamiento de datos con gestores de bases de datos:

- Introducción a las operaciones básicas de hoja de cálculo.
- Introducir y editar datos en las celdas: textos, números, fechas y fórmulas.
- Manipulación de las celdas de datos.

- Formato de celdas, filas, columnas y hojas.
- Operaciones básicas con hojas de cálculo.
- Fórmulas de la hoja de cálculo.
- Funciones matemáticas, lógicas y estadísticas.
- Representaciones gráficas de los datos.
- Listas de datos.
- Gestores de bases de datos.
- Crear y utilizar tablas en un gestor de base de datos.
- Índices y relaciones entre las tablas.
- Ordenar y filtrar la información.
- Consultas de datos de las tablas.
- Formularios de toma de datos.
- Informes extraídos de las tablas de datos y de las consultas.
- Etiquetas de correo.

6. Realización de la facturación electrónica y otras tareas administrativas, de forma telemática:

- Factura electrónica: aspectos generales, condiciones para su utilización y normativa legal.
- Seguridad: firma electrónica reconocida y DNI electrónico.
- Programas de facturación electrónica.
- Banca online.
- Los tributos online.
- Trámites con la Seguridad Social online.

4. Los contenidos del currículo de Castilla y León.

Los contenidos del currículo de Castilla y León se encuentran en el DECRETO 77/2015, de 10 de diciembre, por el que se establece el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales en la Comunidad de Castilla y León, y son los siguientes:

En la presente programación se han utilizado los resultados de aprendizaje establecidos en la normativa anterior, dado que la nueva legislación recogida en el Proyecto de Decreto por el que se establece el currículo de los Ciclos Formativos de Grado Medio, correspondiente a la oferta de Grado D y Nivel 2 del Sistema de Formación Profesional, conducentes a la obtención del título de Técnico en Actividades Comerciales en la Comunidad de Castilla y León, no introduce modificaciones sustanciales en los resultados de aprendizaje respecto a la normativa previa. No obstante, esta programación se ajusta a la legislación vigente, recogida en: Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de Ordenación e Integración de la Formación Profesional. Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional. Proyecto de Decreto xx/2024, por el que se establece el currículo del Ciclo Formativo de Grado Medio en Actividades Comerciales en Castilla y León. Asimismo, se tendrá en cuenta cualquier actualización normativa que pudiera afectar al desarrollo y organización de los módulos durante el curso académico.

1. Manejo de la maquinaria y los programas habituales en el comercio:

- Cómo funciona un ordenador personal. Componentes y piezas. Periféricos: teclado, ratón y conexiones de red.
- La impresora, el escáner y tipos de lectores de tiques. Funcionamiento y clases.
- Sistema operativo de gestión de ventanas (Windows). La pantalla, el escritorio, el menú inicio y la barra de tareas.
- Trabajar con archivos y carpetas. Operaciones: crear, copiar, pegar, explorar, enviar y eliminar.
- Software específico de compresión y descompresión de archivos.
- Trabajar con carpetas y archivos comprimidos.
- Funcionamiento y configuración de una red doméstica: cableadas e inalámbricas.
- Administrar la red.
- Compartir archivos e impresoras. Gestión de impresoras.
- Seguridad inalámbrica.
- Los virus informáticos y el software antivirus. Utilización de programas para la protección de los equipos.
- Copia de seguridad de los datos y restauración. Realización de copias de seguridad.
- El formato PDF. Utilidad.

2. Utilización de la red Internet:

- Introducción a Internet.
- Concepto y uso de las intranets y extranets: similitudes y diferencias. Funcionamiento y características.
- Conectarse a Internet. Protocolo TCP/IP.
- La web. Navegación web utilizando los navegadores.
- Correo electrónico. Determinación de la importancia del correo electrónico en las transacciones comerciales.
- Correo electrónico: configuración de una cuenta de correo electrónico y correo web frente al correo POP.
- Los grupos de noticias.
- Transferencia y gestión remota de ficheros (FTP).
- Buscar en Internet: los buscadores, directorios o índices temáticos y los motores de búsqueda.
- Seguridad. Zonas y niveles de seguridad.
- Bloqueador de ventanas emergentes.
- Filtro de suplantación de identidad (phishing).
- Privacidad.

3. Confección de materiales gráficos:

- Trabajo con imágenes vectoriales y en mapa de bits.
- Profundidad de color.
- Modos de color y cambios entre distintos modos. Convertir imágenes a mapa de bits: dos colores, escala de grises o color indexado.
- Gammas de color.
- Obtención de imágenes: crear nueva imagen, utilizar existentes y conseguirlas con un escáner o cámara digital. Editar imágenes. Modificar imágenes.
- Opciones de impresión.
- Utilidades de edición de gráficos.

- Trabajar con capas.
- Trabajar con textos.
- Efectos especiales y plugins.
- Guardar imágenes: tipos de compresión. Tipos de formato.
- Grabación de vídeos en DVD o en archivo.
- Edición de imágenes, cortes, planos y movimientos de cámara. Métodos de edición.
- Agregar movimientos, transiciones y títulos a las imágenes. Efectos.

4. Empleo de aplicaciones informáticas de uso general en el comercio:

- El procesador de textos. Crear, guardar o eliminar documentos. Formatos de página.
- Escritura de textos. Opciones de edición. Corrección ortográfica.
- Formatear el texto de un documento de trabajo. Formato de texto.
- Inserción de elementos automáticos: saltos, números de página, fechas y símbolos, entre otros. Menú insertar.
- Tabulaciones, viñetas, columnas y tablas. Aplicación de las mismas a un texto. Diseño y presentación.
- Encabezados y pies de página.
- Combinar correspondencia. Posibles aplicaciones en la actividad comercial.
- Estilos y plantillas. Diseño y aplicación.
- Índices temáticos, alfabéticos y de ilustraciones. Diseño y aplicación.
- Programas de presentación: crear una presentación con diapositivas. Diapositivas en blanco. Confección de diapositivas a partir de plantillas.
- Transiciones. Tipos.
- Animaciones. Aplicación de distintas animaciones a las diapositivas.
- Visualización de la presentación.

5. Realización de cálculos matemáticos con hoja de cálculo y tratamiento de datos con gestores de bases de datos:

- Introducción a las operaciones básicas de hoja de cálculo. Concepto de hoja de cálculo e identificación de supuestos de aplicación de la misma.
- Introducir y editar datos en las celdas: textos, números, fechas y fórmulas. Utilización de distintos tipos de datos. Uso de referencias para celdas y rangos de datos.
- Manipulación de las celdas de datos. Editar, seleccionar, configurar celdas de datos.
- Formato de celdas, filas, columnas y hojas. Formato de celdas y formato de datos.
- Operaciones básicas con hojas de cálculo. Operaciones con fórmulas y funciones.
- Fórmulas de la hoja de cálculo. Inserción de fórmulas. Referencias absolutas, relativas y mixtas.

- Funciones matemáticas, lógicas y estadísticas. Distintos tipos de funciones: esenciales, condicionales, financieras, de búsqueda.
- Representaciones gráficas de los datos. Utilización de distintos tipos de gráficos. Opciones de formato de gráficos.
- Listas de datos. Introducción, ordenación y validación de datos.
- Gestores de bases de datos. Concepto, usos y aplicaciones.
- Crear y utilizar tablas en un gestor de base de datos. Crear campos e introducir datos.
- Índices y relaciones entre las tablas. Creación y uso de bases de datos relacionadas.
- Ordenar y filtrar la información. Tipos de filtros.
- Consultas de datos de las tablas. Crear consultas. Utilización del asistente.
- Formularios de toma de datos. Crear formularios. Utilización del asistente.
- Informes extraídos de las tablas de datos y de las consultas. Modos de presentación.
- Etiquetas de correo. Elaboración.

6. Realización de la facturación electrónica y otras tareas administrativas, de forma telemática:

- Factura electrónica: aspectos generales, condiciones para su utilización y normativa legal.
- Seguridad: firma electrónica reconocida y DNI electrónico. Requisitos para su obtención y su uso.
- Programas de facturación electrónica.
- Banca online. Operaciones: consulta, movimientos, pagos, cobros, solicitud de documentos.
- Los tributos online. Forma de presentar y liquidar distintos tributos a través de las páginas web de los organismos públicos.
- Trámites con la Seguridad Social online. Realización de trámites a través de la página web de la Seguridad Social.

5. Contenidos distribuidos en unidades de trabajo.

UT 1: Hardware y Software

- 1.1. Funcionamiento de un ordenador.
- 1.2. Periféricos
- 1.3. Sistemas operativos. Funcionamiento.
- 1.4. Redes
- 1.5. Programas para la protección de los equipos.
- 1.6. Copias de seguridad.
- 1.7. El formato PDF.

UT 2: Internet

- 2.1. Introducción a Internet.
- 2.1. Conexiones.
- 2.3. La web. Navegación.
- 2.4. Correo electrónico.

2.5. Buscadores, seguridad y privacidad.

UT 3: Diseño gráfico

- 3.1. Trabajo con imágenes vectoriales y en mapa de bits.
- 3.2. Profundidad, modos y gamas de color.
- 3.3. Obtención de imágenes.
- 3.4. Trabajo con capas y textos.
- 3.5. Grabación y edición de vídeos.

UT 4: Procesadores de textos

- 4.1. El procesador de textos: crear, editar, guardar y eliminar.
- 4.2. Programas de presentación: creación de diapositivas, transiciones y animaciones.

UT 5: Hojas de cálculo y bases de datos

- 5.1. Introducción a las operaciones básicas de hoja de cálculo: introducción y edición de datos. Manipulación, formato y operaciones básicas. Fórmulas y funciones matemáticas, lógicas y estadísticas.
- 5.2. Representaciones graficas de datos. Tipos de gráficos.
- 5.3. Gestores de bases de datos. Concepto, usos y aplicaciones. Realización de consultas y formularios.

UT 6: Facturación electrónica y otras tareas administrativas

- 6.1. Factura electrónica.
- 6.2. Seguridad: firma y DNI electrónicos.
- 6.3. Banca online.
- 6.4. Los tributos online.
- 6.5. Trámites con la Seguridad Social online.

6. Secuenciación.

Contenidos secuenciados

1ª Evaluación	2ª Evaluación	3ª Evaluación
U.T. 1 y 2	U.T. 3 y 4	U.T. 5 y 6

Temporalización

UT	TITULO UNIDADES DE TRABAJO	HORAS
1	Hardware y Software	9
2	Internet	15
3	Diseño gráfico	15
4	Procesadores de textos	13
5	Hojas de cálculo y bases de datos	11
6	Facturación electrónica y otras tareas administrativas	11
	Pruebas objetivas	10
	TOTAL	132

7. Competencias profesionales, personales y sociales.

La formación del módulo profesional contribuye a alcanzar las siguientes competencias profesionales, personales y sociales del título:

- a) Realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial, utilizando el hardware y software apropiado para automatizar las tareas y trabajos.
- b) 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.
- c) 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.
- d) Resolver de forma responsable las incidencias relativas a su actividad, identificando las causas que las provocan, dentro del ámbito de su competencia y autonomía.
- e) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.
- f) 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.
- g) 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.

8. Objetivos generales del ciclo.

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

- 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.
- 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.
- f) Reconocer las tareas de recepción, ubicación y expedición de mercancías en el almacén, asignando medios materiales y humanos, controlando los stocks de mercancías y aplicando la normativa vigente en materia de seguridad e higiene, para organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías.
- g) Acopiar y procesar datos de previsiones de demanda y compras a proveedores, utilizando tecnologías de la información y comunicación para garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio.
- h) Identificar y elegir los mejores proveedores y/o suministradores, negociando las ofertas y condiciones de suministro para realizar las compras necesarias que mantengan el nivel de servicio establecido en función de la demanda de los clientes o consumidores.
- i) Crear imagen de tienda, combinando los elementos exteriores e interiores del establecimiento comercial con criterios comerciales, para realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios.
- j) Analizar las políticas de venta y fidelización de clientes, organizando la exposición y promoción del surtido, para realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios.
- k) Seleccionar datos e introducirlos en la página web de la empresa, realizando su mantenimiento y buscando un buen posicionamiento, la facilidad de uso y la máxima persuasión para realizar acciones de comercio electrónico.
- l) Fomentar las interrelaciones con otros usuarios de la red, utilizando estrategias de marketing digital en las redes sociales, para realizar acciones de comercio electrónico.
- m) Reconocer las características de los programas informáticos utilizados habitualmente en el sector comercial, confeccionando documentos y materiales informáticos para realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial.
- n) Identificar el mercado y el entorno de la empresa comercial, obteniendo y organizando la información de los agentes que intervienen en el proceso comercial y aplicando políticas de marketing apropiadas para ejecutar las acciones de marketing definidas por la organización comercial en el plan de marketing.
- o) Seleccionar acciones de información al cliente, asesorándolo con diligencia y cortesía y gestionando en su caso las quejas y reclamaciones presentadas, para ejecutar los planes de atención al cliente.

- p) Determinar las características diferenciadoras de cada subsector comercial, ofertando los productos y/o servicios mediante técnicas de marketing apropiadas para realizar ventas especializadas de productos y/o servicios.
- q) Identificar expresiones y reglas de comunicación en inglés, tanto de palabra como por escrito, para gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores.
- r) 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.
- s) 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.
- t) 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.
- u) 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.
- v) 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 a adoptar, y aplicar los protocolos correspondientes para evitar daños en uno mismo, en las demás personas, en el entorno y en el medio ambiente.
- w) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al “diseño para todos”.
- x) 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.
- y) 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.
- z) 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.

9. Actividades de enseñanza, aprendizaje/evaluación.

UT 1: Hardware y Software

A 1.1.	CE 1.1. Examinar los componentes físicos de un ordenador.
A 1.2.	CE 1.2. Considerar las características y funcionamiento de los equipos informático-electrónicos específicos para el comercio.
A 1.3.	CE 1.3. Manejar un sistema operativo basado en el uso de ventanas.
A 1.4.	CE 1.4. Gestionar los archivos de información mediante sistemas operativos.
A 1.5.	CE 1.5. Configurar una red doméstica.
A 1.6.	CE 1.6. Proteger los equipos de virus, correo basura y otros elementos indeseables.

A 1.7.	CE 1.7. Realizar operaciones rutinarias de mantenimiento de los equipos.
A 1.8.	CE 1.8. Descargar y utilizado aplicaciones de visualización e impresión de datos.

UT 2: Internet

A 2.1.	Identificar los conceptos esenciales de funcionamiento y uso de la red y las características propias de las intranets y las extranets.
A 2.2.	Evaluar y configurado los distintos sistemas de conexión a la red.
A 2.3.	Utilizar los principales programas navegadores para moverse por la red.
A 2.4.	Realizar búsquedas selectivas de información mediante aplicaciones específicas y buscadores especializados por temas.
A 2.5.	Utilizar el correo electrónico directamente desde la web.
A 2.6.	Emplear programas de cliente de correo electrónico para gestionar el envío y recepción de mensajes.
A 2.7.	Identificar el protocolo de red para la transferencia de archivos (FTP) desde un equipo cliente a un servidor.
A 2.8.	Implantar medidas de seguridad para proteger los equipos de intrusiones externas.

UT 3: Diseño gráfico

A 3.1.	Diseñar materiales de comunicación en soportes gráficos.
A 3.2.	Realizar la composición y formato del material, respetando principios de armonía, proporción, equilibrio y simetría, entre otros.
A 3.3.	Aplicar principios de asociación psicológica de imágenes, contenidos, semejanza, continuidad y simetría, entre otros.
A 3.4.	Emplear técnicas de diseño y autoedición relativas a percepción visual, legibilidad y contrastes de color, entre otros.
A 3.5.	Diseñar materiales gráficos de imágenes, manteniendo una distribución equilibrada de todos los elementos.
A 3.6.	Utilizar diverso software multimedia para la edición de imágenes y sonidos y para la grabación de sonidos.
A 3.7.	Efectuar trabajos publicitarios y promocionales en Internet.

UT 4: Procesadores de textos

A 4.1.	Editar todo tipo de escritos informativos y publicitarios, por medio de aplicaciones específicas de tratamiento y corrección de textos.
A 4.2.	Utilizar herramientas especializadas de generación de textos a través de utilidades de edición.

A 4.3.	Ordenar los textos e ilustraciones para efectuar una correcta maquetación de los contenidos.
A 4.4.	Elaborar índices temáticos, alfabéticos y de ilustraciones.
A 4.5.	Diseñar presentaciones publicitarias y de negocios con texto esquematizado, animaciones de texto e imágenes importadas.
A 4.6.	Diseñar presentaciones maestras que sirvan de base para la creación de otras presentaciones.
A 4.7.	Manejar aplicaciones de autoedición que nos permiten diseñar y maquetar páginas con textos y elementos gráficos diversos, destinados a servir como material de marketing.

UT 5: Hojas de cálculo y bases de datos

A 5.1.	Realizar cálculos matemáticos en diversas áreas de la empresa como administración, finanzas y producción, entre otras.
A 5.2.	Definir las fórmulas para automatizar la confección de diversos documentos administrativos, tales como albaranes y facturas, entre otros.
A 5.3.	Utilizar funciones matemáticas para calcular ingresos, costes, y resultados económico-financieros.
A 5.4.	Tratar y filtrar listas de datos con la hoja de cálculo.
A 5.5.	Crear ficheros de bases de datos relacionales que pueden ser fácilmente consultadas.
A 5.6.	Extraer informaciones a través de la consulta combinada de varias tablas de datos.
A 5.7.	Diseñar formularios para la inclusión de datos en sus tablas correspondientes.
A 5.8.	Elaborar informes personalizados de los registros de la base de datos para imprimirlos.

UT 6: Facturación electrónica y otras tareas administrativas

A 6.1.	Identificar los formatos electrónicos de factura.
A 6.2.	Establecer la transmisión telemática entre ordenadores.
A 6.3.	Garantizar la integridad y autenticidad de las transmisiones telemáticas a través de una firma electrónica reconocida.
A 6.4.	Utilizar aplicaciones específicas de emisión de facturas electrónicas.
A 6.5.	Realizar tareas administrativas online con organismos públicos y privados.
A 6.6.	Cumplimentar documentos con las obligaciones fiscales a las que están sujetas las operaciones de compraventa de productos o servicios.

A 6.7.	Practicar con simuladores de recursos de la administración tributaria.
A 6.8.	Realizar prácticas con simuladores de banca online.

10. Orientaciones pedagógicas y metodología.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones relacionadas con el uso de herramientas informáticas tales como:

- Manejo de equipos informáticos.
- Utilización de sistemas operativos y gestión de ficheros de datos.
- Administración de redes domésticas.
- Configuración de la red Internet y uso de la misma.
- Búsqueda avanzada de información.
- Gestión del correo electrónico como medio de comunicación y como herramienta de venta.
- Transferencias de información.
- Utilización de aplicaciones informáticas de diseño gráfico.
- Elaboración de textos con programas específicos de proceso de textos.
- Utilización y creación de presentaciones publicitarias y de negocios en general.
- Manejo de programas para la realización de todo tipo de cálculos por medio de aplicaciones de hoja de cálculo.
- Gestión de la información de la empresa a través de programas gestores de bases de datos.
- Facturar electrónicamente.
- Enviar y recibir datos de organismos públicos.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Las tareas de control y gestión de cualquier empresa comercial de productos y/o servicios.
- El diseño de materiales gráficos y publicitarios.
- El uso de herramientas ofimáticas de carácter general.
- El uso de herramientas informáticas necesarias en la gestión de un comercio.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales m), q), r), s), t), u), v) y w) del ciclo formativo, y las competencias h), m), n), ñ), o), p) y q) del título.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza–aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- Utilización de equipos informáticos.
- Uso de Internet.
- Utilización de aplicaciones informáticas de diseño gráfico.

- Utilización de programas ofimáticos de uso general.
- Utilización de programas ofimáticos de uso específico de empresas comerciales.
- Manejo de programas informáticos de traspaso de datos a otras empresas y a la administración.
- Facturación electrónica.

11. Coordinación con otros módulos profesionales.

Dada la naturaleza especial de este módulo profesional y su amplia repercusión, se tendrá en cuenta la necesidad de coordinación en contenidos y actividades con los docentes de todos los módulos del ciclo.

Por afinidad con muchos de los contenidos habrá una especial coordinación con el módulo 1235 Comercio Electrónico

12. Criterios de evaluación y calificación en evaluación continua.

La evaluación tendrá un carácter continuo por lo que se realizará a lo largo de todo el proceso formativo del alumno, lo que permitirá guiar al alumno en dicho proceso, detectar errores en la adquisición de habilidades y destrezas, y recuperar aquellos aspectos en los que se detecten deficiencias, de tal manera que se alcancen los objetivos previstos.

Los alumnos que no asistan regularmente a las clases y pierdan la evaluación continua serán evaluados de acuerdo con el procedimiento descrito posteriormente.

A lo largo del proceso formativo, se contemplan tres momentos de evaluación: evaluación inicial, evaluación formativa y evaluación final.

La evaluación inicial proporciona información de partida del alumno con la finalidad de orientar la intervención educativa adecuadamente, de forma que el proceso de enseñanza/aprendizaje pueda adquirir el carácter de individualización que se requiera en cada caso. En la evaluación inicial se utilizarán instrumentos tales como entrevistas, cuestionarios, observación directa, etc. para conocer al alumno (capacidades y habilidades, técnicas de trabajo, motivaciones e intereses).

La evaluación formativa se realiza a lo largo del propio proceso de enseñanza aprendizaje. Aquí se evaluarán aspectos tales como: el progreso de cada alumno, la consecución de los resultados de aprendizaje y las dificultades halladas en el aprendizaje de los diferentes tipos de contenidos.

La evaluación final representa el resultado del seguimiento y evaluación de todo el proceso formativo en el que se valorará la evolución positiva en el desarrollo personal y la consecución de los resultados de aprendizaje asistidos por los criterios de evaluación.

Instrumentos de evaluación:

- Observación sistemática
- Ejercicios prácticos
- Pruebas orales
- Pruebas escritas

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

La nota trimestral de cada evaluación estará formada por la valoración de los siguientes apartados:

- a) **Prueba de evaluación:** comprenderá toda la materia impartida en la misma. En alguna evaluación el profesor puede plantear la opción de exámenes parciales. En este caso, la nota de la prueba de evaluación será una media aritmética o ponderada de las notas de los parciales, según se comunique previamente y en la propia prueba en función de número e importancia de las unidades de trabajo de cada parcial. En caso de realizarse parciales, el alumno que obtenga una calificación inferior a 4 puntos en el primero tendrá que examinarse de toda la materia en el segundo examen.
- b) **Actividades en casa/clase:** Trabajos en clase/casa por el alumno sobre un tema, comentario de artículos, realización de actividades/ejercicios, preguntas en clase, tests de repaso con ayuda del libro o apuntes, etc. Cuando se encargue la realización de ejercicios o actividades, el profesor podrá pedir la entrega de estos a todos o a parte de los alumnos, o bien la resolución en clase a quien se indique. La ponderación de cada nota en el conjunto de este apartado figurará en la propia actividad y dependerá de cada evaluación y de las actividades que se soliciten.
- c) **Exposiciones orales:** los alumnos, al menos una vez al trimestre, expondrán un trabajo de elaboración propia.

La nota de la evaluación será el resultado de realizar la siguiente media ponderada:

Criterios de calificación	% de calificación
a) Prueba de evaluación	60%
b) Trabajo en casa/clase	30%
c) Exposiciones orales	10%

Es requisito para aprobar una evaluación obtener un mínimo de 5 puntos como resultado de la ponderación descrita de las partes a), b) y c). No se hará media con exámenes, trabajos o exposiciones orales suspensas (con una nota inferior a 5).

Dado que las notas de evaluación no permiten números decimales, y éstos se pueden producir como consecuencia de la aplicación del cálculo anterior, la calificación de la evaluación se hará por redondeo. Si el primer decimal es 4 o inferior se redondea a la baja y si es 5 o superior al alza. Esta regla tiene dos excepciones: la franja entre 4 y 5 puntos redondeará siempre a 4 y las notas inferiores a 1 punto se redondearán a 1.

La realización de trampas en las pruebas objetivas originará un suspenso directo en la evaluación del módulo en dicho trimestre o prueba de evaluación final de que se trate.

FALTA DE ASISTENCIA A EXÁMENES

En caso de que un alumno falte a la realización de una prueba global de evaluación o de recuperación, el profesor podrá plantear la realización de otra prueba en día posterior si, a su juicio, hay plazo para ello (es decir, si no ha pasado la fecha de evaluación) y siempre que el alumno haya faltado por causas de fuerza mayor, debidamente certificadas con justificante médico o de organismo oficial. No será válido cualquier otro justificante (de padres, empresas, del alumno...). En caso de no presentar un justificante médico o de organismo oficial, la prueba constará como no realizada y computará con una nota de 0 para la obtención de la nota de evaluación.

RECLAMACIONES A LAS NOTAS DE LA EVALUACIÓN TRIMESTRAL

El profesor explicará a cada alumno el cálculo efectuado y las notas de los distintos apartados que se utilizan para obtener las calificaciones de la evaluación trimestral.

Una vez entregado el boletín de notas de la primera evaluación, los alumnos podrán solicitar, en los 2 días lectivos posteriores, las aclaraciones que estimen oportunas. Estas aclaraciones podrán presentarse directamente al profesor de forma verbal o por escrito registrado en la secretaría del centro. Serán atendidas de la misma forma a su presentación en los siguientes 5 días lectivos a su presentación.

NOTA FINAL DEL MÓDULO

La nota final del módulo será positiva, cuando el alumno tenga superadas las tres evaluaciones. Se hará media aritmética entre las notas definitivas de cada evaluación, sí y solo sí, cada una de éstas son iguales o mayores a 5.

RECLAMACIONES A LAS NOTAS DE LAS EVALUACIONES FINALES

Si la reclamación corresponde a las calificaciones de las evaluaciones finales, el procedimiento será el establecido en el artículo 25.2 y 25.3 de la Orden EDU/2169/2008, de 15 de diciembre por el que se regula el proceso de evaluación y la acreditación académica de los alumnos que cursen enseñanzas de formación profesional inicial en la Comunidad de Castilla y León.

13. Criterios de recuperación en evaluación continua.

El alumno tendrá pruebas de recuperación seguidamente a la primera y segunda evaluación.

- a) Si en la evaluación suspenda el alumno obtuvo menos del 50% en la calificación de los apartados b) y c), la nota de recuperación se compondrá de los siguientes apartados: 70% examen de recuperación, 15% trabajos y actividades de recuperación específicos y 15% exposición oral.
- b) Si en la evaluación suspenda el alumno obtuvo más del 50% en la calificación de los apartados b) y c), la nota de recuperación se compondrá de los siguientes apartados: 70% examen de recuperación, 30% la nota que obtuvo en la evaluación en los apartados b) y c). Estos alumnos podrán realizar los trabajos y actividades que se encarguen a los alumnos del caso a), tomando esta calificación si es superior a la que obtuvieron en la evaluación.

En ambos casos será necesario obtener un 5 para recuperar la evaluación.

El examen final de junio (primera evaluación final) incluirá las evaluaciones que el alumno haya suspendido durante el curso (con una prueba escrita a cada alumno que supondrá el 100% de la nota de la evaluación o evaluaciones pendientes).

En caso de no superar el examen final junio, el alumno **deberá presentarse a la convocatoria de septiembre (segunda evaluación final) con la totalidad de la materia.** En esta convocatoria su evaluación consistirá en la realización de una prueba escrita (100% de la nota final) que incluirá todos los contenidos del módulo y tomará como referencia los criterios de evaluación. En ella se especificarán claramente los criterios de calificación. La calificación deberá ser 5 puntos o superior para aprobar el módulo.

14. Pérdida del derecho a evaluación continua y procedimiento a seguir para evaluar a estos alumnos.

El alumno que falte a **20 horas lectivas** (15% de 132 horas=19,8) pierde el derecho a la evaluación continua. Esta situación implica que el profesor no tiene elementos de juicio suficientes para valorar los contenidos del módulo en su conjunto, es decir no hay una continuidad en la evaluación.

Serán evaluados de la siguiente forma:

La evaluación del alumnado que ha perdido la evaluación continua consistirá en la realización de una prueba escrita (100% de la nota final) que incluirá **todos los contenidos del módulo** y tomará como referencia los criterios de evaluación. En ella se especificarán claramente los criterios de calificación. La calificación deberá ser 5 puntos o superior para aprobar el módulo.

En caso de que el alumno sea sorprendido utilizando recursos no permitidos en esta prueba obtendrá un cero y, por lo tanto, no podrá superar la convocatoria.

La nota final se redondeará de la siguiente manera: los decimales inferiores a 0,50 se redondearán al entero más bajo. Los superiores o iguales a 0,50 al entero más alto. Esta regla tiene dos excepciones: la franja entre 4 y 5 se redondeará siempre a 4 y las notas inferiores a 1 se redondearán a 1.

En caso de no obtener una calificación de 5 puntos o superior, el alumno **deberá presentarse a la convocatoria de septiembre con la totalidad de la materia**. En esta convocatoria su evaluación consistirá en la realización de una prueba escrita (100% de la nota final) que incluirá todos los contenidos del módulo y tomará como referencia los criterios de evaluación. En ella se especificarán claramente los criterios de calificación. La calificación deberá ser 5 puntos o superior para aprobar el módulo.

La pérdida de evaluación continua no supone la prohibición de asistir a clase, realizar actividades y tareas o presentarse a los exámenes parciales o de evaluación. El profesor, de hecho, recomienda asistir a clase y reengancharse en todo lo posible al ritmo normal del grupo (trabajos, actividades, exámenes) pues todo ello ayudará a ir preparando la materia.

15. Recursos didácticos y organizativos.

La profesora elaborará material teórico y teórico práctico que entregará a los alumnos.

Otros recursos didácticos:

- Ordenadores
- Internet. Manejo de diferentes páginas web.
- Programas informáticos.
- Bibliografía de aula: según el tema a tratar se recomendará el manejo de textos concretos.
- Dispositivo de proyección sobre pantalla.
- Presentaciones, etc.

16. Uso de las TIC en el aula.

El desarrollo de los contenidos de este módulo profesional precisa de la aplicación de las TIC'S de forma habitual para la búsqueda y tratamiento de la información y cumplimentación de documentos, así, es necesario utilizar hoja de cálculo, procesador de textos y un programa de presentaciones, además de una conexión a internet.

La integración de las TIC'S en el currículo, recogida en la Ley Orgánica de Educación de 2006, no solamente se plasma en el desarrollo del propio currículo al hablar de competencias básicas

(competencias para el tratamiento de la información y competencia digital) sino que también parece como un elemento más a desarrollar cuando se elaboran las Programaciones Didácticas.

Una recopilación de lo que se prevé utilizar sería la siguiente:

- Los sistemas informáticos (hardware, redes, software).
- Búsqueda y selección de información a través de internet.
- Comunicación interpersonal y trabajo colaborativo en redes: internet, móviles, tablets, correos, blogs, nube.
- Procesador de texto, hoja de cálculo y presentaciones.
- Juegos test en distintas aplicaciones como Kahoot.
- Youtube.
- Utilización del correo electrónico para avisos.
- Utilización de la plataforma Moodle y Teams para la realización de tareas, comunicación de mensajes relacionados con el módulo, comunicación con el profesor, alojamiento de materiales relacionados con el módulo (artículos, videos, apuntes...) y realización de cuestionarios y exámenes.

17. Actividades complementarias y extraescolares.

Debido a la situación actual derivada de la pandemia COVID 19 no está prevista la realización de ninguna actividad extraescolar. No obstante, se participará de todas aquellas actividades organizadas por el departamento.

18. Medidas de atención a la diversidad.

Cuando el ciclo vaya a ser cursado por alumnos con Necesidades Educativas Especiales, o con algún tipo de discapacidad se adoptarán las medidas de atención a la diversidad para el alumnado que las precise, teniendo en cuenta los informes de atención psicopedagógica, así como los procesos de evaluación adecuados que garanticen la accesibilidad a las pruebas y actividades de evaluación.

En la evaluación inicial el tutor de grupo preguntará al alumnado sobre la existencia de Necesidades Educativas Especiales que requieran medidas de atención a la diversidad. En caso de existir alumnos con estas necesidades el tutor lo comunicará al orientador, para que proponga las adaptaciones que correspondan, y al equipo educativo del grupo a fin de que lo tengan presente en la su acción educativa.

19. Actividades de recuperación de los alumnos con materias pendientes de cursos anteriores.

Los alumnos con la materia pendiente serán evaluados de la siguiente forma:

Realización de una prueba escrita (100% de la nota final) que incluirá **todos los contenidos del módulo** y tomará como referencia los criterios de evaluación. En ella se especificarán claramente los criterios de calificación. La calificación deberá ser 5 puntos o superior para aprobar el módulo.

En caso de que el alumno sea sorprendido utilizando recursos no permitidos en esta prueba obtendrá un cero y, por lo tanto, no podrá superar la convocatoria.

La nota final se redondeará de la siguiente manera: los decimales inferiores a 0,50 se redondearán al entero más bajo. Los superiores o iguales a 0,50 al entero más alto. Esta regla tiene dos excepciones: la franja entre 4 y 5 se redondeará siempre a 4 y las notas inferiores a 1 se redondearán a 1.

En caso de no obtener una calificación de 5 puntos o superior, el alumno **deberá presentarse a la convocatoria de septiembre con la totalidad de la materia**. En esta convocatoria su evaluación consistirá en la realización de una prueba escrita (100% de la nota final) que incluirá todos los contenidos del módulo y tomará como referencia los criterios de evaluación. En ella se especificarán claramente los criterios de calificación. La calificación deberá ser 5 puntos o superior para aprobar el módulo.

20. Actividades de recuperación y evaluación de los alumnos en la segunda evaluación final.

La segunda sesión de evaluación final del primer curso se celebrará en función de las fechas que se establezcan por la Consejería siendo, como cada año, en septiembre.

En esta convocatoria la evaluación consistirá en la realización de una prueba escrita (100% de la nota final) que incluirá **todos los contenidos del módulo** y tomará como referencia los criterios de evaluación. En ella se especificarán claramente los criterios de calificación. La calificación deberá ser 5 puntos o superior para aprobar el módulo.

En caso de que el alumno sea sorprendido utilizando recursos no permitidos en esta prueba obtendrá un cero y, por lo tanto, no podrá superar la convocatoria.

La nota final se redondeará de la siguiente manera: los decimales inferiores a 0,50 se redondearán al entero más bajo. Los superiores o iguales a 0,50 al entero más alto. Esta regla tiene dos excepciones: la franja entre 4 y 5 se redondeará siempre a 4 y las notas inferiores a 1 se redondearán a 1.

21. Evaluación de los procesos de enseñanza y de la acción docente.

Al menos una vez a lo largo del curso lectivo se realizará una evaluación del profesor del módulo por parte de los alumnos, que participarán de forma voluntaria y anónima con el ánimo de mejorar la calidad de la enseñanza. La evaluación se realizará a través de un cuestionario estandarizado utilizando la herramienta Microsoft Forms.

PROGRAMACIÓN

PROCESOS DE VENTAS

INSTITUTO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA



LEÓN FELIPE
B E N A V E N T E

Código	1232
Módulo profesional	PROCESOS DE VENTA
Curso	1º Ciclo de Grado medio
Duración total del módulo profesional	132 horas
Asociado a unidad de competencia	Sí
Horas semanales	4
Profesor	Luzcarna María Salvi Vega
Curso académico	2024/2025
I.E.S.	León Felipe, Benavente (Zamora)

INDICE

1. INTRODUCCIÓN

- 1.1. JUSTIFICACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN
- 1.2. BASE O MARCO NORMATIVO
- 1.3. IDENTIFICACIÓN DEL MÓDULO EN EL CICLO FORMATIVO
- 1.4. SECTOR PRODUCTIVO

2. OBJETIVOS

- 2.1. COMPETENCIA GENERAL DEL TÍTULO
- 2.2. OBJETIVOS GENERALES Y COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES
- 2.3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE DEL MÓDULO Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

3. CONTENIDOS

- 3.1. CONTENIDOS BASICOS
- 3.2. ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS

4. PROGRAMACIÓN DE LAS UNIDADES DE TRABAJO

5. TEMPORALIZACIÓN

6. METODOLOGÍA

- 6.1. PRINCIPIOS Y ORIENTACIONES METODOLÓGICAS
- 6.2. DESARROLLO METODOLOGICO
- 6.3. NORMAS DE SEGURIDAD Y COMPORTAMIENTO EXIGIBLES

7. EVALUACIÓN

- 7.1. INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN
- 7.2. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN
- 7.3. ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN
 - 7.3.1. TRIMESTRALES
 - 7.3.2. POR PÉRDIDA DE EVALUACIÓN CONTINÚA
 - 7.3.3. CONVOCATORIA ORDINARIA (MARZO/ JUNIO)
 - 7.3.4. MÓDULOS PENDIENTES
- 7.4. PÉRDIDA DE LA EVALUACIÓN CONTINUA
- 7.5. PROCEDIMIENTO Y TRAMITACIÓN DE RECLAMACIONES ANEXO III

8. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS

- 8.1. PROFESOR/A
- 8.2. ALUMNO/A
- 8.3. DISTRIBUCIÓN DE ESPACIOS
- 8.4. BIBLIOGRAFÍA

9. ATENCIÓN AL ALUMNADO CON NECESIDADES EDUCATIVAS ESPECIALES

10. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES

1. INTRODUCCIÓN

1.1. JUSTIFICACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN

La Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (LOE), junto con las reformas introducidas por la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa (LOMCE), regula la formación profesional dentro del sistema educativo y la define como un conjunto de ciclos formativos de grado medio y de grado superior, que tienen como finalidad preparar a los alumnos y alumnas para la actividad en un campo profesional y facilitar su adaptación a las modificaciones laborales que puedan producirse en su vida, así como contribuir a su desarrollo personal y al ejercicio de la ciudadanía democrática.

La LOE y la LOMCE posteriormente, introducen una mayor flexibilidad en el acceso, así como en las relaciones entre los distintos subsistemas de la formación profesional, al tiempo que fomenta e impulsa el aprendizaje a lo largo de la vida, proporcionando a los jóvenes una educación completa, que abarque los conocimientos y competencias básicas necesarias en la sociedad actual, estimulando el deseo de seguir aprendiendo y la capacidad de aprender por sí mismos. Además, ofrece posibilidades a las personas jóvenes y adultas de combinar el estudio y la formación con la actividad laboral o con otras actividades.

1.2. BASE O MARCO NORMATIVO

Esta programación corresponde al módulo de Procesos de venta, identificado con el código: 1232, y con una carga horaria de 132 horas. El desarrollo se fundamenta en el Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, que establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y fija sus enseñanzas mínimas.

Además del Real Decreto de Título, la presente programación se ajusta a la siguiente normativa:

- **LO 2/2006, de 3 de mayo (LOE)**, que establece los principios y fines de la educación asegurando su equidad y ordena las enseñanzas no universitarias en España, entre ellas la Formación Profesional.
- **Real Decreto 1571/2011, de 4 de noviembre**, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas.
- **Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo**, de Ordenación e Integración de la Formación Profesional.

- **Real Decreto 659/2023, de 18 de julio**, que desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional.
- **Proyecto de Decreto xx/2024**, por el que se establece el currículo del Ciclo Formativo de Grado Superior en Actividades Comerciales en Castilla y León.
- **Real Decreto 500/2024, de 21 de mayo**, por el que se modifican determinados reales decretos que establecen títulos de formación profesional de grado superior y sus enseñanzas mínimas.
- **Orden EFD/659/2024, de 25 de junio**, que determina el currículo y regula aspectos organizativos para los ciclos formativos de grado superior en el ámbito de gestión del Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes.

Por otro lado, cada comunidad autónoma redacta el currículo correspondiente a cada Título profesional, y al que, una vez aprobado, debe ajustarse la programación de los módulos que se imparten en su ámbito territorial. En este sentido, el artículo 8 del Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, dispone que las Administraciones educativas establecerán los currículos correspondientes respetando lo en él dispuesto y en las normas que regulen las diferentes enseñanzas de formación profesional. En la CCAA de Castilla y León, el DECRETO 77/2015, de 10 de diciembre, establece el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales en la Comunidad de Castilla y León.

1.3. IDENTIFICACIÓN DEL MÓDULO EN EL CICLO FORMATIVO

DENOMINACIÓN DEL TÍTULO	TECNICO EN ACTIVIDADES COMERCIALES
FAMILIA PROFESIONAL	COMERCIO Y MARKETING
DURACIÓN DEL CICLO:	2.000 horas.
NIVEL DEL TÍTULO NACIONAL:	Enseñanza secundaria postobligatoria. Formación Profesional de Grado Superior
NIVEL DEL TÍTULO INTERNACIONAL:	CINE-3b (Clasificación Internacional Normalizada de la Educación).
CÓDIGO:	COM01M.
DENOMINACIÓN DEL MÓDULO PROFESIONAL:	PROCESOS DE VENTAS
CÓDIGO DEL MÓDULO:	1232

DURACIÓN DEL MÓDULO SEGÚN CURRÍCULO:	132 horas
HORAS SEMANALES:	4 horas
SESIONES:	Lunes:1h; Marte:1h; Jueves:1h y viernes : 1h.
CURSO ESCOLAR:	PRIMERO
TIPO DE MÓDULO:	UC0239_2: Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización.

El Real Decreto de cada Título, de acuerdo con el artículo 9 del Real Decreto 1147/2011 de ordenación general de la formación profesional, incluirá, como mínimo, el siguiente contenido:

- a) Identificación del título o curso de especialización:
 - Denominación.
 - Nivel en el sistema educativo.
 - Duración.
 - Familia o familias profesionales.
 - Nivel en el Marco Español de Cualificaciones y, para los ciclos formativos de grado superior, además, nivel del Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior y sus correspondencias con los marcos europeos.
- b) Perfil profesional. Competencia general, competencias profesionales, personales y sociales. Relación de cualificaciones profesionales y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas.
- c) El entorno profesional, que incluye, entre otros, las ocupaciones y puestos de trabajo.
- d) La prospectiva en el sector o sectores.
- e) Enseñanzas:
 - Objetivos generales.
 - Módulos profesionales.
- f) Los parámetros básicos de contexto formativo. Se concretarán: los espacios y los equipamientos mínimos, adecuados al número de puestos escolares, así como las titulaciones y especialidades del profesorado, y sus equivalencias a efectos de docencia.
- g) La correspondencia, en su caso, de los módulos profesionales con las unidades de competencia para su acreditación.

- h) Convalidaciones, exenciones y equivalencias.
- i) Información sobre los requisitos necesarios según la legislación vigente para el ejercicio profesional.
- j) Para los títulos de grado superior, la modalidad y materias del Bachillerato que faciliten la admisión en caso de concurrencia competitiva.

1.4. SECTOR PRODUCTIVO

El Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, e indica que los títulos de formación profesional deben responder a los perfiles profesionales demandados por el sistema productivo.

El marco normativo descrito hace necesario que la ordenación de la formación profesional del sistema educativo responda a las necesidades de la sociedad del conocimiento, basada en la competitividad, la empleabilidad, la movilidad laboral, y en el fomento de la cohesión y la inserción social, adaptándose a los intereses y capacidades de las personas. Se trata de proporcionar a las personas la formación requerida por el sistema productivo y de acercar los títulos de formación profesional a la realidad del mercado laboral.

Así, el Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, que regula el título de Técnico en Actividades Comerciales y fija sus enseñanzas mínimas, en el artículo 7 establece el entorno profesional del mismo y, en concreto, delimita que:

Las personas que obtienen este título ejercen su actividad en cualquier sector productivo dentro del área de comercialización o en las distintas secciones de establecimientos comerciales, realizando actividades de venta de productos y/o servicios a través de diferentes canales de comercialización o bien realizando funciones de organización y gestión de su propio comercio.

Son trabajadores por cuenta propia que gestionan un pequeño comercio o tienda tradicional, o trabajadores por cuenta ajena que ejercen su actividad en los departamentos o secciones de comercialización de cualquier empresa u organización, en distintos subsectores:

- En establecimientos comerciales pequeños, medianos o grandes trabaja por cuenta ajena en las diferentes secciones comerciales.
- En la comercialización de productos y servicios por cuenta propia y ajena fuera del establecimiento comercial.

- En el departamento comercial de pymes y empresas industriales.
- En el departamento de atención al cliente/consumidor/usuario de organismos públicos.
- En empresas industriales y comerciales grandes y medianas.
- En el sector del comercio al por menor.

Las ocupaciones y puestos de trabajo más relevantes para los alumnos que adquieren las competencias profesionales del módulo de Procesos de venta son los siguientes:

- Vendedor.
- Vendedor/a técnico/a.
- Representante comercial.
- Orientador/a comercial.
- Promotor/a.
- Televendedor/a.
- Venta a distancia.
- Teleoperador/a (call center).
- Información/atención al cliente.
- Cajero/a o reponedor/a.
- Operador de contact-center.
- Comerciante de tienda.
- Técnico de información/atención al cliente en empresas.de comercialización.

2. OBJETIVOS

2.1. COMPETENCIA GENERAL DEL TÍTULO

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

2.2.OBJETIVOS GENERALES Y COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES DEL CICLO

Por otro lado, las cualificaciones profesionales del título y unidades de competencia relacionadas en el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales son las siguientes:

- Cualificación profesional completa:

Actividades de Venta COM085_2 (Real Decreto 295/2004, de 20 de febrero) que comprende las siguientes unidades de competencia:

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

UC0240_2: Realizar las operaciones auxiliares a la venta.

UC0241_2: Ejecutar las acciones del Servicio de Atención al Cliente/Consumidor/Usuario.

- Cualificaciones profesionales incompletas:

a) Actividades de gestión del pequeño comercio. COM631_2 (Real Decreto 889/2011, de 24 de junio):

UC2104_2: Impulsar y gestionar un pequeño comercio de calidad.

UC2105_2: Organizar y animar el punto de venta de un pequeño comercio.

UC2106_2: Garantizar la capacidad de respuesta y abastecimiento del pequeño comercio.

b) Organización y gestión de almacenes COM318_3 (Real Decreto 109/2008, de 1 de febrero):

UC1015_2: Gestionar y coordinar las operaciones de almacén.

c) Gestión comercial inmobiliaria COM650_3 (Real Decreto 1550/2011, de 31 de octubre):

UC0811_2: Realizar la venta y difusión de productos inmobiliarios a través de distintos canales 1.2.

2.3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE DEL MÓDULO Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Al finalizar el Módulo Profesional de **PROCESOS DE VENTAS**, el alumno alcanzará los siguientes resultados de aprendizaje, cada uno de los cuales estará asociado a un conjunto de criterios de valuación. Todos ellos se explican a continuación.

De acuerdo a la nueva Ley Orgánica 3/2022 de 31 de marzo, de Ordenación e Integración de la Formación Profesional, y adaptado a los requisitos de Castilla y León, los resultados de aprendizaje que a continuación se desarrollan, serán impartidos inicial y principalmente en el centro educativo, siendo, estos mismos, ampliados y consolidados en las prácticas que cada alumno realice en las empresas de destino para su formación en centros de trabajo.

Resultados de aprendizaje	Criterios de evaluación
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>a) Se han identificado los tipos de consumidores, diferenciando el consumidor final o particular y el industrial u organizacional.</p> <p>b) Se ha definido el contenido y los aspectos que comprende el estudio del comportamiento del consumidor y/o usuario.</p> <p>c) Se han definido y clasificado las necesidades del consumidor, teniendo en cuenta el orden jerárquico que se establece a la hora de satisfacerlas.</p> <p>d) Se han clasificado las compras, atendiendo al comportamiento racional o impulsivo del consumidor y/o usuario.</p> <p>e) Se han identificado las fases del proceso de compra del consumidor final, analizando los factores que determinan su complejidad y duración.</p> <p>f) Se han analizado los determinantes internos y externos que influyen en el proceso de decisión de compra de los consumidores y/o usuarios.</p> <p>g) Se han identificado las fases del proceso de compra del consumidor industrial, comparando el proceso con el del consumidor final.</p> <p>h) Se han caracterizado las tipologías de clientes, atendiendo a su comportamiento de compra, su personalidad y sus motivaciones de compra.</p>

Resultados de aprendizaje	Criterios de evaluación
<p>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>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).</p> <p>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.</p> <p>c) Se ha preparado el material de apoyo y la documentación necesaria.</p> <p>d) Se ha realizado la presentación y demostración del producto, utilizando técnicas de venta adecuadas para persuadir al cliente.</p> <p>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.</p> <p>f) Se han utilizado técnicas de comunicación verbal y no verbal en situaciones de venta y relación con el cliente.</p> <p>g) Se ha planificado la negociación de los aspectos y condiciones de la operación que pueden ser objeto de negociación.</p> <p>h) Se han utilizado técnicas para lograr el cierre de la venta y obtener el pedido.</p>

Resultados de aprendizaje	Criterios de evaluación
<p>Define las funciones, conocimientos y perfil de los vendedores, analizando las necesidades de formación, motivación y remuneración del equipo de ventas.</p>	<p>a) Se han establecido las funciones y responsabilidades de los vendedores en la venta personal.</p> <p>b) Se han clasificado los vendedores en función de las características de la empresa en la que prestan servicios, el tipo de venta que realizan y la naturaleza del producto.</p> <p>c) Se ha definido el perfil del vendedor profesional, analizando las cualidades personales, habilidades profesionales y conocimientos que debe tener un buen vendedor.</p> <p>d) Se han descrito distintos puestos de trabajo de ventas y el perfil de los vendedores más adecuados para los mismos.</p> <p>e) Se han determinado las necesidades de formación, perfeccionamiento y reciclaje del equipo de vendedores.</p> <p>f) Se ha definido el contenido del programa de formación y perfeccionamiento de los vendedores.</p> <p>g) Se ha valorado la importancia de la motivación de los vendedores analizando los principales factores motivadores.</p> <p>h) Se han identificado los sistemas más habituales de retribución de los vendedores.</p>

Resultados de aprendizaje	Criterios de evaluación
<p>Gestiona la documentación comercial y de pago/cobro de las operaciones de compraventa, cumplimentando los documentos necesarios.</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 del cliente.</p> <p>b) Se ha establecido el modo de formalizar el pedido por parte del cliente, en ventas a distancia (por catálogo, televenta, teléfono móvil e internet, entre otros).</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>

Resultados de aprendizaje	Criterios de evaluación
<p>Formaliza los contratos de compraventa y otros contratos afines, analizando las cláusulas más habituales de acuerdo con la normativa vigente.</p>	<p>a) Se ha interpretado la normativa que regula los contratos de compraventa.</p> <p>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.</p> <p>c) Se ha cumplimentado el contrato de compraventa en el que se recogen los acuerdos entre vendedor y comprador, utilizando un procesador de textos.</p> <p>d) Se ha interpretado la normativa que regula el contrato de compraventa a plazos y los requisitos que se exigen para su formalización.</p> <p>e) Se ha caracterizado el contrato de ventas en consignación analizando los casos en que procede su formalización.</p> <p>f) Se ha caracterizado el contrato de suministro, analizando los supuestos en los que se requiere para el abastecimiento de materiales y servicios.</p> <p>g) Se han analizado los contratos de <i>leasing</i> y <i>renting</i> como alternativas de adquisición y financiación del inmovilizado de la empresa.</p>

Resultados de aprendizaje	Criterios de evaluación
<p>Determina los precios y el importe de las operaciones, aplicando el cálculo comercial en los procesos de venta.</p>	<p>a) Se ha calculado el precio de venta del producto, aplicando un cierto margen comercial expresado en forma de porcentaje del precio de coste.</p> <p>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.</p> <p>c) Se ha determinado el importe total de una operación de venta, aplicando los descuentos y gastos acordados y el IVA correspondiente.</p> <p>d) Se ha calculado el interés de diferentes operaciones, definiendo las variables que lo determinan y aplicando un determinado tipo de interés.</p> <p>e) Se ha calculado el descuento y el efectivo resultante de una remesa de efectos.</p> <p>f) Se han cumplimentado facturas de negociación de efectos comerciales, aplicando un determinado tipo de descuento y la correspondiente comisión.</p>

Resultados de aprendizaje	Criterios de evaluación
<p>Organiza el proceso de venta, definiendo las líneas de actuación del vendedor, de acuerdo con los objetivos fijados en el plan de ventas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Se han identificado las funciones del departamento de ventas de una empresa y las responsabilidades del director de ventas. b) Se han diferenciado las formas de organización del departamento de ventas por zonas geográficas, por productos y por clientes, entre otras. c) Se ha calculado el número de vendedores que se requieren para cumplir los objetivos del plan de ventas de la empresa. d) Se ha elaborado el programa de ventas del vendedor, definiendo sus propios objetivos y el plan de actuación, en función de los objetivos establecidos en el plan de ventas de la empresa. e) Se ha elaborado el argumentario de ventas, incluyendo los puntos fuertes y débiles del producto, resaltando sus ventajas respecto a los de la competencia y presentando soluciones a los problemas del cliente. f) Se han aplicado técnicas de prospección de clientes, atendiendo a las características del producto/servicio ofertado. g) Se ha determinado el número de visitas comerciales que se van a realizar a los clientes reales y potenciales y el tiempo de duración de las visitas. h) Se han planificado las visitas a clientes, aplicando las rutas de ventas que permiten optimizar los tiempos del vendedor y reducir los costes.

3. CONTENIDOS

3.1. CONTENIDOS BÁSICOS

Los contenidos básicos correspondientes al módulo son:

Identificación del proceso de decisión de compra del consumidor:

- Tipos de consumidores. Consumidor final o particular y consumidor industrial o institucional.
- Estudio del comportamiento del consumidor. Aspectos que comprende.
- Las necesidades del consumidor. Tipos.
- Tipos de compras según el 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.
- Tipología de clientes.

Definición de las funciones y perfil de los vendedores:

- El vendedor. Concepto y funciones.
- El papel del vendedor en la venta personal.
- Tipos de vendedores según la empresa en la que prestan sus servicios.
- Tipos de vendedores según la naturaleza del producto.
- Tipos de vendedores según la actividad o tipo de venta que realizan.
- El perfil del vendedor profesional. Cualidades personales, capacidades profesionales y conocimientos del buen vendedor.
- El manual del vendedor.

- Formación de los vendedores. Necesidad de la formación. Programas de formación y perfeccionamiento de los vendedores.
- Motivación de los vendedores. Factores motivadores.
- Sistemas de remuneración de los vendedores.

Organización del proceso de venta:

- El departamento de ventas. Sus funciones.
- Funciones del director de ventas.
- Planificación de las ventas. Los objetivos de ventas.
- Factores que condicionan la organización del departamento de ventas.
- Estructura organizativa del departamento de ventas. Organigramas.
- Determinación del tamaño del equipo de ventas.
- Delimitación de las zonas de venta y asignación a los vendedores.
- Planificación de las visitas a clientes. Tipos y frecuencia de las visitas.
- Diseño de las rutas de ventas.
- Elaboración del programa de ventas y líneas de actuación del vendedor.
- Fases del proceso de venta.
- La prospección de clientes. Métodos de prospección de clientes.
- Preparación de la venta.
- Objetivos, contenido y estructura del argumentario de ventas.
- Tipos de argumentos: racionales y emocionales.
- Elaboración del argumentario de ventas según tipos de productos, según tipología de clientes y según tipo de canales de distribución.
- Preparación del material de apoyo para reforzar los argumentos, según tipos de productos y según tipología de clientes.

Desarrollo de entrevistas de venta:

- La venta personal.

- Formas de venta: tradicional, autoservicio, sin tienda, televenta y venta *online*, entre otras.
- La comunicación en las relaciones comerciales.
- El proceso de comunicación. Elementos. Barreras en la comunicación.
- La comunicación verbal. Normas para hablar en público.
- La comunicación telefónica en la venta. Uso de nuevas tecnologías.
- La comunicación escrita. Cartas comerciales.
- La comunicación no verbal en la venta y las relaciones con clientes.
- Fases de la entrevista de ventas.
- Técnicas de venta: modelo AIDA (atención, interés, deseo, acción). Técnica SPIN (situación, problema, implicación, necesidad). Sistema de entrenamiento de Zelev Noel.
- Concertación y preparación de la visita.
- Toma de contacto y presentación.
- Sondeo y determinación de las necesidades del cliente.
- Presentación del producto y argumentación, aplicando técnicas de venta.
- La demostración del producto, utilizando material de apoyo.
- Las objeciones del cliente. Técnicas de tratamiento de las objeciones.
- Negociación de las condiciones de la operación. Asertividad y empatía.
- Cierre de la venta. Señales de compra y aplicación de técnicas de cierre.
- Despedida y final de la entrevista.
- Seguimiento de la venta.
- Los servicios posventa: asesoramiento e información, garantía, asistencia técnica y reparaciones, recambios y repuestos.
- Gestión de incidencias, quejas y reclamaciones de clientes.
- Servicios de atención, satisfacción y fidelización de clientes.

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

Formalización del contrato de compraventa y otros contratos afines:

- El contrato: características y requisitos básicos. Tipos de contratos.
- El contrato de compraventa. Características, elementos y requisitos.
- Normativa que regula la compraventa: compraventa civil y mercantil.
- Derechos y obligaciones del vendedor y del comprador.
- Clausulado general de un contrato de compraventa.
- El contrato de compraventa a plazos.
- El contrato de suministro.
- El contrato estimatorio o de ventas en consignación.
- Los contratos de transporte y de seguro.
- Los contratos de *leasing* y de *renting*.
- Los contratos de *factoring* y de *forfaiting*.

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

- Documentación comercial generada en las ventas. Facturas y albaranes.
- Confección, registro y archivo de documentos.
- El cobro de la venta. Documentos de cobro y pago.
- Clasificación de medios de pago según fiabilidad, coste y plazo de pago.
- El pago en efectivo.
- La transferencia bancaria.
- 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.

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

- Determinación del precio de venta al público del producto o servicio. Elementos que forman parte del precio.
- Cálculo del precio de venta, aplicando un determinado margen comercial expresado en forma de porcentaje sobre el precio de coste.
- Cálculo del precio, aplicando un determinado margen expresado en forma de porcentaje sobre el precio de 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 de interés simple.
- Métodos abreviados para el cálculo del interés de varios capitales al mismo tipo de interés y diferentes periodos 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.

3.2. ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones asociadas con la realización de operaciones de venta de productos y servicios a través de diferentes canales de comercialización.

La función de realización de operaciones de venta incluye aspectos como:

- Ejecución del plan de ventas.
- Elaboración del argumentario de ventas.
- Prospección de clientes.
- Preparación de las visitas a clientes.
- Presentación del producto/servicio al cliente.
- Aplicación de técnicas de venta y negociación en la venta.
- Cumplimentación del contrato de compraventa u otros alternativos.
- Redacción de contratos anexos a la compraventa.
- Cumplimentación, registro y archivo de la documentación generada en las operaciones de venta.
- Tratamiento de incidencias, devoluciones, quejas y reclamaciones.
- Seguimiento de la venta y control de servicios posventa.
- Fidelización de clientes.
- Gestión de cobros.
- Cumplimentación de los medios de pago.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Elaboración del programa de ventas y plan de actuación del vendedor.
- La preparación y desarrollo de entrevistas.
- Las operaciones de venta de productos y servicios.
- La formalización de contratos de compraventa y otros contratos anexos.
- El seguimiento posventa.

- El cobro de las operaciones de venta.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- Preparación de una visita comercial con la información obtenida en la herramienta de gestión de las relaciones con clientes.
- Elaboración del argumentario de ventas de productos de gran consumo.
- Utilización de técnicas de comunicación verbal (oral y escrita) y no verbal aplicadas al proceso de venta.
- Utilización de herramientas informáticas en la presentación de productos y servicios.
- Utilización de técnicas de venta, negociación y refutación de objeciones.
- Elaboración de contratos de compraventa y documentación anexa, utilizando el procesador de textos.
- Cumplimentación de los documentos de diversos medios de pago.
- Gestión informatizada de sugerencias.
- Utilización de herramientas de gestión de las relaciones con clientes en preparación de visitas, servicios posventa y fidelización de clientes.
- Realización de cálculos relativos a las operaciones de venta y de cobro y pago.

4. PROGRAMACIÓN DE LAS UNIDADES DE TRABAJO

Las unidades serán 12, distribuidas en los cinco bloques temáticos, donde se van a trabajar todos los contenidos del módulo de **PROCESOS DE VENTAS**.

A continuación, se exponen cuáles son.

CONTENIDOS LECTIVAS	HORAS
BLOQUE TEMATICO I: EL COMPRADOR	Teóricas/prácticas
TEMA 1: LA DECISIÓN DE COMPRA DEL CONSUMIDOR	8/3
BLOQUE TEMÁTICO II: ORGANIZACIÓN DE LAS VENTAS	Teóricas/prácticas
TEMA 2: EL DEPARTAMENTO DE VENTAS	6/4
TEMA 3: EL EQUIPO DE VENTAS	6/4
TEMA 4: LOS VENDEDORES	6/4
BLOQUE TEMÁTICO III: PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO DE LA VENTA	Teóricas/prácticas
TEMA 5: PROSPECCIÓN Y PREPARACIÓN DE LA PRESENTACIÓN DE VENTAS	4/5
TEMA 6: TECNICAS DE VENTA Y COMUNICACION	5/8
BLOQUE TEMÁTICO IV: DOCUMENTACION VINCULADA A LA VENTA	Teóricas/prácticas
TEMA 7: EL CONTRATO DE COMPRAVENTA	6/6
TEMA 8: DOCUMENTOS PARA LA FORMALIZACIÓN DE LA VENTA	5/7
TEMA 9: DOCUMENTOS DE FORMALIZACION DE COBRO Y PAGO (I)	4/6
TEMA 10: DOCUMENTOS DE FORMACION DE COBRO Y PAGO (II). PAGO APLAZADO	5/6
BLOQUE TEMÁTICO V: DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA Y OPERACIONES DE CÁLCULO COMERCIAL	Teóricas/prácticas

TEMA 11: DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA	5/6
TEMA 12: EL INTERES Y EL DESCUENTO EN LAS OPERACIÓN COMERCIALES	6/7

Seguidamente se va a desarrollar la **Programación de aula** de las 12 unidades del módulo de **PROCESOS DE VENTAS**, especificando para cada una de ellas los contenidos, resultados de aprendizaje y criterios de evaluación, así como determinadas orientaciones metodológicas muy concretas, ligadas de manera directa a los contenidos desarrollados, de manera que el trabajo con la unidad resulte lo más didáctico y enriquecedor posible, asegurando el logro de los resultados de aprendizaje previstos.

CADA UNIDAD SE DESARROLLA CON LOS SIGUIENTES APARTADOS:

TITULO

1. OBJETIVOS DIDACTIVOS
2. CONTENIDOS
3. RESULTADO DE APRENDIZAJE
4. CRITERIOS DE EVALUACIÓN
5. TEMPORALIZACIÓN
6. ORIENTACIÓN PEDAGÓGICA

UNIDAD 1. La decisión de compra del consumidor

1. OBJETIVO DIDACTICO

En esta unidad se aprende a identificar las necesidades del cliente para determinar los productos o servicios que pueden satisfacerle y que, de esa forma, el vendedor pueda aplicar las técnicas de venta adecuadas al mismo.

La información que el vendedor recibe del consumidor será vital para orientar a dicho vendedor sobre el producto que puede vender al consumidor, o dicho de otra forma, descubrir las necesidades del consumidor y cómo satisfacerlas.

Detallaremos la unidad a partir de los conceptos curriculares siguientes:

- Las necesidades y los gustos del cliente.
- Variables que condicionan o determinan los intereses de consumo del cliente.

- La teoría del Maslow.
- Las necesidades según las conductas: perfil psicológico de los distintos clientes.
- La rejilla, el perfil psicológico de los clientes y la jerarquía de las necesidades de Maslow.
- El proceso de decisión de compra del consumidor final.
- Determinantes internos que inciden en el proceso de compra.
- Variables externas que influyen en el proceso de compra.
- Tipologías de clientes.

2. Contenidos

2.1. Conceptos

1. Introducción: Tipos de consumidores. ¿Quiénes constituyen el mercado?
2. Estudio del comportamiento del consumidor ¿Qué productos se compran y por qué?
3. Las necesidades del consumidor. ¿Por qué se compra?
4. Tipos de compras según el comportamiento del consumidor
5. El proceso de decisión de compra del consumidor final
6. La rejilla de clientes
7. Tipología de clientes

2.2. Procedimientos

- 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.

3. Resultados de aprendizaje

- 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.

4. Criterios de evaluación

- Se han identificado los tipos de consumidores, diferenciando el consumidor final o particular y el industrial u organizacional.
- Se ha definido el contenido y los aspectos que comprende el estudio del comportamiento del consumidor y/o usuario.

- Se han definido y clasificado las necesidades del consumidor, teniendo en cuenta el orden jerárquico que se establece a la hora de satisfacerlas.
- Se han clasificado las compras, atendiendo al comportamiento racional o impulsivo del consumidor y/o usuario.
- Se han identificado las fases del proceso de compra del consumidor final, analizando los factores que determinan su complejidad y duración.
- Se han analizado los determinantes internos y externos que influyen en el proceso de decisión de compra de los consumidores y/o usuarios.
- Se han identificado las fases del proceso de compra del consumidor industrial, comparando el proceso con el del consumidor final.
- Se han caracterizado las tipologías de clientes, atendiendo a su comportamiento de compra, su personalidad y sus motivaciones de compra.

5. Temporalización

Se destinan a esta unidad 10 horas distribuidas de la siguiente manera:

- 8 horas de teoría
- 2 horas de práctica

6. Orientaciones pedagógicas

Para el estudio de esta unidad es básico que el discente sea consciente de que el trato al cliente está ligado al comportamiento del mismo, y que es indispensable identificar las necesidades del cliente, así como su tipología para poder desempeñar correctamente la labor de vendedor.

Se recomienda realizar las actividades propuestas con el fin de que el discente tenga muy claras las tipologías de clientes para afrontar las unidades siguientes.

UNIDAD 2. El departamento de ventas

7. Introducción

En esta unidad se estudia el departamento de ventas dentro del esquema organizativo de la empresa y dentro del conjunto de objetivos generales que toda entidad describe. Para ello, se analizan las funciones que desarrolla en su objetivo principal: conectar el producto de la empresa con el mercado.

Para mayor entendimiento del funcionamiento del departamento de ventas, se identifica y se estudia a su cabeza visible, el director de ventas, como máximo responsable de la planificación y de la definición de los objetivos.

Así, se determinan y analizan los factores que condicionan su organización y la estructura del departamento.

- Estructura organizativa del departamento de ventas
- Programación de ventas

8. Contenidos

2.1. Conceptos

1. Introducción
2. El departamento de ventas
3. Las funciones del departamento de ventas
4. Las funciones de la dirección de ventas
5. La planificación de las ventas y de los objetivos
6. Factores que condicionan la organización del departamento de ventas
7. Estructura organizativa del departamento de ventas

2.2. Procedimientos

- Situar al departamento de ventas dentro de la organización empresarial destacando la necesidad de coordinación con el resto de departamentos que la componen.
- Identificar e interrelacionar las funciones que debe desarrollar el departamento de ventas, conociendo y estudiando detenidamente cada función y todos los conceptos que en su estudio se detallan.
- Detallar las funciones del director de ventas como responsable máximo del departamento.
- Analizar la planificación de las ventas en función de sus objetivos.
- Identificar y diferenciar los condicionantes que determinan cómo debe organizarse de forma óptima el departamento de ventas.
- Determinar las diferentes opciones que se plantean en el momento de organizar el departamento de ventas y sus posibles variaciones.

9. Resultados de aprendizaje

- Organiza el proceso de venta, definiendo las líneas de actuación del vendedor, de acuerdo con los objetivos fijados en el plan de ventas.

10. Criterios de evaluación

- Se han identificado las funciones del departamento de ventas de una empresa y las responsabilidades del director de ventas.
- 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.

11. Temporalización

Se destinarán al estudio de esta unidad 10 horas, distribuidas de la siguiente manera:

- 6 de teoría
- 4 de práctica

12. Orientaciones pedagógicas

Para el estudio de esta unidad es importante que el alumno entienda que el departamento de ventas no es un departamento aislado ni más importante que el resto, sino que es una parte de una organización que debe mostrar equilibrio y coordinación para llegar a optimizar sus procesos y recursos, de tal modo que sus objetivos siempre deben estar subordinados a los objetivos generales que la empresa ha planteado.

Para ello, el conocimiento de las funciones se convierte en fundamental para el estudio del resto de la unidad de trabajo, puesto que en base a esas funciones se organiza y se determina la estructura del departamento, siempre bajo la supervisión y bajo la responsabilidad de la dirección de ventas.

La dirección de ventas, responsable de los objetivos y de la planificación para obtenerlos, se estudia como elemento de decisión de cualquier variable que afecta al funcionamiento del departamento. Desde la aplicación de las funciones que tiene atribuidas, se analizan los condicionantes que afectan a la decisión de cómo organizar el departamento para asumir los diferentes objetivos planteados.

UNIDAD 3. El equipo de ventas

13. Introducción

En esta unidad se determina el tamaño del equipo de ventas a partir del cálculo del número de vendedores y de su ubicación dentro de la delimitación de las zonas de ventas.

Se elabora el programa de ventas, definiendo sus propios objetivos y, para obtenerlos, se elabora el programa de ventas, estableciendo el plan de actuación del vendedor.

Se planifican las visitas de los vendedores dentro de la zona de ventas que les han sido asignadas, en función siempre del número de visitas y del tiempo a dedicar a cada una según la tipología establecida de clientes.

Detallaremos la unidad a partir de los conceptos curriculares siguientes:

- Rutas de venta y visitas a los clientes
- Tratamiento de la información de ventas
- Análisis de las operaciones de ventas

14. Contenidos

2.1. Conceptos

8. El equipo de ventas. Concepto
9. Determinación del tamaño del equipo de ventas
10. Delimitación de las zonas de venta y asignación a los vendedores
11. Planificación de las visitas a clientes. Tipos y frecuencia
12. Diseño de las rutas de ventas
13. Elaboración del programa de ventas y líneas de actuación de los vendedores

2.1. Procedimientos

- Análisis 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
- Determinación del tamaño del equipo de ventas a través del cálculo de vendedores necesarios para cubrir las zonas 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 ajustados a dicho programa

15. Resultados de aprendizaje

- Organiza el proceso de venta, definiendo las líneas de actuación del vendedor, de acuerdo con los objetivos fijados en el plan de ventas.

16. Criterios de evaluación

- Se han diferenciado las formas de organización del departamento de ventas por zonas geográficas, por productos y por clientes, entre otras.
- Se ha calculado el número de vendedores que se requieren para cumplir los objetivos del plan de ventas de la empresa.
- 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.
- 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.
- Se han planificado las visitas a clientes, aplicando las rutas de ventas que permiten optimizar los tiempos del vendedor y reducir los costes.

17. Temporalización

Se destinan a esta unidad 10 horas distribuidas de la siguiente manera:

- 6 horas de teoría
- 4 horas de práctica

18. Orientaciones pedagógicas

Para el estudio de esta unidad es fundamental que el alumno comprenda que el número de vendedores que tiene un departamento de ventas es el fruto de un estudio y cálculo en función de la tipología de clientes que tiene la empresa y en función de los recursos de los que dispone.

Para ello, el número de visitas y el tiempo que se dedica a cada una es determinado por la experiencia y por las características de la zona que el vendedor tiene asignada, dentro siempre del cumplimiento del programa de ventas y de la línea de actuación del vendedor.

Este último concepto, la línea de actuación del vendedor, debe ser destacado como básico en la imagen que la empresa ofrecerá a sus clientes, puesto que será el vendedor el que lo represente en todas y cada una de sus visitas, ofreciendo, o debiendo ofrecer, la imagen que la línea de actuación determina.

UNIDAD 4. Los vendedores

19. Introducción

En esta unidad se aprende a definir la actuación del vendedor en el proceso de la venta, ajustando el plan de acción definido por la empresa a las características específicas de cada cliente.

Detallaremos la unidad a partir de los conceptos curriculares siguientes:

- Cualidades del vendedor.
- Tipos de vendedores según la empresa, la naturaleza del producto o la actividad o tipo de venta que realizan.
- Aptitudes para la venta y su desarrollo.
- Las relaciones con los clientes.
- Características esenciales de los productos y/o servicios que debe conocer un vendedor.
- Sistemas de remuneración de los vendedores.
- Motivación de los vendedores. Factores motivadores.

20. Contenidos

2.1. Conceptos

14. Introducción
15. El vendedor, concepto y funciones
16. Tipos de vendedores
17. El perfil del vendedor profesional
18. Conocimientos de un vendedor
19. El manual del vendedor
20. Sistemas de remuneración de los vendedores
21. Motivación de los vendedores

2.2. Procedimientos

- 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.
- Definición de los programas de formación para vendedores.
- Manual del vendedor

- Valoración de la motivación de los vendedores.
- Identificación de los sistemas de retribución y motivación de los vendedores.

21. Resultados de aprendizaje

- Define las funciones, conocimientos y perfil de los vendedores, analizando las necesidades de formación, motivación y remuneración del equipo de ventas.

22. Criterios de evaluación

- Se han establecido las funciones y responsabilidades de los vendedores en la venta personal.
- Se han clasificado los vendedores en función de las características de la empresa en la que prestan servicios, el tipo de venta que realizan y la naturaleza del producto.
- Se ha definido el perfil del vendedor profesional, analizando las cualidades personales, habilidades profesionales y conocimientos que debe tener un buen vendedor.
- Se han descrito distintos puestos de trabajo de ventas y el perfil de los vendedores más adecuados para los mismos.
- Se han determinado las necesidades de formación, perfeccionamiento y reciclaje del equipo de vendedores.
- Se ha definido el contenido del programa de formación y perfeccionamiento de los vendedores.
- Se ha valorado la importancia de la motivación de los vendedores analizando los principales factores motivadores.
- Se han identificado los sistemas de retribución de los vendedores más habituales.

23. Temporalización

Se destinan a esta unidad 10 horas distribuidas de la siguiente manera:

- 6 horas de teoría
- 4 horas de práctica

24. Orientaciones pedagógicas

Se recomienda realizar las actividades propuestas con el fin de que el alumno tenga muy claras las relaciones cliente-vendedor y su papel en el desarrollo de la venta.

Se recomienda también simular diálogos de venta entre compañeros, para ajustar el comportamiento formal que ha de tener un vendedor frente a diferentes tipos de cliente.

UNIDAD 5. Prospección y preparación de la presentación

25. Introducción

En esta unidad se aprende a elaborar el argumentario de ventas, identificando los puntos fuertes y débiles del producto y aprendiendo a resaltar las ventajas del producto respecto a los de los diferentes competidores que configuran el mercado.

La proposición de soluciones a los problemas que planteen los clientes se convierte en la clave en el momento de presentar el argumentario, y se estudia la aplicación de las técnicas de prospección de clientes según las características del producto o servicio ofertado.

Detallaremos la unidad a partir de los conceptos curriculares siguientes:

- Concertación de la entrevista de presentación
- Elementos a destacar en la presentación y/o demostración del producto

26. Contenidos

2.1. Conceptos

- 22. Introducción
- 23. El proceso de venta
- 24. La prospección de clientes
- 25. Preparación de la venta
- 26. Elaboración del argumentario de ventas

2.2. Procedimientos

- Análisis del concepto de proceso de ventas y de las fases que lo componen.
- Elaboración de la prospección de clientes a partir de las diferentes fuentes de información de las que dispone la empresa.
- 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.

27. Resultados de aprendizaje

- Organiza el proceso de venta, definiendo las líneas de actuación del vendedor, de acuerdo con los objetivos fijados en el plan de ventas.
- Desarrolla entrevistas con supuestos clientes, utilizando técnicas de venta, negociación y cierre adecuadas, dentro de los límites de actuación establecidos por la empresa.

28. Criterios de evaluación

- 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).

- 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.
- Se ha preparado el material de apoyo y la documentación necesaria.
- Se ha elaborado el argumentario de ventas, incluyendo los puntos fuertes y débiles del producto, resaltando sus ventajas respecto a los de la competencia y presentando soluciones a los problemas del cliente.
- Se han aplicado técnicas de prospección de clientes, atendiendo a las características del producto/servicio ofertado.

29. Temporalización

Se destinan a esta unidad 9 horas distribuidas de la siguiente manera:

- 4 horas de teoría
- 5 horas de práctica

30. Orientaciones pedagógicas

Esta unidad plantea la necesidad de que el alumno vea la presentación como la culminación de todo un proceso estudiado desde las dos unidades anteriores, y dentro de una estructura que determina y da forma a dicha presentación.

Para ello, el trato de los problemas planteados por el cliente es fundamental, y el alumno debe aprender a resaltar las ventajas que el producto le ofrece al cliente adaptando cada presentación al tipo de cliente y a las circunstancias en las que se realiza la presentación.

UNIDAD 6. Técnicas de venta y comunicación

31. Introducción

En esta unidad se aprenden a manejar las herramientas de comunicación dentro de las operaciones de venta. La actitud en la comunicación del vendedor es indispensable para iniciar, encauzar y culminar la venta, de modo que el uso adecuado de la comunicación puede considerarse como una herramienta más de venta. También en la unidad se aprenden a manejar diversas técnicas de venta, la actitud y las herramientas en el inicio, desarrollo y cierre de la venta servirán al vendedor para culminar la venta con éxito.

Detallaremos la unidad a partir de los conceptos curriculares siguientes:

- La comunicación en las relaciones comerciales: comunicación verbal y no verbal.
- Comunicación y expresión escrita
- La venta
- Concertación y preparación de la visita
- La toma de contacto y presentación
- El tratamiento de las objeciones
- Conseguir el cierre de la venta

- El seguimiento de la venta
- Los servicios posventa
- Las herramientas de gestión de las relaciones con clientes (CRM)

32. Contenidos

2.1. Conceptos

27. Introducción

28. La comunicación en las relaciones comerciales

29. La comunicación verbal.

30. La comunicación no verbal

31. Comunicación y expresión escrita

32. Técnicas de venta

33. Concertación y preparación de la visita

34. Toma de contacto y presentación

35. Las objeciones del cliente

36. El cierre de la venta

37. Seguimiento de la venta

38. Los servicios posventa

39. Herramientas de gestión de las relaciones con clientes, CRM (Customer Relationship Management)

2.2. Procedimientos

- 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 la evolución de los sistemas de comunicación.
- Asentamiento del conocimiento del cliente
- Manejo de cómo concertar y preparar la visita
- Destreza en la realización de la visita comercial
- Conocimiento de las objeciones del cliente y del cierre de la venta
- Realización del seguimiento de la venta
- Manejo de los servicios postventa
- Uso de las herramientas de gestión de las relaciones con clientes (CRM)

33. Resultados de aprendizaje

- Define las funciones, conocimientos y perfil de los vendedores, analizando las necesidades de formación, motivación y remuneración del equipo de ventas.

- Desarrolla entrevistas con supuestos clientes, utilizando técnicas de venta, negociación y cierre adecuadas, dentro de los límites de actuación establecidos por la empresa.

34. Criterios de evaluación

- Se ha definido el perfil del vendedor profesional, analizando las cualidades personales, habilidades profesionales y conocimientos que debe tener un buen vendedor
- Se ha realizado la presentación y demostración del producto, utilizando técnicas de venta adecuadas para persuadir al cliente.
- Se han previsto las posibles objeciones del cliente y se han definido las técnicas y los argumentos adecuados para la refutación de las mismas.
- Se han utilizado técnicas de comunicación verbal y no verbal en situaciones de venta y relación con el cliente.
- Se ha planificado la negociación de los aspectos y condiciones de la operación que pueden ser objeto de negociación.
- Se han utilizado técnicas para lograr el cierre de la venta y obtener el pedido.

35. Temporalización

Se destinan a esta unidad 13 horas distribuidas de la siguiente manera:

- 5 horas de teoría
- 8 horas de práctica

36. Orientaciones pedagógicas

Se recomienda realizar las actividades propuestas con el fin de que el alumno tenga muy claras las relaciones cliente-vendedor y su papel en el desarrollo de la venta.

Se recomienda también simular diálogos de venta entre compañeros, para ajustar el comportamiento formal que ha de tener un vendedor frente a diferentes tipos de cliente, a diferentes situaciones o contextos comunicativos.

UNIDAD 7. El contrato de compraventa

37. Introducción

En esta unidad se aprende a interpretar la normativa que regula el contrato de compraventa y sus contratos afines, analizando su estructura y clausulado más habituales, ya que estas cláusulas que lo componen lo caracterizan a la vez que establecen los derechos y obligaciones derivados de la relación contractual.

Se analizan las diferencias entre compraventa civil de la mercantil a partir de las normativas que los definen. Además, se establecen las pautas para cumplimentar el contrato de compraventa y el contrato de compraventa a plazos, como variante más común, sin dejar de entender la normativa que lo regula y los requisitos legales para celebrarlo.

Se analizan estructuralmente diferentes contratos afines al contrato de compraventa por su similitud y por su aplicación en diferentes relaciones comerciales.

Detallaremos la unidad a partir de los conceptos curriculares siguientes:

- Clausulado
- Normativa que regula los contratos de compraventa
- Confección del documento
- Contrato de suministro
- Contrato estimatorio o de “ventas de consignación”
- Contrato de transporte
- Contrato de seguro
- Contratos de arrendamiento mercantil. Leasing y renting
- Contratos de factoring y de forfaiting

38. Contenidos

2.1. Conceptos

40. Introducción
41. El contrato. Requisitos y características
42. Tipos de contratos
43. Normativa que regula la compraventa. Compraventa Civil y Compraventa Mercantil
44. Derechos y obligaciones del vendedor y del comprador
45. Clausulado general de un contrato de compraventa
46. El contrato de compraventa a plazos
47. El contrato de suministro
48. El contrato estimatorio o de “ventas de consignación”
49. El contrato de transporte
50. El contrato de seguro
51. Contratos de arrendamiento mercantil. Leasing y renting
52. Los contratos de factoring y de forfaiting

2.2. Procedimientos

- 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.

- Identificación de las diferentes situaciones que propician la aplicación de otros contratos afines a la compraventa.

39. Resultados de aprendizaje

- Formaliza los contratos de compraventa y otros contratos afines, analizando las cláusulas más habituales de acuerdo con la normativa vigente.

40. Criterios de evaluación

- Se ha interpretado la normativa que regula los contratos de compraventa.
- 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.
- Se ha cumplimentado el contrato de compraventa en el que se recogen los acuerdos entre vendedor y comprador, utilizando un procesador de textos.
- Se ha interpretado la normativa que regula el contrato de compraventa a plazos y los requisitos que se exigen para su formalización.
- Se ha caracterizado el contrato de ventas en consignación analizando los casos en que procede su formalización.
- Se ha caracterizado el contrato de suministro, analizando los supuestos en los que se requiere para el abastecimiento de materiales y servicios.
- Se han analizado los contratos de leasing y renting como alternativas de adquisición y financiación del inmovilizado de la empresa.

41. Temporalización

Se destinan a esta unidad 12 horas distribuidas de la siguiente manera:

- 6 horas de teoría
- 6 horas de práctica

42. Orientaciones pedagógicas

Antes de profundizar en esta unidad es muy importante detenerse en el estudio del concepto general de contrato, para que el discente interiorice las derivaciones de asumir un compromiso legal, y los derechos y obligaciones que le son inherentes.

De igual modo, se trata de determinar claramente qué requisitos debe tener un contrato para ser considerado como tal, así como las características que presenta en sus diferentes tipos. Asimismo, se aprenderá a diferenciar en qué caso una compraventa es civil y en qué casos es mercantil a partir de las normativas que las definen, de tal modo que se asocie a ello el tipo de contrato de compraventa que debería aplicarse.

En la confección de los contratos, se partirá de la estructura general explicada para todos los contratos para concretar en el contrato de compraventa y en el contrato de compraventa a plazos a través de sus respectivos clausulados.

Dichos clausulados se plantearán en el uso del procesador de textos como una plantilla adaptable a cada contrato para ahorrar tiempo, tanto en el contrato de compraventa como en el contrato de compraventa a plazos.

Se deben identificar las diferentes situaciones a las que, por sus particularidades y repetición, se les aplican contratos afines a la compraventa de uso común y extendido, que si bien mantienen el espíritu del contrato de compraventa o el del contrato de compraventa a plazos, contienen características propias que los definen y diferencian del clausulado del contrato de compraventa y del contrato de compraventa a plazos.

Se deben identificar las diferentes situaciones a las que, por sus particularidades y repetición, se les aplican contratos afines a la compraventa de uso común y extendido, que si bien mantienen el espíritu del contrato de compraventa o el del contrato de compraventa a plazos, contienen características propias que los definen y diferencian del clausulado del contrato de compraventa y del contrato de compraventa a plazos.

UNIDAD 8. Documentos de formalización de la venta

43. Introducción

En esta unidad se aprende a gestionar la documentación comercial de diferentes operaciones de venta, desde la recepción del pedido hasta el envío y recepción por parte del cliente.

Asimismo, se establece el modo de formalizar el pedido por parte del cliente en ventas a distancia (por catálogo, tele-venta, teléfono móvil, internet).

Detallaremos la unidad a partir de los conceptos curriculares siguientes:

- Documentación comercial generada en las ventas
- Facturas y albaranes
- Confección, registro y archivo de documentos

44. Contenidos

2.1. Conceptos

53. Introducción

54. Confección, registro y archivo de documentos

55. Documentación comercial generada en las ventas

56. Formalización del pedido en las ventas a distancia

57. El albarán

58. La factura

2.2. Procedimientos

- Análisis de la confección, registro y archivo de documentos.
- Identificación de la documentación comercial generada en las ventas.
- Determinar la 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.

45. Resultados de aprendizaje

- Gestiona la documentación comercial y de pago/cobro de las operaciones de compraventa, cumplimentando los documentos necesarios.

46. Criterios de evaluación

- Se ha gestionado la documentación comercial de diferentes operaciones de venta, desde la recepción del pedido hasta el envío y recepción por parte del cliente.
- Se ha establecido el modo de formalizar el pedido por parte del cliente, en ventas a distancia (por catálogo, televenta, teléfono móvil e Internet, entre otros).

47. Temporalización

Se destinan a esta unidad 12 horas distribuidas de la siguiente manera:

- 5 horas de teoría
- 7 horas de práctica

48. Orientaciones pedagógicas

Para el estudio de esta unidad el discente debe ser capaz de realizar el proceso de confección, registro y archivo de documentos, así como de identificar la documentación comercial generada en las ventas.

De igual modo, se estudia la formalización del pedido en las ventas a distancia y la redacción tanto de los distintos tipos de albaranes como de facturas, calculando la base imponible y las cuotas de IVA y Recargo de Equivalencia.

UNIDAD 9. Documentos de formalización de cobro y pago (I)

49. Introducción

En esta unidad se aprende a gestionar la documentación comercial y de pago y cobro de las operaciones de compraventa cumplimentando los documentos necesarios.

Detallaremos la unidad a partir de los conceptos curriculares siguientes:

- El cobro de la venta
- Documentos de cobro y pago: cobro al contado (el cheque, sus tipos y pago; y el recibo)
- La transferencia bancaria
- El pago en efectivo
- Medios de pago electrónicos

50. Contenidos

2.1. Conceptos

59. Introducción

60. El cobro de la venta

61. Documentos de cobro y pago: cobro al contado

62. La transferencia bancaria: personas que intervienen y tipos

63. El pago en efectivo: ventajas e inconvenientes

64. Medios de pago electrónicos: tarjetas electrónicas, transferencias bancarias y pagos móviles

2.2. Procedimientos

- Análisis del cobro de una venta y de los factores que determinan el momento de pago.
- Identificación de documentos de cobro y pago: cheque y recibo.
- Descripción y caracterización de la transferencia bancaria.
- Análisis del pago en efectivo.
- Análisis de los medios de pago electrónicos.

51. Resultados de aprendizaje

- Gestiona la documentación comercial y de pago/cobro de las operaciones de compraventa, cumplimentando los documentos necesarios.

52. Criterios de evaluación

- Se han identificado las distintas formas de pago, analizando el procedimiento y la documentación necesaria en cada caso.
- Se han diferenciado los medios de pago al contado de los aplazados.
- Se han comparado los medios y formas de pago, analizando las ventajas y desventajas en términos de coste, seguridad y facilidad de uso.
- Se ha cumplimentado la documentación correspondiente a los diferentes medios de pago.

53. Temporalización

Se destinan a esta unidad 10 horas distribuidas de la siguiente manera:

- 4 horas de teoría
- 6 horas de práctica

54. Orientaciones pedagógicas

Para el estudio de esta unidad el discente debe ser capaz de realizar el análisis del cobro de la venta y de los factores que determinan el momento del pago; así como identificar los documentos de cobro y pago: cheque y recibo.

De igual modo, se estudian las características de la transferencia bancaria y las ventajas e inconvenientes del pago en efectivo y de los medios de pago electrónicos.

UNIDAD 10. Documentos de formalización de cobro y pago (II): pago aplazado

55. Introducción

En esta unidad se aprende a gestionar la documentación comercial y de pago/cobro de las operaciones de compraventa cumplimentando los documentos necesarios.

Detallaremos la unidad a partir de los conceptos curriculares siguientes:

- Aplicación, confección y gestión de documentos utilizados en el pago aplazado de la venta.
- Utilización de operaciones asociadas a los documentos de pago aplazado.
- Letra de cambio y pagaré.
- Operaciones asociadas a los medios de pago: endoso y aval.
- Gestión de cobro y la negociación de efectos comerciales.
- Gestión de impagos.

56. Contenidos

2.1. Conceptos

65. Introducción

66. La Ley Cambiaria y del Cheque

67. La letra de cambio: personas que intervienen, pago, vencimiento y cumplimentación

68. El pagaré: su cumplimentación

69. Operaciones asociadas a los medios de pago: endoso y aval

70. Gestión de cobro y negociación de efectos comerciales: características y operativa

71. Gestión de impagos: marco jurídico

2.2. Procedimientos

- Interpretación de la Ley Cambiaria y del Cheque.
- Análisis de la letra de cambio como documento de pago aplazado
- Análisis del pagaré como documento que acredita la existencia de un compromiso de pago
- Determinación de las operaciones asociadas a los medios de pago
- Análisis de la gestión de cobro y negociación de efectos comerciales
- Análisis de la gestión de impagos

57. Resultados de aprendizaje

- Gestiona la documentación comercial y de pago/cobro de las operaciones de compraventa, cumplimentando los documentos necesarios.

58. Criterios de evaluación

- Se han cumplimentado cheques, letras de cambio, pagarés y demás documentación correspondiente a los diferentes medios de pago.
- Se ha identificado la documentación correspondiente a las operaciones de endoso, aval y gestión de cobro de medios de pago.

59. Temporalización

Se destinan a esta unidad 11 horas distribuidas de la siguiente manera:

- 5 horas de teoría
- 6 horas de práctica

60. Orientaciones pedagógicas

Para el estudio de esta unidad el discente debe ser capaz de realizar el análisis de .la ley cambiaria y del cheque, así como identificar los documentos de cobro y pago: letra de cambio y pagaré; y las operaciones asociadas a esos medios de pago: endoso y aval.

De igual modo, se estudian las características de la gestión de cobro y negociación de efectos comerciales y la gestión de impagados.

UNIDAD 11. Determinación del precio de venta

61. Introducción

En esta unidad se aprende a determinar los precios y el importe de las operaciones aplicando el cálculo comercial en los procesos de venta.

Detallaremos la unidad a partir de los conceptos curriculares siguientes:

- Cálculo del precio por unidad, tanto sobre el precio de coste, como sobre el precio de venta.
- Los elementos que forman parte del precio.
- Determinación del precio de venta al público de un producto o servicio.
- Cálculo del importe total de una operación.
- Cálculo del importe de operaciones comerciales en moneda extranjera.

62. Contenidos

2.1. Conceptos

72. Introducción.

73. Determinación del precio de venta al público. Elementos del precio: precio de coste, margen y precio de venta. Determinación del precio de venta en bienes y servicios de producción y de consumo.

74. Cálculo del importe total de una operación: conceptos.

75. Cálculo del importe de operaciones comerciales en moneda extranjera: conceptos básicos, cálculo del importe en operaciones en moneda extranjera, términos y operativas.

2.2. Procedimientos

- 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.

63. Resultados de aprendizaje

- Determina los precios y el importe de las operaciones, aplicando el cálculo comercial en los procesos de venta.

64. Criterios de evaluación

- Se ha calculado el precio de venta del producto, aplicando un cierto margen comercial expresado en forma de porcentaje del precio de coste.
- Se ha calculado el precio de venta del producto, aplicando un margen comercial expresado en forma de un porcentaje sobre el precio de venta.
- Se ha determinado el importe total de una operación de venta, aplicando los descuentos y gastos acordados y el IVA correspondiente.

65. Temporalización

Se destinan a esta unidad 11 horas distribuidas de la siguiente manera:

- 5 horas de teoría
- 6 horas de práctica

66. Orientaciones pedagógicas

Para el estudio de esta unidad el discente debe ser capaz de realizar el proceso de cálculo del precio de venta al público, determinando los elementos del precio, y márgenes.

De igual modo, se realizarán los cálculos del importe total de una operación y en operaciones en moneda extranjera utilizando sus términos y operativa.

UNIDAD 12. El interés y el descuento en las operaciones comerciales

67. Introducción

En esta unidad se aprende a determinar el interés de las operaciones comerciales y de las operaciones bancarias, por ser estas los dos tipos de operaciones en los que

la empresa se constituye como sujeto activo y pasivo del concepto de interés. Por otro lado, también se aprende a determinar el proceso de aplicación de descuento comercial en el descuento de valores cambiarios, y en las remesas de negociación, como operación conjunta de diversos efectos. Se estudia la operativa del descuento comercial en estas operaciones determinando el efectivo y el funcionamiento de esta herramienta de financiación.

Detallaremos la unidad a partir de los conceptos curriculares siguientes:

- Interés simple
- Interés compuesto
- Descuento de efectos
- Negociación de efectos

68. Contenidos

2.1. Conceptos

76. Introducción. El concepto de interés
77. Aplicación del interés en las operaciones comerciales
78. El interés en las operaciones bancarias
79. Interés simple e interés compuesto
80. Cálculo del interés simple
81. Métodos abreviados para el cálculo de intereses
82. Concepto de descuento. Descuento comercial y descuento racional
83. Negociación de efectos comerciales. Cálculo del descuento y del efectivo resultante de una remesa de efectos.

2.2. Procedimientos

- Análisis del concepto de interés en las diferentes situaciones en las que se da 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.
- Cálculo del interés simple.
- Métodos abreviados para el cálculo del interés de varios capitales al mismo tipo de interés y diferentes periodos de tiempo
- Determinación del concepto de descuento comercial y racional.
- Análisis de las operaciones con efectos cambiarios, la gestión de cobro y la negociación de efectos.

69. Resultados de aprendizaje

- Determina los precios y el importe de las operaciones, aplicando el cálculo comercial en los procesos de venta.

70. Criterios de evaluación

- Se ha calculado el interés de diferentes operaciones, definiendo las variables que lo determinan y aplicando un determinado tipo de interés.
- Se ha calculado el descuento de diferentes operaciones, aplicando un determinado tipo de descuento.
- Se ha calculado el descuento y el efectivo resultante de una remesa de efectos.
- Se han cumplimentado facturas de negociación de efectos comerciales, aplicando un determinado tipo de descuento y la correspondiente comisión.

71. Temporalización

Se destinan a esta unidad 13 horas distribuidas de la siguiente manera:

- 6 horas de teoría
- 7 horas de práctica

72. Orientaciones pedagógicas

Para el estudio de esta unidad es básico que el discente diferencie la aplicación del interés en las operaciones comerciales de la aplicación del interés en las operaciones bancarias. A pesar de ser el mismo concepto teórico, las situaciones de aplicación son diversas y su operativa también. Además, debe comprender las operaciones de descuento comercial y racional en el contexto de las operaciones financieras, más allá de la aplicación comercial, puesto que se estudia la aplicación en las operaciones de descuento de efectos, en la que se busca la obtención de capital de forma avanzada a un vencimiento acordado.

El discente deberá diferenciar claramente las dos principales operaciones a las que se somete un efecto comercial, la gestión de cobro y la negociación, por su naturaleza distinta y por su diferente operatividad.

5. TEMPORALIZACIÓN

En función de las horas de que se dispone y de los objetivos que se pretende alcanzar, se propone la distribución temporal siguiente:

DISTRIBUCIÓN POR TRIMESTRES

1º TRIMESTRE	UNIDADES 1 A 4
2º TRIMESTRE	UNIDADES 5 A 8
3º TRIMESTRE	UNIDADES 9 A 12

En una programación realista, se debe de considerar que al menos 10 horas durante el curso se utilizaran para la realización de actividades complementarias y de exámenes. En cualquier caso, la temporalización propuesta estará en función de la capacidad de aprendizaje y comprensión de los alumnos.

6. METODOLOGÍA

Este elemento curricular da respuesta a la cuestión ¿Cómo enseñar?, se trata dar a conocer nuestros principios metodológicos y posteriormente el desarrollo de nuestra metodología para tratar los contenidos.

6.1. PRINCIPIOS Y ORIENTACIONES METODOLÓGICAS

La normativa aplicable sobre la metodología didáctica de las enseñanzas de formación profesional se encuentra recogida en el Real Decreto 1147/2011 de 29 de julio por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, y en el Decreto que desarrolla el currículo de los ciclos formativos, (en concreto, en el Decreto del currículum). En los cuales se establece que: “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 propios de la actividad profesional correspondiente”.

Las líneas de actuación en el proceso enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- Preparación de una visita comercial con la información obtenida en la herramienta de gestión de las relaciones con clientes.
- Elaboración del argumentario de ventas de productos de gran consumo.
- Utilización de técnicas de comunicación verbal (oral y escrita) y no verbal aplicadas al proceso de venta.
- Utilización de herramientas informáticas en la presentación de productos y servicios.
- Utilización de técnicas venta, negociación y refutación de objeciones.
- Elaboración de contratos de compraventa y documentación anexa, utilizando el procesador de textos.
- Cumplimentación de los documentos de diversos medios de pago.
- Gestión informatizada de sugerencias.
- Utilización de herramientas de gestión de las relaciones con clientes en preparación de visitas, servicios postventa y fidelización de clientes.
- Realización de cálculos relativos a las operaciones de venta y de cobro y pago

Bajo estas prescripciones normativas sobre orientaciones metodológicas se basa y desarrolla nuestra metodología didáctica, la cual tiene como eje vertebrador las

competencias relativas a habilidades, es decir; la propia actividad del alumno, siendo el profesor el guía

En concreto, nos vamos a basar en los siguientes **principios metodológicos**:

- Punto de partida: Deberá partirse del nivel de desarrollo del alumno teniendo en cuenta sus conocimientos previos así como los diferentes ritmos de aprendizaje.
- Relación de contenidos: Se promoverá la integración de los aspectos científicos, tecnológicos y organizativos (contenidos relacionados) que corresponda, reforzando a su vez los aspectos prácticos Trabajo en equipo: Deberá fomentarse la adquisición de habilidades de trabajo en equipo, ya que la sociedad actual, cada vez más diversa y cambiante precisa personas capaces de integrarse en organizaciones que utilicen esta metodología de trabajo. Para ello nuestra metodología ha de ser activa, participativa y motivadora.
- Aprendizaje funcional y significativo: Utilizar estrategias para que el alumno sea capaz de aplicar lo aprendido a la vida real. Deberá favorecerse que el alumno relacione los nuevos conocimientos con conocimientos anteriores, citas cotidianas, propia experiencia,... Todo ello incidirá en un mayor interés y motivación hacia la materia. El profesor se constituye no en el eje central sino en el animador del grupo que incite a los alumnos a ver una visión práctica del módulo y a fomentar su motivación.
- Autoaprendizaje: Se favorecerá el trabajo autónomo del alumno para que desarrolle la capacidad de aprender por sí mismo. El alumno necesitará la habilidad suficiente para acceder a determinadas fuentes y contenidos, convirtiéndose en protagonista de su propio aprendizaje. Se estimulará el interés del alumno por el autoaprendizaje relacionado con la formación permanente en un entorno laboral tan cambiante. Asimismo, se tratará de favorecer la investigación, acostumbrando al alumno a investigar por sí mismo y en equipo. El profesor habrá de velar para evitar errores en el proceso y los resultados.
- Aprendizaje participativo: Deberá favorecerse la participación activa del alumno en el proceso de enseñanza-aprendizaje.
- Nuevas tecnologías: Se favorecerá en el alumnos el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, ya que su uso va a tener gran influencia en el entorno de trabajo, por lo que su conocimiento y

adaptación pueden facilitar su inserción, bien sea como emprendedor o trabajador

Por otra parte, se favorecerá el enfoque positivo y razonablemente optimista de la próxima transición al mundo laboral.

6.2. DESARROLLO METODOLÓGICO

En el desarrollo de cada unidad se seguirá el esquema siguiente:

1. **Al inicio** de cada unidad de trabajo, se hará una introducción de los contenidos, preferiblemente vinculada a ejemplos de la vida real y al Caso práctico inicial que plantea una situación relacionada con el ejercicio profesional y que está vinculada al contenido de dicha unidad. Será el eje vertebrador de la exposición, ya que se va resolviendo a lo largo del tema.

2. **Posteriormente**, se pasará a explicar los contenidos, intercalando actividades de adiestramiento y de aplicación, tanto individuales como de grupo o del sector profesional, que fomenten la expresión de opiniones, inquietudes y aportaciones de los alumnos, buscando en todo momento despertar el interés del alumno por la unidad de trabajo, así como su participación. Se procurará que las actividades sean variadas y tengan diferente origen metodológico, a lo largo de las diferentes unidades del libro, se propone la resolución de casos prácticos, participación en debates, exposiciones orales de los alumnos, búsqueda de información en internet, visualización de vídeos breves, etc.

3. **Al finalizar cada unidad de trabajo**, se propondrá a los alumnos la resolución de actividades de enseñanza-aprendizaje así como casos de práctica profesional y solución de un test de autoevaluación que faciliten la mejor comprensión del tema propuesto (debates, discusiones, aplicaciones prácticas...).

Los alumnos recibirán, en todo momento, el apoyo necesario por parte del profesor para una mejor consecución de los objetivos marcados.

En conclusión, en la metodología hay que:

- Tomar decisiones previas al qué y para qué enseñar.
- Obtener información de los conocimientos previos que poseen los alumnos sobre la unidad didáctica que se comienza a trabajar.
- Estimular la enseñanza activa y reflexiva.
- Experimentar, inducir, deducir e investigar.
- Proponer actividades para que el alumno reflexione sobre lo realizado y elabore conclusiones con respecto a lo aprendido.

- El profesor debe actuar como guía y mediador para facilitar el aprendizaje, teniendo en cuenta las características de los aprendizajes cognitivo y social.
- Trabajar de forma individual, en pequeño grupo y en gran grupo.
- Emplear actividades y situaciones próximas al entorno del alumno.
- Estimular la participación activa del alumno en el proceso de enseñanza-aprendizaje, huyendo de la monotonía y de la pasividad.
- Propiciar situaciones que exijan análisis previo, toma de decisiones y cambio de estrategias.
- El profesor debe analizar críticamente su propia intervención educativa y obrar en consecuencia.

6.3. NORMAS DE COMPORTAMIENTO EXIGIBLES

Se aplicarán normas de seguridad establecidas por el departamento para los espacios. La existencia de 5 llamadas de atención en el trimestre supondrá la pérdida del 10% de la nota.

No se permite, además de lo prohibido expresamente en el R.R.I.:

- El uso indebido e incorrecto de las instalaciones del aula.
- La utilización de útiles y herramientas para acciones que no hayan sido diseñadas.
- El uso de cámaras, grabadoras, reproductores de sonido y telefonía sin el permiso del profesor.
- Las faltas de respeto hacia el profesor, al conjunto de la clase y hacia los propios compañeros.

7. EVALUACIÓN

7.1. PROCESO E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Según Orden EDU/2169/2008, de 15 de diciembre, por la que se regula el proceso de evaluación y acreditación académica de los alumnos que cursen enseñanzas de formación profesional inicial en la Comunidad de Castilla y León y sus sucesivas modificaciones por ORDEN EDU/580/2012, de 13 de julio y ORDEN EDU/1103/2014, de 17 de diciembre.

Todo lo relacionado con las Convocatorias, Procedimientos de Evaluación, se refleja en el PROYECTO CURRICULAR DEL CICLO

Los instrumentos o métodos que vamos a aplicar en este proceso de evaluación, son los siguientes:

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN DE ACTITUD

- Observación directa del trabajo del alumno (A través de ella se pueden evaluar comportamientos, valores, actitudes como puntualidad, respeto a las normas de seguridad e higiene, el alumnado deberá aportar diariamente su material, participación del alumnado).
- Interrogación (utilizando entrevistas, dinámicas, etc. para conocer el entorno familiar, opiniones, intereses profesionales, motivación, ...).

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN DE LOS CONTENIDOS PRÁCTICOS

- Análisis de las realizaciones de los alumnos (cuadernos, ejercicios, trabajos individuales, trabajos en equipo, (¿?...)) con los que se puede evaluar: Planteamiento del trabajo. Utilización de la información proporcionada por el profesor. La organización de ideas y la claridad de expresión. La argumentación de las opiniones. La capacidad para buscar información autónomamente. Los materiales elaborados.
- En un módulo de carácter teórico-práctico cómo es el módulo de PROCESOS DE VENTAS, es importantísimo el desarrollo por parte de los alumnos de procesos de investigación, así como el manejo de la información con la que se van a encontrar a su salida al mercado laboral.
- Se puede completar con exposición de la cuestión ante el resto de sus compañeros, en lo que supondría ya un nuevo instrumento de evaluación, la observación.

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN CONTENIDOS TEÓRICOS

- **Pruebas teórico-prácticas** de conocimientos: para evaluar la adquisición de contenidos, razonamiento, comprensión y claridad de ideas. Correcta expresión ortográfica y sintáctica en las pruebas. Empleo de terminología y vocabulario adecuados. Localización de la normativa vigente. Se podrán llevar a cabo las siguientes tipos de pruebas:
- **Cuestionarios de elección múltiple**, en los cuáles el alumno debe elegir una respuesta entre varias posibles a la cuestión planteada por los ítems. Debe prestarse especialmente atención a la redacción y planteamiento de los ítems, evitando la ambigüedad en la pregunta.

- **Cuestionarios cerrados**, en los cuáles se plantean preguntas que en la mayoría de las ocasiones suponen una respuesta unívoca por parte de los alumnos.
- **Cuestionarios abiertos**, en los cuáles se establecen preguntas que exigen por parte de los alumnos una reflexión de los conocimientos adquiridos y la emisión de un juicio o valor sobre la cuestión planteada.
- **Cuestionarios de valoración de afirmaciones** que se presentan al alumno debiendo éste calificar las mismas en términos de verdadero o falso.
- **Cuestionarios mixtos**, combinación de los anteriores.
- **Resolución de casos prácticos**, en los cuales se exponen situaciones o simulaciones de la realidad empresarial donde el alumno debe aplicar a cada caso la teoría correspondiente al contenido en cuestión. Estos supuestos prácticos serán de índole similar a los realizados en el aula.
- **Pruebas orales**, en las que cada alumno contestará a las cuestiones planteadas por parte del profesor.

7.2. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

La calificación de los módulos profesionales, excepto el módulo de formación en centros de trabajo (FCT), será numérica, entre uno y diez, sin decimales. El módulo profesional no superado se calificará de uno a cuatro y el módulo profesional superado se calificará de cinco a diez.

A partir de los métodos analizados y teniendo en cuenta los criterios de evaluación, debemos dar una calificación al alumno, que permita establecer el grado de consecución de los objetivos, así como su adecuado avance en las enseñanzas del módulo de PROCESOS DE VENTAS en particular y del ciclo en general.

A continuación, se analiza el proceso de calificación del alumnado propuesto en la presente programación:

- El resultado de la resolución por el alumno de pruebas teóricas-prácticas supondrá entre el **70% de la calificación del módulo**. Las pruebas (exámenes) consistirán en contestar a preguntas referentes a los contenidos que se han explicado en clase, alternando cuestionarios de elección múltiple, cuestionarios cerrados y resolución de casos prácticos similares a los realizados durante el desarrollo de la clase.
- En cada examen se determinará la puntuación de las preguntas y ejercicios. Para superar positivamente cada examen se debe obtener una puntuación mínima de 5 puntos sobre 10. Si se realizan varios dentro de la misma

evaluación se hallará la media aritmética entre las notas. Si la nota de algún examen fuera inferior a 3, no se realizará nota media debiendo recuperar esta parte siguiendo el proceso expuesto para las actividades de recuperación. Las preguntas de tipo test: las preguntas contestadas incorrectamente, podrán ser tenidas en cuenta de forma negativa.

- En cada evaluación habrá al menos una prueba escrita pudiéndose establecer alguna más en función de las características del grupo y grado de dificultad de las Unidades de Trabajo a juicio del profesor.
- El resultado del análisis de realizaciones de los alumnos como son los supuestos prácticos individualmente o en grupo EN LA CLASE, supondrá el 30% de la calificación del módulo.

En resumen, los criterios de calificación quedan expresados de la siguiente manera:

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN
CONTENIDOS TEÓRICOS	70%
<i>Pruebas teóricas-prácticas</i>	
CONTENIDOS PRÁCTICOS	30%
<i>Resolución de realizaciones de los alumnos (supuestos prácticos), EN CLASE</i>	
TOTAL=	100%
La calificación final de cada trimestre se obtendrá aplicando los anteriores criterios sobre un máximo de 10 puntos, siendo necesario alcanzar una calificación final de 5 o más puntos para aprobar el trimestre.	
Para poder determinar la calificación global del trimestre será imprescindible haber obtenido en cada uno de los apartados anteriores una calificación igual o superior a 5.	

- La ponderación de los apartados anteriores será la calificación del alumno para la evaluación correspondiente, la cual será numérica, entre uno y diez, sin decimales, conforme a lo establecido por el RD. 1147/2011 sobre la Ordenación General de la Formación Profesional y el citado RD. 2168/2008.
- La recuperación de las pruebas escritas o prácticas que no hayan sido superadas por los alumnos, seguirán los criterios establecidos y expuestos en los apartados siguientes.

7.3. ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN

7.3.1. TRIMESTRALES

Para todos aquellos alumnos que no alcancen los objetivos previstos, se facilitarán por parte del profesor actividades de recuperación, las cuales consistirán en la realización de nuevas pruebas escritas similares en contenido y ejercicios a los ya realizados para los exámenes, previamente se podrán determinar las siguientes actuaciones:

- Se entregarán a los alumnos las pruebas-exámenes realizados a fin de que puedan detectar sus propios errores
- Repaso de los ejercicios vistos.
- Consulta al libro de texto, material de apoyo, etc.
- Explicaciones del profesor/a.
- Fijación de trabajos a realizar por el alumno.

Las citadas pruebas se fijarán con anterioridad a las pruebas de evaluación siguiente, PUDIENDO REALIZAR EN LA MISMA EVALUACIÓN O EN LA EVALUACIÓN SIGUIENTE, PERO SIEMPRE ANTES DE LOS EXÁMENES DE LA EVALUACIÓN POSTERIOR.

7.3.2. POR PÉRDIDA DE EVALUACIÓN CONTINUA

El procedimiento para seguir en caso de pérdida del derecho a la evaluación continua es el siguiente:

El alumno que pierda el derecho a la evaluación continua (**15% DE FALTAS SIN JUSTIFICAR (19 FALTAS)**) (NO SE CONSIDERAN POR MOTIVOS DE TRABAJO COMO JUSTIFICADAS), para ser evaluado deberá superar un **examen extraordinario** que versará sobre la totalidad de la materia establecida en la programación del módulo en relación con los mínimos exigibles, A TAL EFECTO SE ENTREGARÁ **GUÍON INDICATIVO DE MATERIAS** (SE HARÁ INCAPIE EN LA RECUPERACIÓN DE LOS CONTENIDOS ASOCIADOS A UNIDADES DE COMPETENCIA) Y **FORMA DEL EXÁMEN.**

7.3.3. CONVOCATORIA ORDINARIA (MARZO/ JUNIO)

Se convocará una prueba objetiva final para recuperar las evaluaciones pendientes, la cual versará sobre los contenidos mínimos del módulo que no han sido alcanzados.

Su recuperación requerirá:

La calificación positiva en la prueba objetiva (obtener una puntuación de 5 puntos sobre un total de 10, o en proporción equivalente).

Si es preciso, la presentación, al profesor, en tiempo y forma, de las actividades de recuperación propuestas

7.3.4. MÓDULOS PENDIENTES

Los alumnos con el módulo pendiente del primer curso y que hayan pasado al segundo curso, así como los pendientes de este módulo para la finalización del Ciclo Formativo, deberán superar los exámenes establecidos al efecto en las fechas indicadas por el Departamento.

Con el objeto de facilitar el acceso al aprendizaje del alumno y atendiendo a su trayectoria educativa, se le podrá posibilitar un **plan personalizado** de actividades de recuperación.

Los exámenes o las pruebas a realizar para la superación de la materia, versarán sobre los contenidos mínimos establecidos en la programación.

(NO HAY ALUMNOS CON MATERIAS PENDIENTES EN EL CURSO 2023/24)

7.4. PROCEDIMIENTO DE TRAMITACIÓN DE RECLAMACIONES

Se llevará a cabo conforme a lo establecido en el Artículo 15. Reclamaciones sobre las calificaciones y otras decisiones de ORDEN EDU/1103/2014, de 17 de diciembre, por la que se regula el proceso de evaluación y la acreditación académica del alumnado que curse las enseñanzas de Formación Profesional Básica en la Comunidad de Castilla y León, y se modifica la Orden EDU/2169/2008, de 15 de diciembre. **ANEXO II**

8. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS

8.1. PROFESOR/A

El material empleado para el desarrollo de las clases será:

- Textos Legales (LEY DEL COMERCIO MINORISTA, LEGISLACIÓN CALIDAD, ...)
- Revistas
- Artículos de prensa
- Películas de video
- Libros de texto
- Ordenadores Con acceso a internet y procesador de texto
- Cañón con ordenador conectado a Internet

8.2. ALUMNO/A

Los alumnos deberán venir provistos del siguiente material:

- Libro de texto Editorial MAC-GRAW HILL. **RECOMENDADO**
- Cuaderno o folios
- Bolígrafo
- Calculadora

8.3. DISTRIBUCIÓN DE ESPACIOS

Para la impartición del módulo se requiere de un aula dotada de cañón, pantalla y ordenador. Además, se cree necesario al menos una vez a la semana, la disposición de aula con ordenadores para los alumnos con el objeto de llevar a cabo actividades de investigación, búsqueda de normativa correspondiente, o textos de interés. Se consideran pues los recursos necesarios para desarrollar la práctica docente con eficacia, revertiendo en una mayor calidad educativa.

Asimismo, se hace necesario que el aula sea lo suficientemente amplia con el fin de que los alumnos puedan ponerse en equipos si la actividad educativa lo requiere.

8.4. BIBLIOGRAFÍA

Libro EDITORIAL MAC-GRAW HILL (MANUAL RECOMENDADO)

DIRECCIONES WEB

Portal del Ministerio de Industria y comercio.

Webs Cámaras de Comercio.

Web CEF

9. ATENCIÓN AL ALUMNADO CON NECESIDADES EDUCATIVAS ESPECIALES

Con el alumnado de necesidades educativas específicas, si lo hubiere, se realizarán las adaptaciones curriculares oportunas y la atención personalizada que precisen, priorizando la adquisición de competencias, habilidades y destrezas relacionadas con su futuro profesional. Se otorgará especial interés a los contenidos procedimentales y se secuenciarán actividades adaptadas a su ritmo de aprendizaje. También podrán diseñarse pruebas de evaluación diferenciadas, todo ello en concordancia con la legislación vigente.

Corresponde a las Administraciones educativas asegurar los recursos necesarios para que los alumnos y alumnas que requieran una atención educativa diferente a la ordinaria, por presentar necesidades educativas especiales de aprendizaje por sus altas capacidades intelectuales, por haberse incorporado tarde al sistema educativo o por condiciones personales o de historia escolar, puedan alcanzar el máximo desarrollo posible de sus capacidades personales y, en todo caso, los objetivos establecidos con carácter general para todo el alumnado.

En concordancia con la legislación vigente, también podrán diseñarse pruebas de evaluación diferenciadas, adaptándose los criterios y los procedimientos de evaluación, teniendo en cuenta los informes de evaluación psicopedagógica. Asimismo, y siguiendo la Orden EDU/2169/2008, de 15 de diciembre, por la que se regula el proceso de evaluación y acreditación académica de los alumnos que cursen enseñanzas de formación profesional inicial en la Comunidad de Castilla y León; los procesos de evaluación adecuados a las adaptaciones metodológicas de las que haya podido ser objeto el alumnado con discapacidad garantizarán su accesibilidad a las pruebas de evaluación, teniendo en cuenta los informes de evaluación psicopedagógica. En este sentido, el RD. 1147/2011 sobre la ordenación General de La Formación Profesional del sistema educativo, alude a que la Formación Profesional prestará una atención adecuada, en condiciones de accesibilidad universal y con los recursos de apoyo necesarios, en cada caso, a las personas con discapacidad. De esta forma y siguiendo lo citado en cuanto normativa se refiere, se procederá de la siguiente manera: a principios del curso el profesor recibirá de la Orientadora y/o del Tutor/a del grupo la información específica de los alumnos/as que requieran una ayuda diferenciada dadas sus características especiales (personales, médicas, familiares, sociales o jurídicas).

EN EL CURSO 2023/24 EXISTE UN ALUMNO CON NECESIDADES ESPECIALES. SE PROCURARÁ SU ATENCIÓN A TRAVÉS DE UN SEGUIMIENTO MÁS PERSONALIZADO DEL PROCESO ENSEÑANZAS APRENDIZAJE, LA ADAPTACIÓN METODOLÓGICA CONSISTIRÁ EN LA POSIBILIDAD DE ENTREGA DE LAS ACTIVIDADES EN UN TIEMPO MAYOR QUE PARA EL RESTO DE LA CLASE.

10. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES

A fin de cumplir con la situación prevista para este año debido al Covid-19, **se podrán realizar aquellas actividades que dirección permita.**

ANEXO II

Reclamación a las decisiones de evaluación trimestrales

Conforme a lo establecido en el artículo 7 del Decreto 51/2007, de 17 de mayo, por el que se regulan los derechos y deberes de los alumnos y la participación y los compromisos de las familias en el proceso educativo, y se establecen las normas de convivencia y disciplina en los centros educativos de Castilla y León, todos los alumnos tienen derecho a que su dedicación, esfuerzo y rendimiento sean valorados y reconocidos con objetividad. Este derecho implica:

- Recibir información acerca de los procedimientos, criterios y resultados de la evaluación, de acuerdo con los objetivos y contenidos de la enseñanza.
- Obtener aclaraciones del profesorado y, en su caso, efectuar reclamaciones, respecto de las decisiones y calificaciones obtenidas en las evaluaciones trimestrales, finales del curso escolar o en las excepcionales, en los términos que reglamentariamente se establezca. Este derecho podrá ser ejercitado en el caso de alumnos menores de edad por sus padres o tutores legales.

El procedimiento y los plazos para la presentación y la tramitación de las posibles **reclamaciones** a las decisiones y calificaciones obtenidas en las evaluaciones trimestrales establecidos por el Departamento de la familia profesional son:

- Los alumnos podrán solicitar, de profesores y tutores, aclaraciones consideren precisas acerca de las valoraciones que se realicen sobre el proceso de aprendizaje de los alumnos, así como sobre las calificaciones o decisiones que se adopten como resultado de dicho proceso.
- La reclamación se hará mediante escrito dirigido al profesor correspondiente, en el plazo máximo de dos días hábiles a partir de aquél en el que se produzca la comunicación de la calificación. El profesor emitirá el correspondiente informe que entregará al alumno en el plazo máximo de 3 días hábiles.
- En caso de que, tras el proceso de revisión anterior, persista el desacuerdo con la calificación, el interesado, o sus padres o tutores, podrán solicitar por escrito al Jefe de Departamento, en el plazo de dos días hábiles a partir de la comunicación y adjuntando el informe emitido por el profesor, un proceso de revisión por parte del Departamento.
- En el plazo de diez días hábiles, a partir de la recepción de la reclamación, el Jefe de Departamento le comunicará por escrito al interesado la decisión tomada.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE PARA DESARROLLAR Y AMPLIAR EN LA EMPRESA: MÓDULO: PROCESOS DE VENTA (1232) CURSO 24-25

A continuación, se enuncian los resultados de aprendizaje que los alumnos tendrán que ampliar durante sus 6 semanas de prácticas en empresa:

R 1. RESULTADO DE APRENDIZAJE: 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

R 2. RESULTADO DE APRENDIZAJE: Desarrolla entrevistas con supuestos clientes, utilizando técnicas de venta, negociación y cierre adecuadas, dentro de los límites de actuación establecidos por la empresa.

R 4. RESULTADO DE APRENDIZAJE: Gestiona la documentación comercial y de pago/cobro de las operaciones de compraventa, cumplimentando los documentos necesarios.

R 5. RESULTADO DE APRENDIZAJE: Formaliza los contratos de compraventa y otros contratos afines, analizando las cláusulas más habituales de acuerdo con la normativa vigente.

<i>Código</i>	1229
<i>Módulo profesional</i>	Gestión de compras
<i>Curso</i>	1º Ciclo formativo de Grado Medio de Actividades Comerciales
<i>Duración total del módulo profesional</i>	102
<i>Asociado a unidad de competencia</i>	Si
<i>Horas semanales</i>	3
<i>Profesor</i>	Mercedes Arévalo Núñez
<i>Curso académico</i>	2024/2025
<i>I.E.S.</i>	León Felipe, Benavente (Zamora)

Índice

1. Introducción
2. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.
3. Contenidos básicos.
4. Contenidos del currículo de Castilla y León.
5. Contenidos distribuidos en unidades de trabajo.
6. Secuenciación.
7. Competencias profesionales, personales y sociales.
8. Objetivos generales del Ciclo.
9. Actividades de enseñanza, aprendizaje/evaluación.
10. Orientaciones pedagógicas y metodología.
11. Coordinación con otros módulos profesionales.
12. Criterios de evaluación y calificación en evaluación continua.
13. Criterios de recuperación en evaluación continua.
14. Pérdida del derecho a evaluación continua y procedimiento a seguir para evaluar a estos alumnos.
15. Recursos didácticos y organizativos.
16. Uso de las TIC'S en el aula.
17. Actividades complementarias y extraescolares.
18. Medidas de atención a la diversidad.
19. Actividades evaluación y recuperación de los alumnos con materias pendientes de cursos anteriores.
20. Actividades de evaluación y recuperación de los alumnos en la segunda convocatoria del curso.
21. Evaluación de los procesos de enseñanza y de la acción docente.
22. Formación en empresas

1. Introducción

Esta programación del módulo “Gestión de compras” se debe considerar lo suficientemente abierta y flexible para que el profesor responsable del módulo pueda introducir los cambios que estime necesarios para dar respuesta a las diferentes capacidades para aprender, a las diferentes motivaciones e intereses y a los diferentes estilos de aprendizaje de los alumnos.

2. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

Se consideran los resultados de aprendizaje como la expresión de los resultados que deben ser alcanzados por los alumnos en el proceso de enseñanza-aprendizaje, y los criterios de evaluación como referencia del nivel aceptable de esos resultados.

RA 1. RESULTADO DE APREDIZAJE: Determina las necesidades de compra de un pequeño establecimiento comercial, realizando previsiones de ventas a partir de datos históricos, tendencias, capacidad del punto de venta y rotación, entre otros.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UNIDADES DE TRABAJO
CE 1.1. Se ha organizado la información recogida diariamente de las ventas realizadas y las existencias de mercaderías en el almacén de la tienda, utilizando aplicaciones de gestión de pequeños establecimientos y del terminal punto de venta.	1
CE 1.2. Se han realizado previsiones de ventas de la tienda, analizando la información recogida y utilizando técnicas de inferencia estadística.	1
CE 1.3. Se han determinado periodos de mayor y menor demanda comercial en función de la estacionalidad y de la evolución de la actividad comercial de la zona.	2
CE 1.4. Se han utilizado hojas de cálculo para comparar las cifras de las ventas previstas y las reales.	2
CE 1.5. Se han identificado las causas de las posibles desviaciones detectadas entre las cifras de las ventas previstas y las reales.	2
CE 1.6. Se ha determinado el stock óptimo y el mínimo de cada referencia de mercaderías en función de la demanda, la rotación del producto y la capacidad del almacén.	2
CE 1.7. Se ha realizado la programación de compras de mercaderías con suficiente antelación y periodicidad para asegurar el abastecimiento de la tienda.	3
CE 1.8. Se han identificado los costes principales provocados por la rotura de stocks de una determinada referencia en el punto de venta.	3

RA 2. RESULTADO DE APREDIZAJE: Realiza planes de aprovisionamiento de mercaderías, utilizando técnicas de selección de proveedores que garanticen el suministro permanente y periódico de la tienda.

<i>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</i>	UNIDADES DE TRABAJO
CE 2.1. Se han establecido criterios de selección de proveedores a partir de las fuentes disponibles.	4
CE 2.2. Se han utilizado aplicaciones ofimáticas generales, como bases de datos y hojas de cálculo, para seleccionar y/o actualizar la información de proveedores.	4
CE 2.3. Se han solicitado ofertas a proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra mediante medios convencionales o telemáticos.	4
CE 2.4. Se han utilizado técnicas de negociación en la solicitud de ofertas a proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra, concretando los requisitos necesarios y las condiciones del suministro de mercaderías.	4
CE 2.5. Se ha determinado la oferta más ventajosa, comparando las condiciones ofrecidas por los proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra.	4
CE 2.6. Se ha establecido un procedimiento de comunicación y tramitación de los pedidos a los proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra.	6
CE 2.7. Se han determinado los documentos necesarios para formalizar la compra de mercaderías en los que se reflejen las condiciones acordadas y se detalle la responsabilidad de las partes.	5

RA 3. RESULTADO DE APREDIZAJE: Tramita la documentación de compra de mercaderías, realizando pedidos, controlando albaranes y haciendo efectivas facturas según los procedimientos seguidos habitualmente con proveedores o centrales de compra.

<i>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</i>	UNIDADES DE TRABAJO
CE 3.1. Se han determinado cuáles son los tipos de documentos utilizados en la compra y suministro de mercaderías de pequeños comercios.	7
CE 3.2. Se han realizado los documentos necesarios en el proceso de compra de mercaderías utilizando aplicaciones ofimáticas.	7
CE 3.3. Se han identificado los medios de comunicación con proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra, habituales en el proceso de compra.	7
CE 3.4. Se han interpretado facturas de proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra, comprendiendo la responsabilidad que conlleva cada cláusula incluida en ellas.	7
CE 3.5. Se han determinado los documentos accesorios de transporte, notas de gastos en las operaciones de compras a proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra.	7
CE 3.6. Se han conservado en soporte informático las facturas electrónicas emitidas por proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra.	7
CE 3.7. Se han identificado los medios de pago utilizados habitualmente en las facturas de proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra	8

RA 4. RESULTADO DE APREDIZAJE: Gestiona y controla el proceso de recepción de pedidos, verificándolos de acuerdo con los criterios comerciales establecidos con los proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra.

<i>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</i>	UNIDADES DE TRABAJO
CE 4.1. Se ha comprobado la correspondencia entre el pedido realizado y la mercancía recibida en cuanto a cantidad, plazo de entrega, calidad y precio.	9
CE 4.2. Se han identificado las posibles incidencias en la recepción del pedido.	9
CE 4.3. Se ha establecido un procedimiento para la comunicación y resolución de incidencias con el proveedor.	9
CE 4.4. Se han determinado las herramientas o utensilios necesarios en cada caso para el desembalaje de las mercaderías, previniendo daños o roturas.	9
CE 4.5. Se han identificado las medidas necesarias que deben tomarse durante el desembalaje de las mercaderías para respetar la normativa vigente de carácter medioambiental.	9
CE 4.6. Se ha informatizado la recepción de mercaderías, facilitando su posterior almacenamiento y gestión del stock disponible.	9

RA 5. RESULTADO DE APREDIZAJE: Comprueba la idoneidad del surtido implantado en el establecimiento comercial, calculando su rentabilidad y detectando productos caducados, obsoletos y oportunidades de nuevos productos.

<i>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</i>	UNIDADES DE TRABAJO
CE 5.1. Se ha calculado la rentabilidad de los productos ofertados, utilizando ratios elementales de las cifras de ventas y márgenes de beneficios	10
CE 5.2. Se ha valorado el atractivo de los productos ofertados, entrevistando o encuestando a los clientes.	10
CE 5.3. Se ha sistematizado la información obtenida sobre nuevas tendencias e innovaciones de productos, acudiendo a ferias sectoriales y consultando publicaciones especializadas, fuentes online y otras fuentes.	10
CE 5.4. Se ha elaborado un plan de revisión de productos caducados o con riesgo de obsolescencia, analizando las ventas del periodo y la satisfacción de los clientes.	10
CE 5.5. Se ha elaborado un plan de liquidación de productos, estableciendo las acciones necesarias y los plazos de ejecución.	10
CE 5.6. Se ha obtenido información comercial dentro de la zona de influencia del comercio de los productos ofertados por la competencia, comparándolos con la propia oferta.	10
CE 5.7. Se han establecido criterios de incorporación de nuevos productos al surtido, valorando la rentabilidad ofertada y su complementariedad.	10

RA 6. RESULTADO DE APREDIZAJE: Realiza la gestión de compraventa de un establecimiento comercial, utilizando el terminal punto de venta (TPV).

RA 5. RESULTADO DE APREDIZAJE: Comprueba la idoneidad del surtido implantado en el establecimiento comercial, calculando su rentabilidad y detectando productos caducados, obsoletos y oportunidades de nuevos productos.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UNIDADES DE TRABAJO
CE 6.1. Se ha instalado el software adecuado en el terminal punto de venta para gestionar las operaciones comerciales de un pequeño establecimiento.	11
CE 6.2. Se ha creado una empresa nueva en el terminal punto de venta, configurando todos los parámetros requeridos para su normal funcionamiento.	11
CE 6.3. Se han dado de alta almacenes, proveedores, artículos y clientes entre otros, introduciendo los datos requeridos en cada caso.	11
CE 6.4. Se han configurado los periféricos del terminal punto de venta, disponiéndolos de forma ergonómica en el puesto de trabajo.	11
CE 6.5. Se han realizado compras a proveedores siguiendo el proceso completo desde el pedido hasta la contabilización de la factura.	11
CE 6.6. Se han diseñado promociones de mercaderías recogidas en el terminal punto de venta.	11
CE 6.7. Se han realizado tareas de cobro de mercaderías a través del terminal punto de venta	11
CE 6.8. Se han hecho modificaciones en los precios, en las cualidades de los productos, en el ticket y en las facturas emitidas originalmente configuradas.	11

En la presente programación se han utilizado los resultados de aprendizaje establecidos en la normativa anterior, dado que la nueva legislación recogida en el Proyecto de Decreto por el que se establece el currículo de los Ciclos Formativos de Grado Medio, correspondiente a la oferta de Grado D y Nivel 2 del Sistema de Formación Profesional, conducentes a la obtención del título de Técnico en Actividades Comerciales en la Comunidad de Castilla y León, no introduce modificaciones sustanciales en los resultados de aprendizaje respecto a la normativa previa.

No obstante, esta programación se ajusta a la legislación vigente, recogida en:

- Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de Ordenación e Integración de la Formación Profesional.
- Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional.
- Proyecto de Decreto xx/2024, por el que se establece el currículo del Ciclo Formativo de Grado Medio en Actividades Comerciales en Castilla y León.

Asimismo, se tendrá en cuenta cualquier actualización normativa que pudiera afectar al desarrollo y organización de los módulos durante el curso académico.

3. Contenidos básicos.

Los contenidos básicos del Módulo “Gestión de ventas” correspondiente al Ciclo Formativo de Grado medio en Actividades comerciales los podemos encontrar en la Orden ECD/73/2013, de 23 de enero, por la que se establece el currículo del ciclo formativo de grado medio correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales, en el decreto 77/2015, de 10 de diciembre, por el que se establece el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales en la Comunidad de Castilla y León y en el RD 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas

Contenidos básicos:

a) Determinación de las necesidades de compra de un pequeño establecimiento comercial:

- La función logística en la empresa.
- Calidad total y just in time.
- Los costes logísticos. Costes directos e indirectos. Fijos y variables.
- El ciclo de compras.
- Variables de calidad y nivel de servicio.
- Stock óptimo y mínimo.
- Indicadores de gestión de pedidos: indicadores de necesidades de reposición en el punto de venta. Índice de cobertura. Índice de rotación. Índice de rotura de stocks. Índice de obsolescencia.
- La previsión de ventas.
- Tendencias.
- Variación en la demanda.
- Técnicas de inferencia estadística.
- El terminal de punto de venta como medio para estimar las compras.
- El programa de pedidos.

b) Realización de planes de aprovisionamiento de mercaderías:

- Centrales de compra.
- Mayoristas y abastecimiento al por mayor.
- Internet como canal de compra.
- Variaciones de la demanda.
- Determinación de necesidades de compra: volumen de pedido, precio, capacidad y coste de almacenamiento, y plazo de entrega.
- Selección de proveedores.
- Criterios de selección.
- Etapas del proceso de negociación con proveedores.
- Preparación de la negociación.
- Solicitud de ofertas.
- Técnicas de negociación de las condiciones de suministro.

c) Tramitación de la documentación de compra de mercaderías:

- El contrato de suministro.
- Pliego de condiciones de aprovisionamiento.
- Gestión administrativa de pedidos.
- Ofertas.
- Catálogos de productos.

- Técnicas de comunicación en la tramitación de las compras.
- Comunicación escrita.
- Comunicación verbal y no verbal.
- Comunicación telemática.
- Órdenes de compra y pedido.
- Avisos de envío o recepción.
- Albaranes de entrega.
- Facturas.

d) Gestión y control del proceso de recepción de pedidos:

- La recepción de pedidos.
- La inspección de mercaderías.
- Incidencias en los pedidos.
- Medios de comunicación de incidencias.
- La pérdida desconocida.
- Desembalaje de productos.
- Herramientas de desembalaje.
- Normativa medioambiental en el desembalaje de mercaderías.
- Aplicaciones informáticas de gestión de almacenes.

e) Comprobación de la idoneidad de la rentabilidad del surtido implantado en el establecimiento comercial:

- Índices de gestión de ventas.
- Objetivos y cálculo.
- Bases de datos de información de productos.
- Ratios de gestión de productos.
- Índice de circulación.
- Índice de atracción.
- Índice de compra.
- Tasa de marca.
- Ratio de productividad del lineal.
- Índice de rentabilidad del lineal.
- Ratio de beneficio del lineal.
- Índice de rentabilidad del lineal desarrollado.
- Rendimiento del lineal.
- Seguimiento del surtido.
- Análisis ABC.

- Regla 20/80.
- Análisis de la cartera de productos.
- Análisis DAFO de referencias.
- Detección de productos obsoletos y productos poco rentables.
- Incorporación de innovaciones y novedades a la gama de productos.

f) Realización de la gestión de compraventa de un establecimiento comercial:

- Software útil para terminales punto de venta.
- Gestión integrada del aprovisionamiento.
- Datos necesarios para crear una empresa en el terminal de punto de venta.
- Alta de almacenes, proveedores, artículos y clientes, entre otros.
- Periféricos del terminal de punto de venta.
- El lector de código de barras.
- Pantalla táctil.
- Caja registradora.
- Impresora de ticket.
- Las balanzas.
- El visor.
- Gestión de pedidos, albaranes, facturas y medios de pago en el terminal de punto de venta.
- Las promociones con el terminal de punto de venta.
- El cobro de mercaderías con el terminal de punto de venta.
- Presupuestos a clientes.
- Pedidos de clientes.
- Albaranes a clientes.
- Facturas a clientes.
- Facturas rectificativas.
- Abonos a clientes.
- Gestión de garantías.
- Trazabilidad.
- Configuración de terminales punto de venta.
- Tickets: Cabecera. Cuerpo. Pie.
- Caja. Movimientos de caja. Cierre y arqueo. Asientos de cierre. Vuelco a disco. Importar.
- Confección de estadísticas e informes de compras, ventas y almacén.
- Generación de gráficos estadísticos.

- Otras aplicaciones ofimáticas de gestión comercial, de aprovisionamiento y de almacén para pequeños comercios.

4. Los contenidos del currículo de Castilla y León.

Los contenidos del currículo de Castilla y León correspondientes al módulo se encuentran en el DECRETO 77/2015, de 10 de diciembre, por el que se establece el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales en la Comunidad de Castilla y León.

1. Determinación de las necesidades de compra de un pequeño establecimiento comercial:

- La función logística en la empresa. Actividades que comprende.
- Los costes logísticos: costes de almacenaje, aprovisionamiento y transporte.
- El ciclo de compras. Precompra, negociación comercial y compra.
- Variables de calidad y nivel de servicio.
- Calidad total y just in time.
- Gestión de stock: stock óptimo y mínimo.
- Indicadores de necesidades de reposición en el punto de venta. Índices de cobertura, de rotación, de rotura de stock y obsolescencia.
- La previsión de ventas. Estudios sobre estimación de ventas.
- Tendencias. Ventas previstas y reales.
- Variación en la demanda. Comportamiento del consumidor ante el precio. La renta.
- Técnicas de inferencia estadística. Muestreo.
- El programa de pedidos.
- Comparación de datos de ventas mediante hoja de cálculo.

2. Realización de planes de aprovisionamiento de mercaderías:

- Centrales de compra. Distribuidores comerciales: tipos y características.
- Mayoristas y abastecimiento al por mayor. Tipos y características.
- Internet como canal de compra.
- Determinación de necesidades de compra: volumen de pedido, precio, capacidad y coste de almacenamiento, y plazo de entrega.

- Criterios de selección.
- Selección de proveedores. Documentación.
- Técnicas de negociación de las condiciones de suministro.
- Control de proveedores mediante base de datos y hoja de cálculo.

3. Tramitación de la documentación de compra de mercaderías:

- El contrato de suministro. Características.
- Pliego de condiciones de aprovisionamiento.
- Gestión administrativa de pedidos.
- Técnicas de comunicación en la tramitación de las compras.
- Órdenes de compra y pedido. Registro y archivo.
- Notas de gastos.
- Carta de portes.
- Albaranes de entrega. Registro y archivo.
- Facturas. Características. Tipos. Registro y archivo.
- Medios de pago: al contado y aplazado.
- Aplicaciones ofimáticas en la documentación de compra de mercaderías.

4. Gestión y control del proceso de recepción de pedidos:

- La recepción de pedidos. Control y registro.
- La inspección de mercaderías. Control y etiquetado.
- Incidencias en los pedidos. Registro.
- La pérdida desconocida en la cadena de suministro.
- Desembalaje de productos. Clasificación y etiquetado.
- Normativa medioambiental en el desembalaje de mercaderías.
- Aplicaciones informáticas de gestión de almacenes.

5. Comprobación de la idoneidad de la rentabilidad del surtido implantado en el establecimiento comercial:

- Indicadores de gestión de ventas: objetivos y características.
- Tipos de indicadores:
 - Índices de gestión de ventas.
 - Ratios de gestión de productos.
 - Índice de circulación.
 - Índice de atracción.
 - Índice de compra.
 - Ratio de productividad del lineal.
 - Índice de rentabilidad del lineal.
 - Ratio de beneficio del lineal.
 - Índice de rentabilidad del lineal desarrollado.
 - Rendimiento del lineal.
- Seguimiento del surtido. Concepto de surtido y tipos.
- Mejora en la gestión del stock. Análisis ABC.
- Análisis DAFO de referencias.
- Ciclo de vida del producto.
- Detección de productos obsoletos y productos poco rentables. Trazabilidad.
- Incorporación de innovaciones y novedades a la gama de productos. Nuevas tendencias. Fuentes de obtención de información: publicaciones, internet, ferias sectoriales.

6. Realización de la gestión de compraventa de un establecimiento comercial:

- Software útil para terminales punto de venta.
- Periféricos del terminal punto de venta.
- Configuración de terminales punto de venta.
- Datos necesarios para crear una empresa en el terminal punto de venta.
- Alta de almacenes, proveedores, artículos y clientes entre otros.
- Gestión de pedidos, albaranes, facturas y medios de pago en el terminal punto de venta.
- Las promociones con el terminal punto de venta.

- El cobro de mercaderías con el terminal punto de venta. Formas y proceso.
- Gestión integrada del aprovisionamiento. Determinar necesidades. Solicitud y estudio de ofertas. Pedidos. Registro de facturas.
- Presupuestos a clientes. Forma y requisitos.
- Tickets. Contenido.
- Caja. Movimientos de caja. Cierre y arqueo de caja.
- Aplicaciones ofimáticas para la confección de estadísticas e informes de compras, ventas y almacén.
- Hoja de cálculo para la generación de gráficos estadísticos.

5. Contenidos distribuidos en unidades de trabajo.

UNIDAD DE TRABAJO 1. La gestión de compras en la pequeña empresa

- La función logística en la empresa
- El ciclo de compras
- El servicio al cliente
- La calidad total y el sistema Just in Time
- Los costes logísticos

UNIDAD DE TRABAJO 2. Previsión de la demanda y gestión de stocks

- La previsión de la demanda
- La planificación de las compras
- El stock en la empresa
- Los sistemas de aprovisionamiento

UNIDAD DE TRABAJO 3. El canal de distribución

- Características del canal de distribución.
- Los intermediarios mayoristas.
- Los intermediarios minoristas.
- Internet en el canal de distribución.

UNIDAD DE TRABAJO 4. Selección de proveedores

- Introducción
- Determinación de las necesidades
- Información sobre proveedores
- Solicitud de ofertas
- La negociación con los proveedores
- Evaluación y selección de proveedores
- Solicitud del pedido y análisis del rendimiento

UNIDAD DE TRABAJO 5. El contrato de compraventa

- Los contratos de compraventa
- Los elementos del contrato.
- Obligaciones de las partes.
- El pliego de condiciones
- Los aspectos formales
- Materialización del contrato
- La extinción del contrato.
- El contrato de suministro.
- El contrato de transporte de mercancías

UNIDAD DE TRABAJO 6. Técnicas de comunicación en la tramitación de compras

- La comunicación.
- La comunicación escrita.
- La comunicación oral.
- La comunicación no verbal.
- La comunicación telemática.
-

UNIDAD DE TRABAJO 7. Los documentos relacionados con la compraventa

- El proceso documental en la compraventa.
- Los elementos comunes en los documentos de compraventa.
- La nota de pedido.
- El albarán.
- La factura.

UNIDAD DE TRABAJO 8. Medios de cobro y pago

- Los medios de cobro y de pago
- El recibo
- El cheque
- El pagaré
- La letra de cambio
- La orden de pago o transferencia bancaria
- Las tarjetas
- El recibo bancario
- Los pagos on-line
- Otros medios de pago electrónicos

UNIDAD DE TRABAJO 9. La recepción de pedidos

- Proceso de recepción de pedidos
- Incidencias en la recepción de los pedidos
- La pérdida desconocida
- El desembalaje de productos.
- Aplicaciones informáticas de gestión de almacenes

UNIDAD DE TRABAJO 10. Gestión del surtido

- Índices del surtido
- Análisis del surtido
- Modificación del surtido
- El surtido y el consumidor

UNIDAD DE TRABAJO 11. TPV y software de facturación en la gestión de la compraventa

- El terminal punto de venta.
- Software de gestión del TPV
- Gestión de los documentos de compraventa.
- Operaciones de caja.
- Informes de compras, ventas y almacén.

6. Secuenciación.

Contenidos secuenciados

1ª Evaluación	2ª Evaluación	3ª Evaluación
U.T. 1-4	U.T. 5-8	U.T. 9-11

Temporalización

UT	TITULO UNIDADES DE TRABAJO	HORAS
1	La gestión de compras en la pequeña empresa	8
2	Previsión de la demanda y gestión de stocks	10
3	El canal de distribución	8
4	Selección de proveedores	10

UT	TITULO UNIDADES DE TRABAJO	HORAS
5	El contrato de compraventa	8
6	Técnicas de comunicación en la tramitación de compras	8
7	Los documentos relacionados con la compraventa	10
8	Medios de cobro y pago	10
9	La recepción del pedido	10
10	El surtido en el establecimiento comercial	10
11	El terminal punto de venta. TPV	10
	TOTAL	102

7. Competencias profesionales, personales y sociales.

El Artículo 5 del Real Decreto 1688/2011 especifica que las competencias profesionales, personales y sociales de este título. La formación del módulo profesional contribuye a alcanzar las siguientes:

- e) Garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio, previendo las necesidades de compra para mantener el nivel de servicio que requiere la atención a la demanda de los clientes o consumidores.
- 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.

8. Objetivos generales del ciclo.

La formación del módulo profesional contribuye a alcanzar algunos de los objetivos generales del ciclo enumerados en el artículo 9 del 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. La formación del módulo profesional contribuye a alcanzar son los que aparecen en negrita:

- g) Acopiar y procesar datos de previsiones de demanda y compras a proveedores, utilizando tecnologías de la información y comunicación para garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio.
- h) Identificar y elegir los mejores proveedores y/o suministradores, negociando las ofertas y condiciones de suministro para realizar las compras necesarias que mantengan el nivel de servicio establecido en función de la demanda de los clientes o consumidores.
- 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.
- 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.

9. Actividades de enseñanza, aprendizaje/evaluación.

BLOQUE DE CONTENIDO 1: Determinación de las necesidades de compra de un pequeño establecimiento comercial	
ACTIVIDADES	UNIDADES DE TRABAJO
A 1.1. Organizar la información recogida diariamente de las ventas realizadas y las existencias de mercaderías en el almacén de la tienda, utilizando aplicaciones de gestión de pequeños establecimientos y del terminal punto de venta.	1

BLOQUE DE CONTENIDO 1: Determinación de las necesidades de compra de un pequeño establecimiento comercial

<i>ACTIVIDADES</i>	UNIDADES DE TRABAJO
A 1.2. Realizar previsiones de ventas de la tienda, analizando la información recogida y utilizando técnicas de inferencia estadística.	1
A 1.3. Determinar periodos de mayor y menor demanda comercial en función de la estacionalidad y de la evolución de la actividad comercial de la zona.	2
A 1.4. Utilizar hojas de cálculo para comparar las cifras de las ventas previstas y las reales.	2
A 1.5. Identificar las causas de las posibles desviaciones detectadas entre las cifras de las ventas previstas y las reales.	2
A 1.6. Determinar el stock óptimo y el mínimo de cada referencia de mercaderías en función de la demanda, la rotación del producto y la capacidad del almacén.	2
A 1.7. Realizar la programación de compras de mercaderías con suficiente antelación y periodicidad para asegurar el abastecimiento de la tienda.	3
A 1.8. Identificar los costes principales provocados por la rotura de stocks de una determinada referencia en el punto de venta.	3

BLOQUE DE CONTENIDO 2. Realización de planes de aprovisionamiento de mercaderías

<i>ACTIVIDADES</i>	UNIDADES DE TRABAJO
A 2.1. Establecer criterios de selección de proveedores a partir de las fuentes disponibles.	4
A 2.2. Utilizar aplicaciones ofimáticas generales, como bases de datos y hojas de cálculo, para seleccionar y/o actualizar la información de proveedores.	4
A 2.3. Solicitar ofertas a proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra mediante medios convencionales o telemáticos.	4
A 2.4. Utilizar técnicas de negociación en la solicitud de ofertas a proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra, concretando los requisitos necesarios y las condiciones del suministro de mercaderías.	4
A 2.5. Determinar la oferta más ventajosa, comparando las condiciones ofrecidas por los proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra.	4
A 2.6. Establecer un procedimiento de comunicación y tramitación de los pedidos a los proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra.	6
A 2.7. Determinar los documentos necesarios para formalizar la compra de mercaderías en los que se reflejen las condiciones acordadas y se detalle la responsabilidad de las partes.	5

BLOQUE DE CONTENIDO 3. Tramitación de la documentación de compra de mercaderías

<i>ACTIVIDADES</i>	UNIDADES DE TRABAJO
A 3.1. Determinar cuáles son los tipos de documentos utilizados en la compra y suministro de mercaderías de pequeños comercios.	7

BLOQUE DE CONTENIDO 1: Determinación de las necesidades de compra de un pequeño establecimiento comercial

<i>ACTIVIDADES</i>	UNIDADES DE TRABAJO
A 3.2. Realizar los documentos necesarios en el proceso de compra de mercaderías utilizando aplicaciones ofimáticas.	7
A 3.3. Identificar los medios de comunicación con proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra, habituales en el proceso de compra.	7
A 3.4. Interpretar facturas de proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra, comprendiendo la responsabilidad que conlleva cada cláusula incluida en ellas.	7
A 3.5. Determinar los documentos accesorios de transporte, notas de gastos en las operaciones de compras a proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra.	7
A 3.6. Conservar en soporte informático las facturas electrónicas emitidas por proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra.	7
A 3.7. Identificar los medios de pago utilizados habitualmente en las facturas de proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra	8

BLOQUE CONTENIDO 4. Gestión y control del proceso de recepción de pedidos

<i>ACTIVIDADES</i>	UNIDADES DE TRABAJO
A 4.1. Comprobar la correspondencia entre el pedido realizado y la mercancía recibida en cuanto a cantidad, plazo de entrega, calidad y precio.	9
A 4.2. Identificar las posibles incidencias en la recepción del pedido.	9
A 4.3. Establecer un procedimiento para la comunicación y resolución de incidencias con el proveedor.	9
A 4.4. Determinar las herramientas o utensilios necesarios en cada caso para el desembalaje de las mercaderías, previniendo daños o roturas.	9
A 4.5. Identificar las medidas necesarias que deben tomarse durante el desembalaje de las mercaderías para respetar la normativa vigente de carácter medioambiental.	9
A 4.6. Informatizar la recepción de mercaderías, facilitando su posterior almacenamiento y gestión del stock disponible.	9

BLOQUE DE CONTENIDO 5. Comprobación de la idoneidad de la rentabilidad del surtido implantado en el establecimiento comercial

<i>ACTIVIDADES</i>	UNIDADES DE TRABAJO
A 5.1. Calcular la rentabilidad de los productos ofertados, utilizando ratios elementales de las cifras de ventas y márgenes de beneficios	10

BLOQUE DE CONTENIDO 5. Comprobación de la idoneidad de la rentabilidad del surtido implantado en el establecimiento comercial	
<i>ACTIVIDADES</i>	UNIDADES DE TRABAJO
A 5.2. Valorar el atractivo de los productos ofertados, entrevistando o encuestando a los clientes.	10
A 5.3. Sistematizar la información obtenida sobre nuevas tendencias e innovaciones de productos, acudiendo a ferias sectoriales y consultando publicaciones especializadas, fuentes online y otras fuentes.	10
A 5.4. Elaborar un plan de revisión de productos caducados o con riesgo de obsolescencia, analizando las ventas del periodo y la satisfacción de los clientes.	10
A 5.5. Elaborar un plan de liquidación de productos, estableciendo las acciones necesarias y los plazos de ejecución.	10
A 5.6. Obtener información comercial dentro de la zona de influencia del comercio de los productos ofertados por la competencia, comparándolos con la propia oferta.	10
A 5.7. Establecer criterios de incorporación de nuevos productos al surtido, valorando la rentabilidad ofertada y su complementariedad.	10

BLOQUE DE CONTENIDO 6. Realización de la gestión de compraventa de un establecimiento comercial	
<i>ACTIVIDADES</i>	UNIDADES DE TRABAJO
A 6.1. Instalar el software adecuado en el terminal punto de venta para gestionar las operaciones comerciales de un pequeño establecimiento.	11
A 6.2. Crear una empresa nueva en el terminal punto de venta, configurando todos los parámetros requeridos para su normal funcionamiento.	11
A 6.3. Dar de alta almacenes, proveedores, artículos y clientes entre otros, introduciendo los datos requeridos en cada caso.	11
A 6.4. Configurar los periféricos del terminal punto de venta, disponiéndolos de forma ergonómica en el puesto de trabajo.	11
A 6.5. Realizar compras a proveedores siguiendo el proceso completo desde el pedido hasta la contabilización de la factura.	11
A 6.6. Diseñar promociones de mercaderías recogidas en el terminal punto de venta.	11
A 6.7. Realizar tareas de cobro de mercaderías a través del terminal punto de venta	11
A 6.8. Hacer modificaciones en los precios, en las cualidades de los productos, en el ticket y en las facturas emitidas originalmente configuradas.	11

10. Orientaciones pedagógicas y metodología.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones de aprovisionar mercaderías en el establecimiento comercial, gestionando el proceso de compras y satisfaciendo el nivel de servicio al cliente establecido.

La función de aprovisionar mercaderías en el establecimiento comercial incluye aspectos como:

- Calcular las estimaciones de ventas futuras.
- Realizar las compras de mercaderías programadas.
- Clasificar y elegir las ofertas de proveedores.
- Realizar contratos de compra o suministro de mercaderías.
- Realizar la comprobación e inspección de mercancías compradas.
- Gestionar las incidencias del aprovisionamiento.
- Detectar productos nuevos y obsoletos del mercado.
- Calcular índices de gestión del establecimiento comercial.
- Realizar planes de liquidación de productos.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- La gestión de compras en empresas de distribución mayoristas, centrales de compras de grandes y medianas superficies y en pequeños establecimientos comerciales.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo profesional versarán sobre:

- Determinar las necesidades de compra de un pequeño establecimiento comercial.
- Programar las compras de mercaderías, seleccionando los proveedores adecuados.
- Gestionar y archivar la documentación generada en el proceso de compra o suministro de mercaderías.
- Gestionar la recepción de pedidos de mercaderías.
- Utilizar el terminal punto de venta para mejorar la gestión comercial del pequeño establecimiento comercial

11. Coordinación con otros módulos profesionales.

El módulo Gestión de compras (1229) por su relación sería aconsejable la coordinación con los siguientes módulos:

- 1227. Gestión de un pequeño comercio.
- 1232. Procesos de venta.
- 1233. Aplicaciones informáticas para el comercio.
- 1234. Servicios de atención comercial.

12. Criterios de evaluación y calificación en evaluación continua.

La evaluación tendrá un carácter continuo por lo que se realizará a lo largo de todo el proceso formativo del alumno, lo que permitirá guiar al alumno en dicho proceso, detectar errores en la adquisición de habilidades y destrezas, y recuperar aquellos aspectos en los que se detecten deficiencias, de tal manera que se alcancen los objetivos previstos.

Los alumnos que no asistan regularmente a las clases y pierdan la evaluación continua serán evaluados de acuerdo con el procedimiento descrito posteriormente (Se entiende que no asisten regularmente a clase los alumnos que falten a clase un 15% de las horas lectivas de la materia).

A lo largo del proceso formativo, se contemplan tres momentos de evaluación: evaluación inicial, evaluación formativa y evaluación final.

La evaluación inicial proporciona información de partida del alumno con la finalidad de orientar la intervención educativa adecuadamente, de forma que el proceso de enseñanza/aprendizaje pueda adquirir el carácter de individualización que se requiera en cada caso. En la evaluación inicial se utilizarán instrumentos tales como entrevistas, cuestionarios, observación directa, etc. para conocer al alumno (capacidades y habilidades, técnicas de trabajo, motivaciones e intereses).

La evaluación formativa se realiza a lo largo del propio proceso de enseñanza aprendizaje. Aquí se evaluarán aspectos tales como: el progreso de cada alumno, la consecución de los resultados de aprendizaje y las dificultades halladas en el aprendizaje de los diferentes tipos de contenidos.

La evaluación final representa el resultado del seguimiento y evaluación de todo el proceso formativo en el que se valorará la evolución positiva en el desarrollo personal y la consecución de los resultados de aprendizaje asistidos por los criterios de evaluación.

Instrumentos de evaluación:

- Observación sistemática
- Ejercicios prácticos
- Pruebas orales
- Pruebas escritas

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

La nota trimestral de cada evaluación estará formada por la valoración de los siguientes apartados:

- Prueba de evaluación:** comprenderá toda la materia impartida en la misma. En alguna evaluación el profesor puede plantear la opción de exámenes parciales. En este caso, la nota de la prueba de evaluación será una media aritmética o ponderada de las notas de los parciales, según se comunique previamente y en la propia prueba en función de número e importancia de las unidades de trabajo de cada parcial.
- Actividades prácticas:** Trabajos en clase/casa por el alumno sobre un tema, comentario de artículos, realización de actividades/ejercicios, preguntas en clase, tests de repaso con ayuda del libro o apuntes, exposiciones orales, etc. Cuando se encargue la realización de ejercicios o actividades, el profesor podrá pedir la entrega de estos a todos o a parte de los alumnos, o bien la resolución en clase a quien se indique. La ponderación de cada nota en el conjunto de este apartado figurará en la propia actividad y dependerá de cada evaluación y de las actividades que se soliciten.

La nota de la evaluación será el resultado de realizar la siguiente media ponderada:

Criterios de calificación	% de calificación
a) Pruebas escritas de evaluación	70%
b) Actividades prácticas	30%

Es requisito para aprobar una evaluación obtener un mínimo de 5 puntos como resultado de la ponderación descrita de las partes a) y b). No se hará media con exámenes, trabajos o exposiciones orales suspensas (con una nota inferior a 5).

Dado que las notas de evaluación no permiten números decimales, y éstos se pueden producir como consecuencia de la aplicación del cálculo anterior, la calificación de la evaluación se hará por redondeo. Si el primer decimal es 4 o inferior se redondea a la baja y si es 5 o superior al alza. Esta regla tiene dos excepciones: la franja entre 4 y 5 puntos redondeará siempre a 4 y las notas inferiores a 1 punto se redondearán a 1.

La realización de trampas en las pruebas objetivas originará un suspenso directo en la evaluación del módulo en dicho trimestre o prueba de evaluación final de que se trate.

FALTA DE ASISTENCIA A EXÁMENES

En caso de que un alumno falte a la realización de una prueba global de evaluación o de recuperación, el profesor podrá plantear la realización de otra prueba en día posterior si, a su juicio, hay plazo para ello (es decir, si no ha pasado la fecha de evaluación) y siempre que el alumno haya faltado por causas de fuerza mayor, debidamente certificadas con justificante médico o de organismo oficial. No será válido cualquier otro justificante (de padres, empresas, del alumno, etc). En caso de no presentar un justificante médico o de organismo oficial, la prueba constará como no realizada y computará con una nota de 0 para la obtención de la nota de evaluación.

RECLAMACIONES A LAS NOTAS DE LA EVALUACIÓN TRIMESTRAL

El profesor explicará a cada alumno el cálculo efectuado y las notas de los distintos apartados que se utilizan para obtener las calificaciones de la evaluación trimestral.

Una vez entregado el boletín de notas de la primera evaluación, los alumnos podrán solicitar, en los 2 días lectivos posteriores, las aclaraciones que estimen oportunas. Estas aclaraciones podrán presentarse directamente al profesor de forma verbal o por escrito registrado en la secretaría del centro. Serán atendidas de la misma forma a su presentación en los siguientes 5 días lectivos a su presentación.

NOTA FINAL DEL MÓDULO

La nota final del módulo será positiva, cuando el alumno tenga superadas las tres evaluaciones. Se hará media aritmética entre las notas definitivas de cada evaluación, sí y solo sí, cada una de éstas son iguales o mayores a 5.

RECLAMACIONES A LAS NOTAS DE LAS EVALUACIONES FINALES

Si la reclamación corresponde a las calificaciones de las evaluaciones finales, el procedimiento será el establecido en el artículo 25.2 y 25.3 de la Orden EDU/2169/2008, de 15 de diciembre por el que se regula el proceso de evaluación y la acreditación académica de los alumnos que cursen enseñanzas de formación profesional inicial en la Comunidad de Castilla y León.

13. Criterios de recuperación en evaluación continua.

El alumno tendrá una prueba de recuperación seguidamente a la primera evaluación.

- a) Si en la evaluación suspensa el alumno obtuvo menos del 50% en la calificación del apartado b), será el 100% de la nota el examen de recuperación.
- b) Si en la evaluación suspensa el alumno obtuvo más del 50% en la calificación de los apartados b) y c), la nota de recuperación se compondrá de los siguientes apartados: 70% examen de recuperación, 30% las actividades prácticas.

En ambos casos será necesario obtener un 5 para recuperar la evaluación.

El examen final de marzo (primera evaluación final) incluirá las evaluaciones que el alumno haya suspendido durante el curso (con una prueba escrita a cada alumno que supondrá el 100% de la nota de la evaluación o evaluaciones pendientes).

En caso de no superar el examen final de marzo, el alumno deberá presentarse a la convocatoria de junio (segunda evaluación final) con la totalidad de la materia. En esta convocatoria su evaluación consistirá en la realización de una prueba escrita (100% de la nota final) que incluirá todos los contenidos del módulo y tomará como referencia los criterios de evaluación. En ella se especificarán claramente los criterios de calificación. La calificación deberá ser 5 puntos o superior para aprobar el módulo.

14. Pérdida del derecho a evaluación continua y procedimiento a seguir para evaluar a estos alumnos.

El alumno que falte a 20 horas lectivas (15% de 132 horas=19.8) pierde el derecho a la evaluación continua. Esta situación implica que el profesor no tiene elementos de juicio suficientes para valorar los contenidos del módulo en su conjunto, es decir no hay una continuidad en la evaluación.

Serán evaluados de la siguiente forma:

La evaluación del alumnado que ha perdido la evaluación continua consistirá en la realización de una prueba escrita (100% de la nota final) que incluirá todos los contenidos del módulo y tomará como referencia los criterios de evaluación. En ella se especificarán claramente los criterios de calificación. La calificación deberá ser 5 puntos o superior para aprobar el módulo. El profesor se reserva el derecho a exigir la presentación de algún trabajo sobre los contenidos del módulo si así lo considera.

En caso de que el alumno sea sorprendido utilizando recursos no permitidos en esta prueba obtendrá un cero y, por lo tanto, no podrá superar la convocatoria.

La nota final se redondeará de la siguiente manera: los decimales inferiores a 0,50 se redondearán al entero más bajo. Los superiores o iguales a 0,50 al entero más alto. Esta regla tiene dos excepciones: la franja entre 4 y 5 se redondeará siempre a 4 y las notas inferiores a 1 se redondearán a 1.

En caso de no obtener una calificación de 5 puntos o superior, el alumno **deberá presentarse a la convocatoria de septiembre con la totalidad de la materia**. En esta convocatoria su evaluación consistirá en la realización de una prueba escrita (100% de la nota final) que incluirá todos los contenidos del módulo y tomará como referencia los criterios de evaluación. En ella se especificarán claramente los criterios de calificación. La calificación deberá ser 5 puntos o superior para aprobar el módulo.

La pérdida de evaluación continua no supone la prohibición de asistir a clase, realizar actividades y tareas o presentarse a los exámenes parciales o de evaluación. El profesor, de hecho, recomienda asistir a clase y participar en todo al ritmo normal del grupo (trabajos, actividades, exámenes) pues todo ello ayudará a ir preparando la materia.

15. Recursos didácticos y organizativos.

Se utilizará como manual el libro de texto “Gestión de compras” de Joan Escrivá Monzó, Vicent Savall Llidó y Alicia Martínez García de la editorial Mc Graw Hill

Se trabajará con presentaciones, videos didácticos, fuentes, recursos y aplicaciones web

especializados. Se precisará una calculadora Científica.

Para el desarrollo de las clases se usarán modelos e impresos oficiales: contratos, pedidos, recibos, albaranes, facturas, etc.

Todos los alumnos deberán poder acceder a la cuenta institucional de la Junta de Castilla y León. Será la vía de comunicación, junto con la plataforma TEAMS, con el profesor, así como el medio de entrega de los trabajos y prácticas.

16. Uso de las TIC'S en el aula.

La integración de las TICS en el Currículo, recogida en la Ley Orgánica de Educación de 2006, no solamente se plasma en el desarrollo del propio currículo, al hablar de las competencias básicas (Competencias para el Tratamiento de la Información y Competencia Digital), sino que también parece como un elemento más a desarrollar cuando se elaboren las Programaciones Didácticas.

Las programaciones didácticas, al menos, incluirán las estrategias de incorporación de las tecnologías de la información y la comunicación, en el trabajo de aula. Es por ello que resulta necesario seleccionar y secuenciar las competencias digitales que vamos a desarrollar en los alumnos en las diferentes áreas. Para lo cual podemos integrar las TIC'S en el currículo, algunos ejemplos de aplicaciones del uso de las TIC'S que se pueden realizar en el módulo en el aula:

1. Búsqueda y selección de información a través de internet
2. Lectura de páginas Web oficiales de los organismos relacionados con la materia
3. Lectura de prensa y revistas on-line especializadas en el sector.
4. Búsqueda en bases de datos de la normativa aplicable al sector.
5. Realización de trabajos con procesador de textos y presentaciones como Canva, Genially o similar
6. Realización de cálculos (Excel) y gráficos estadísticos
7. Visionado de videos en YouTube
8. Web del Centro
9. Utilización de la plataforma Moodle y/o Teams para la realización de tareas, comunicación alumno/profesor y viceversa, alojamiento de materiales relacionados con el módulo (artículos, videos, apuntes...) y realización de cuestionarios y/o exámenes.

17. Actividades complementarias y extraescolares.

Se participará en actividades que se consideren interesantes y relacionadas con el contenido del módulo que sean organizadas por el departamento y el centro.

18. Medidas de atención a la diversidad.

Cuando el ciclo formativo vaya a ser cursado por alumnado con necesidades educativas especiales o con algún tipo de discapacidad se adjuntarán las medidas de atención a la diversidad para el alumnado que las precisen, teniendo en cuenta los informes de evaluación psicopedagógica, así como los procesos de evaluación adecuados a las adaptaciones metodológicas, incluyendo la adaptación de los criterios y los procedimientos de evaluación que garanticen su accesibilidad a las pruebas de evaluación.

19. Actividades evaluación y recuperación de los alumnos con materias pendientes de cursos anteriores.

El profesor convocará a los alumnos durante el mes de octubre con el fin de informarles de las fechas de realización de las correspondientes pruebas de evaluación, de la distribución de contenidos y el procedimiento de evaluación establecido, así como para suministrarles cuanta información o asesoramiento precisen.

La prueba consistirá en realizar un trabajo que consiste en resumir en una extensión máxima de 1 cara cada unidad del libro “Gestión de compras” de McGrawHill, incorporando a cada unidad una reflexión que puede ir entre 5 líneas y una cara. Al final del resumen y reflexión de todas las unidades el alumno debe elaborar una reflexión final sobre la importancia de la materia en su futuro profesional. El trabajo de presentarse en el formato que se le indique al alumno y en la fecha indicada.

20. Actividades de recuperación y evaluación de los alumnos en la segunda evaluación final.

La segunda sesión de evaluación final del primer curso se celebrará en función de las fechas que se establezcan por la Consejería siendo, como cada año, en septiembre.

En esta convocatoria su evaluación consistirá en la realización de una prueba escrita (100% de la nota final) que incluirá todos los contenidos del módulo y tomará como referencia los criterios de evaluación. En ella se especificarán claramente los criterios de calificación. La calificación deberá ser 5 puntos o superior para aprobar el módulo.

En caso de que el alumno sea sorprendido utilizando recursos no permitidos en esta prueba obtendrá un cero y, por lo tanto, no podrá superar la convocatoria.

La nota final se redondeará de la siguiente manera: los decimales inferiores a 0,50 se redondearán al entero más bajo. Los superiores o iguales a 0,50 al entero más alto. Esta regla tiene dos excepciones: la franja entre 4 y 5 se redondeará siempre a 4 y las notas inferiores a 1 se redondearán a 1.

21. Evaluación de los procesos de enseñanza y de la acción docente.

EVALUACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN

La programación y la planificación de las unidades didácticas serán evaluadas por el propio docente. Se evaluarán en tres momentos:

- a) Evaluación inicial: Cuando se elaboran o revisan a principio de curso
- b) Evaluación formativa: Se evalúa su adecuación a lo largo del curso
- c) Evaluación final: Concluido el curso, se realiza una revisión de esta.

La programación se revisará en relación con su cumplimiento, especialmente en lo que atañe a la temporalización de los contenidos.

Con posterioridad a cada unidad didáctica y evaluación se valorarán, los resultados académicos obtenidos por los alumnos del grupo, así como la correcta aplicación de los instrumentos o procedimientos y de los criterios de evaluación.

Igualmente se valorarán los posibles desajustes que se puedan producir o las dificultades encontradas en la puesta en práctica de lo que aquí se contempla con el fin de proceder a su corrección.

EVALUACIÓN DE LA PRÁCTICA DOCENTE

El profesor evaluará su propia práctica educativa diaria, en función del logro por parte de los alumnos de los objetivos del módulo. Para ello revisaré a lo largo del curso aquellos procedimientos y aspectos metodológicos que están funcionando y los que no se adecuarán y ajustarán sobre la marcha a la práctica educativa. Tomaré nota de todos estos aspectos, reflexionaré sobre ellos y los incorporaré o modificaré posteriormente en mi programación didáctica de años posteriores.

Al menos una vez a lo largo del curso lectivo se realizará una evaluación del profesor del módulo por parte de los alumnos, que participarán de forma voluntaria y anónima con el ánimo de mejorar la calidad de la enseñanza.

22. FORMACIÓN EN EMPRESAS

Conforme a la nueva Ley Orgánica 3/2022 de 31 de marzo, de ordenación e Integración de la Formación Profesional, el alumnado realizará 90 horas de prácticas en las empresas, donde se podrán ampliar y consolidar cualquiera de los resultados de aprendizaje del módulo, impartidos en su totalidad, inicial y principalmente en el aula.

Algunos de los resultados de aprendizaje más genéricos a los centros de trabajo para este módulo podrían ser:

R.A.3. Tramita la documentación de compra de mercaderías, realizando pedidos, controlando albaranes y haciendo efectivas facturas según los procedimientos seguidos habitualmente con proveedores o centrales de compra.

R.A. 4. Gestiona y controla el proceso de recepción de pedidos, verificándolos de acuerdo con los criterios comerciales establecidos con los proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra.

<i>Código</i>	1227
<i>Módulo profesional</i>	GESTIÓN DE UN PEQUEÑO COMERCIO
<i>Curso</i>	1º Ciclo de Grado Medio Actividades Comerciales
<i>Duración total del módulo profesional</i>	168
<i>Asociado a unidad de competencia</i>	Sí
<i>Horas semanales</i>	8
<i>Profesor</i>	María Elena Diez Tejerina
<i>Curso académico</i>	2024/2025
<i>I.E.S.</i>	León Felipe, Benavente (Zamora)

Índice

1. Introducción
2. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.
3. Contenidos básicos.
4. Contenidos del currículo de Castilla y León.
5. Contenidos distribuidos en unidades de trabajo.
6. Secuenciación.
7. Competencias profesionales, personales y sociales.
8. Objetivos generales del Ciclo.
9. Actividades de enseñanza, aprendizaje/evaluación.
10. Orientaciones pedagógicas y metodología.
11. Criterios de recuperación en evaluación continua.
12. Pérdida del derecho a evaluación continua y procedimiento a seguir para evaluar a estos alumnos.
13. Recursos didácticos y organizativos.
14. Uso de las TIC'S en el aula.
15. Actividades complementarias y extraescolares.
16. Medidas de atención a la diversidad.
17. Actividades evaluación y recuperación de los alumnos con materias pendientes de cursos anteriores.
18. Actividades de evaluación y recuperación de los alumnos en la segunda convocatoria final del curso.
19. Evaluación de los procesos de enseñanza y de la acción docente.
20. Plan de contingencia en caso de confinamiento.

1. Introducción

Esta programación del módulo Gestión del Pequeño Comercio se debe considerar lo suficientemente abierta y flexible para que el profesor responsable del módulo pueda introducir los cambios que estime necesarios para dar respuesta a las diferentes capacidades para aprender, a las diferentes motivaciones e intereses y a los diferentes estilos de aprendizaje de los alumnos.

2. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

Se consideran los resultados de aprendizaje como la expresión de los resultados que deben ser alcanzados por los alumnos en el proceso de enseñanza-aprendizaje, y los criterios de evaluación como referencia del nivel aceptable de esos resultados.

De acuerdo a la nueva Ley Orgánica 3/2022 de 31 de marzo, de Ordenación e Integración de la Formación Profesional, y adaptado a los requisitos de Castilla y León, los resultados de aprendizaje que a continuación se desarrollan, serán impartidos inicial y principalmente en el centro educativo, siendo, estos mismos, ampliados y consolidados en las prácticas que cada alumno realice en las empresas de destino para su formación en centros de trabajo.

*Y, concretamente, durante las prácticas el alumno reforzará el **RA.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.***

RA 1. RESULTADO DE APRENDIZAJE: Obtención de información sobre iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de una pequeña empresa.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UNIDADES DE TRABAJO
CE 1.1. La empresa: concepto y elementos. Funciones básicas.	1
CE 1.2. La empresa y el empresario. Clasificación de las empresas atendiendo a distintos criterios.	1
CE 1.3. El entorno de la empresa: microentorno y macroentorno. Localización, ubicación y dimensiones de la empresa.	1
CE 1.4. Características de las PYMES. Factores claves de los emprendedores: iniciativa, creatividad y formación. La iniciativa emprendedora como fuente de creación de empleo.	1
CE 1.5. El plan de empresa: la idea de negocio. Análisis del entorno general y específico de una empresa.	1
CE 1.6. Relaciones de la pyme y su entorno. Relaciones de la pyme con el conjunto de la sociedad.	1
CE 1.7. Instituciones y organismos competentes en comercio interior. Características del pequeño comercio de proximidad. Ventajas e inconvenientes frente a las grandes superficies y otras formas de distribución.	1
CE 1.8. Organismos y entidades públicas y privadas que proporcionan información y orientación a pequeños comercios. Viveros de empresas.	1

RA 2. RESULTADO DE APRENDIZAJE: Determinación de la forma jurídica de la empresa y los trámites para su creación y puesta en marcha.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UNIDADES DE TRABAJO

RA 2. RESULTADO DE APRENDIZAJE: Determinación de la forma jurídica de la empresa y los trámites para su creación y puesta en marcha.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UNIDADES DE TRABAJO
CE 2.1. La empresa individual. Responsabilidad jurídica y obligaciones formales. La sociedad mercantil. Tipos de sociedades.	2
CE 2.2. Sociedad anónima. Concepto y características. Requisitos y órganos de gestión. Sociedad de Responsabilidad Limitada. Concepto y características. Requisitos y órganos de gestión.	2
CE 2.3. Sociedades laborales: anónima y limitada. Concepto y características. Requisitos y órganos de gestión. Otras sociedades mercantiles: sociedad colectiva y sociedad comanditaria.	2
CE 2.4. Sociedades cooperativas. Concepto y características. Requisitos. Órganos de gestión, Sociedades civiles y comunidades de bienes.	2
CE 2.5. Selección de la forma jurídica adecuada para un pequeño comercio. Constitución de la empresa: requisitos y obligaciones formales.	2
CE 2.6. Trámites que se deben realizar para la puesta en marcha de la empresa. Trámites administrativos y jurídicos. Autorizaciones y licencias que se requieren para la apertura y puesta en marcha del comercio. Organismo dónde se tramitan. La ventanilla única empresarial.	2
CE 2.7. Obligaciones fiscales y laborales de la empresa derivadas del ejercicio de la actividad económica. Subvenciones oficiales y ayudas para la constitución y apertura de la empresa.	2
CE 2.8. Utilización de aplicaciones informáticas para realizar los documentos.	2

RA 3. RESULTADO DE APRENDIZAJE: Elaboración de un proyecto de creación de un pequeño comercio.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UNIDADES DE TRABAJO
CE 3.1. Análisis del macroentorno de la empresa: socioeconómico, demográfico, cultural, tecnológico, medioambiental y político-legal. Análisis del mercado y el entorno comercial. Localización, accesibilidad y proximidad al cliente, zona de influencia, perfil de los clientes y competencia.	3,4
CE 3.2. Métodos y técnicas para seleccionar la ubicación del local comercial. Análisis interno y externo de la empresa. Análisis DAFO..	3,4
CE 3.3. Estudio del consumidor/cliente. Características del cliente, motivaciones y hábitos de compra. Definición de las características de la tienda.	3,4
CE 3.4. Definición de la oferta comercial o surtido de productos. Variables que hay que tener en cuenta para su determinación Precios de venta de los productos: lista de precios de venta al público.	3,4
CE 3.5. Gestión de personal: selección, contratación y coste. La función financiera en la empresa: tipos y fuente de financiación.	3,4
CE 3.6. Incorporación de las tecnologías de la información y comunicación.	3,4
CE 3.7. Venta on-line.	3,4
CE 3.8. 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	3,4

RA 3. RESULTADO DE APRENDIZAJE: Elaboración de un proyecto de creación de un pequeño comercio.

<i>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</i>	UNIDADES DE TRABAJO
económica-financiera del comercio.	

RA 4. RESULTADO DE APRENDIZAJE: Elaboración de un plan de inversiones básico.

<i>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</i>	UNIDADES DE TRABAJO
CE 4.1. Estructura económica y financiera de la empresa. Fuentes de financiación propia y ajena, interna y externa.	5
CE 4.2. Determinación de las necesidades de inversión para la apertura de la tienda. Subvenciones oficiales y ayudas financieras a la actividad pyme.	5
CE 4.3. Decisión de compra o alquiler del local y otros activos. Búsqueda de suministradores y solicitud de ofertas y presupuestos.	5
CE 4.4. Presupuestos y condiciones de compra y/o alquiler: leasing y renting. Análisis de la opción más rentable: comprar y alquilar. Selección del suministrador más conveniente: equipos e instalaciones de la tienda.	5
CE 4.5. Financiación a largo plazo: préstamos, leasing, renting y otras formas de financiación. Intereses, comisiones y otros gastos. Financiación a corto plazo: créditos comerciales y aplazamientos de pago, créditos bancarios, negociación de efectos comerciales. Intereses y gastos.	5
CE 4.6. Cálculo de los costes financieros. Análisis de la financiación más rentable teniendo en cuenta costes, requisitos y garantías.	5
CE 4.7. Pólizas de seguros adecuadas a las contingencias y exigencias legales de la actividad comercial.	5
CE 4.8. Utilización de aplicaciones informáticas para los distintos cálculos.	5

RA 5. RESULTADO DE APRENDIZAJE: Planificación de la gestión económica y la tesorería del pequeño comercio.

<i>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</i>	UNIDADES DE TRABAJO
CE 5.1. Previsión de la demanda, de ingresos y gastos.	6,7
CE 5.2. Elaboración de presupuestos. Presupuesto de Tesorería. Fijación de los precios de venta atendiendo a distintos criterios.	6,7
CE 5.3. Cálculo de los precios de venta en función de costes y margen comercial, entre otros. Costes fijos y costes variables. Cálculo del punto muerto o umbral de rentabilidad.	6,7
CE 5.4. Evaluación de inversiones y cálculo de la rentabilidad. Período medio de maduración.	6,7
CE 5.5. Técnicas de control de flujos de tesorería y liquidez. Cash-flow. Calendario de cobros y pagos: ajustes y desajustes de liquidez.	6,7
CE 5.6. Seguimiento y control de cobros y pagos: gestión de impagados, reclamaciones y renegociación de las condiciones de pago. Análisis de la información contable y económico-financiera de la empresa	6,7
CE 5.7. Análisis de la viabilidad y sostenibilidad económico-financiera de la empresa. Cálculo e interpretación de ratios económico-financieros básicos: rentabilidad, liquidez,	6,7

RA 5. RESULTADO DE APRENDIZAJE: Planificación de la gestión económica y la tesorería del pequeño comercio.

<i>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</i>	UNIDADES DE TRABAJO
solvencia y endeudamiento.	
CE 5.8. Utilización de aplicaciones informáticas.	6,7

RA 6. Gestión de la documentación comercial de cobro y pago.

<i>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</i>	UNIDADES DE TRABAJO
CE 6.1. Facturación de las ventas: características, requisitos legales y tipos de facturas. Cumplimentación y expedición de facturas comerciales.	8
CE 6.2. 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. Registro y conservación de facturas según la normativa mercantil y fiscal. Facturas recibidas y emitidas.	8
CE 6.3. Utilización del ticket como documento sustituto de la factura.	8
CE 6.4. Medios y documentos de pago y cobro: cheque, transferencia bancaria, recibo normalizado, letra de cambio y pagaré, y medios de pago electrónicos.	8
CE 6.5. Gestión de cobro de efectos comerciales.	8
CE 6.6. Negociación y descuento de efectos comerciales.	8
CE 6.7. Cálculo de los costes de negociación de efectos comerciales.	8
CE 6.8. Gestión de impagados. Registro y seguimientos de los efectos comerciales: a cobrar y a pagar.	8

RA 7. RESULTADO DE APRENDIZAJE: Planificación de la gestión económica y la tesorería del pequeño comercio.

<i>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</i>	UNIDADES DE TRABAJO
CE 7.1. Gestión laboral en el pequeño comercio. Altas y Bajas de los trabajadores, nóminas y boletines de cotización a la Seguridad Social. Régimen de cotización a la Seguridad Social de trabajadores autónomos.	9
CE 7.2. La contabilidad de la empresa. Objetivos. Obligaciones contables. El patrimonio de la empresa. El balance.	9
CE 7.3. Las cuentas. Terminología, funcionamiento y estructura. Conceptos de inversión, gasto y pago, ingreso y cobro.	9
CE 7.4. Los libros contables y de registro. Libros obligatorios y voluntarios. El Plan General de Contabilidad para las pymes. Registro de las operaciones. El ciclo contable.	9
CE 7.5. El resultado del ejercicio. Resultado contable y resultado fiscal. Las cuentas anuales: el balance, la cuenta de pérdidas y ganancias, estado de cambios en el patrimonio neto, estado de flujos de efectivo, la memoria.	9
CE 7.6. El sistema tributario español. Impuestos directos e indirectos. Obligaciones fiscales del pequeño comercio. El calendario fiscal. Gestión del Impuesto sobre el Valor	9

RA 7. RESULTADO DE APRENDIZAJE: Planificación de la gestión económica y la tesorería del pequeño comercio.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UNIDADES DE TRABAJO
Añadido (IVA). Elementos. Regímenes de tributación: general y especiales.	
CE 7.7. Declaración-liquidación del IVA. IVA devengado e IVA deducible. El IRPF. Elementos. Modalidades de tributación. El Impuesto de Sociedades.	9
CE 7.8. Otros impuestos y tributos que afectan al pequeño comercio: tasas municipales. Manejo de un paquete integrado de gestión comercial y contable	9

RA 8. Elaboración de un plan para la implantación de un servicio de calidad y proximidad.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UNIDADES DE TRABAJO
CE 8.1. Características del servicio de calidad en un pequeño comercio. Normas de calidad y códigos de buenas prácticas en pequeños comercios.	10,11
CE 8.2. Estrategias de calidad en la atención a los clientes en pequeños comercios. Servicios adicionales a la venta en pequeños establecimientos.	10,11
CE 8.3. Instrumentos para medir la calidad. Normativa de ámbito nacional, autonómico y local que afecta al comercio al por menor.	10,11
CE 8.4. Herramientas informáticas de gestión de las relaciones con los clientes.	10,11
CE 8.5. Plan de Gestión de incidencias, quejas y reclamaciones en el comercio.	10,11
CE 8.6. Instrumentos para medir el grado de satisfacción de los clientes.	10,11
CE 8.7. Normativa de protección del consumidor aplicada a pequeños comercios: juntas arbitrales de consumo. Resolución. Arbitraje.	10,11
CE .8. Plan de calidad del pequeño comercio.	10,11

Son criterios de evaluación de especial interés para la adquisición de los resultados de aprendizaje los siguientes: CE 1.3, CE 1.5, CE2.1, CE2.3, CE2.4, CE2.6, CE3.1, CE3.2, CE3.6, CE3.7, CE4.1, CE4.2, CE4.1, CE4.4, CE5.1, CE5.5, CE5.6, CE5.7, CE5.8., CE 6.1, CE6.2, CE 6.5; CE 7.3, CE 7.4, CE 7.5, CE 7.6, CE 8.1, CE 8.3, CE 8.5 y CE 8.6.

3. Contenidos básicos.

Esta programación corresponde al módulo de Gestión del pequeño comercio. El desarrollo se fundamenta en el Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, que establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y fija sus enseñanzas mínimas.

Contenidos básicos:

- Obtención de información sobre iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de una pequeña empresa.
- Determinación de la forma jurídica de la empresa.
- Elaboración de un proyecto de creación de un pequeño comercio.

- Elaboración de un plan de inversiones básico.
- Planificación de la gestión económica y la tesorería del pequeño comercio.
- Gestión de la documentación comercial y de cobro y pago.
- Gestión del proceso administrativo, contable y fiscal de la empresa.
- Elaboración de un plan para la implantación de un servicio de calidad y proximidad.

4. Los contenidos del currículo de Castilla y León.

Por otro lado, cada comunidad autónoma redacta el currículo correspondiente a cada Título profesional, y al que, una vez aprobado, debe ajustarse la programación de los módulos que se imparten en su ámbito territorial. En este sentido, el artículo 8 del Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, dispone que las Administraciones educativas establecerán los currículos correspondientes respetando lo en él dispuesto y en las normas que regulen las diferentes enseñanzas de formación profesional. En la CCAA de Castilla y León, el DECRETO 77/2015, de 10 de diciembre, establece el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales en la Comunidad de Castilla y León.

En la presente programación se han utilizado los resultados de aprendizaje establecidos en la normativa anterior, dado que la nueva legislación recogida en el Proyecto de Decreto por el que se establece el currículo de los Ciclos Formativos de Grado Medio, correspondiente a la oferta de Grado D y Nivel 2 del Sistema de Formación Profesional, conducentes a la obtención del título de Técnico en Actividades Comerciales en la Comunidad de Castilla y León, no introduce modificaciones sustanciales en los resultados de aprendizaje respecto a la normativa previa.

No obstante, esta programación se ajusta a la legislación vigente, recogida en:

- *Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de Ordenación e Integración de la Formación Profesional.*
- *Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional.*
- *Proyecto de Decreto xx/2024, por el que se establece el currículo del Ciclo Formativo de Grado Medio en Actividades Comerciales en Castilla y León.*

Asimismo, se tendrá en cuenta cualquier actualización normativa que pudiera afectar al desarrollo y organización de los módulos durante el curso académico.

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

- La empresa: concepto y elementos de la empresa.
- Funciones básicas de la empresa.
- La empresa y el empresario.
- Clasificación de las empresas atendiendo a distintos criterios.
- El entorno: microentorno y macroentorno.
- Localización, ubicación y dimensión de la empresa.

- Características de las pymes.
- Factores claves de los emprendedores: iniciativa, creatividad y formación.
- El plan de empresa: la idea de negocio.
- Análisis del entorno general y específico de una pequeña empresa.
- Relaciones de la pyme con su entorno.
- Relaciones de la pyme con el conjunto de la sociedad.
- Instituciones y organismos competentes en comercio interior.
- Características del pequeño comercio de proximidad.
- Organismos y entidades públicas y privadas que proporcionan información y orientación a pequeños comercios.

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

- La empresa individual. Responsabilidad jurídica y obligaciones formales.
- La sociedad mercantil. Tipos de sociedades.
- Sociedad anónima.
- Sociedad de responsabilidad limitada.
- Sociedades laborales: anónima y limitada.
- Otras sociedades mercantiles.
- Sociedades cooperativas.
- Sociedades civiles y comunidades de bienes.
- Selección de la forma jurídica adecuada para un pequeño comercio.
- Constitución de la empresa: requisitos y obligaciones formales.
- Trámites que se deben realizar para la puesta en marcha de la empresa.
- La ventanilla única empresarial.
- Obligaciones fiscales y laborales de la empresa.
- Subvenciones oficiales y ayudas para la constitución y apertura de la empresa.
- Utilización de aplicaciones informáticas para realizar documentos.

3. Elaboración de un proyecto de creación de un pequeño comercio

- Análisis del macroentorno de la empresa.
- Análisis del mercado y el entorno comercial. Localización, accesibilidad y proximidad al cliente, zona de influencia, perfil de los clientes y competencia.
- Métodos y técnicas para seleccionar la ubicación del local comercial.

- Análisis interno y externo de la empresa. Análisis DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades).
- Estudio del consumidor/cliente.
- Definición de las características de la tienda.
- Definición de la oferta comercial o surtido de productos.
- Precios de venta de los productos: lista de precios de venta al público.
- Gestión de personal: selección, contratación y coste.
- La función financiera en la empresa: tipos y fuentes de financiación.
- Incorporación de las tecnologías de la información y comunicación.
- Venta on-line.
- 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).

4. Elaboración de un plan de inversiones básico

- Estructura económica y estructura financiera de la empresa.
- Fuentes de financiación propia y ajena, interna y externa.
- Determinación de las necesidades de inversión para la apertura de la tienda.
- Subvenciones oficiales y ayudas financieras a la actividad de una pyme.
- Decisión de compra o alquiler del local y otros activos.
- Búsqueda de suministradores y solicitud de ofertas y presupuestos.
- Presupuestos y condiciones de compra y/o alquiler.
- Selección del suministrador más conveniente.
- Financiación a largo plazo: préstamos, leasing, renting y otras formas de financiación. Intereses, comisiones y otros gastos.
- Financiación a corto plazo: créditos comerciales y aplazamientos de pago, créditos bancarios, negociación de efectos comerciales. Intereses y gastos.
- Cálculo de los costes financieros.
- Pólizas de seguros adecuadas a contingencias y exigencias legales de la actividad comercial.

5. Planificación de la gestión económica y la tesorería del pequeño comercio

- Previsión de la demanda.
- Previsión de ingresos y gastos.
- Elaboración de presupuestos.

- Fijación de los precios de venta atendiendo a distintos criterios.
- Cálculo de los precios de venta en función de costes y margen comercial, entre otros.
- Cálculo del punto muerto o umbral de rentabilidad.
- Evaluación de inversiones y cálculo de la rentabilidad.
- Periodo medio de maduración.
- Técnicas de control de flujos de tesorería y liquidez.
- Calendario de cobros y pagos: ajustes y desajustes de tesorería.
- Seguimiento y control de cobros y pagos: gestión de impagados, reclamaciones y renegociación de las condiciones de pago.
- Análisis de la información contable y económico–financiera de la empresa.
- Análisis de la viabilidad y sostenibilidad económico–financiera de la empresa.
- Cálculo e interpretación de ratios económico–financieros básicos: rentabilidad, liquidez, solvencia y endeudamiento.
- Utilización de aplicaciones informáticas para los distintos análisis.

6. Gestión de la documentación comercial y de cobro y pago

- Facturación de las ventas: características, requisitos legales y tipos de facturas.
- Cumplimentación y expedición de facturas comerciales.
- 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.
- Registro y conservación de facturas según la normativa mercantil y fiscal.
- Utilización del ticket como documento sustituto de la factura.
- Medios y documentos de pago y cobro: cheque, transferencia bancaria, recibo normalizado, letra de cambio y pagaré, y medios de pago electrónicos.
- Gestión de cobro de efectos comerciales.
- Negociación y descuento de efectos comerciales.
- Cálculo de los costes de negociación de efectos comerciales.
- Gestión de impagados.
- Registro y seguimientos de los efectos comerciales: a cobrar y a pagar.

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

- Gestión laboral en el pequeño comercio. Altas y bajas de los trabajadores, nóminas y boletines de cotización a la Seguridad Social.
- Régimen de cotización a la Seguridad Social de trabajadores autónomos.

- La contabilidad de la empresa.
- El patrimonio de la empresa: activo, pasivo y patrimonio neto.
- El balance. Partidas que lo integran. Relación funcional entre ellas.
- Las cuentas.
- Conceptos de inversión, gasto y pago, ingreso y cobro.
- Los libros contables y de registro.
- El Plan General Contable para las pymes.
- Registro de las operaciones. El ciclo contable.
- El resultado del ejercicio.
- Las cuentas anuales.
- El sistema tributario español. Impuestos directos e indirectos.
- Obligaciones fiscales del pequeño comercio. El calendario fiscal.
- Gestión del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA). Regímenes de tributación.
- Declaración–liquidación del IVA.
- El Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF). Modalidades de tributación.
- El Impuesto de Sociedades. Modalidades de tributación.
- Otros impuestos y tributos que afectan al pequeño comercio.
- Manejo de un paquete integrado de gestión comercial y contable.

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

- Características del servicio de calidad en un pequeño comercio.
- Normas de calidad y códigos de buenas prácticas en pequeños comercios.
- Estrategias de calidad en la atención a los clientes en pequeños comercios.
- Servicios adicionales a la venta en pequeños establecimientos.
- Instrumentos para medir la calidad.
- Normativa de ámbito nacional, autonómico y local que afecta al comercio al por menor.
- Herramientas informáticas de gestión de las relaciones con los clientes.
- Plan de gestión de incidencias, quejas y reclamaciones en el comercio.
- Instrumentos para medir el grado de satisfacción de los clientes.
- Normativa de protección del consumidor aplicada a pequeños comercios.

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

– Plan de calidad del pequeño comercio.

5. Contenidos distribuidos en unidades de trabajo.

BLOQUE TEMÁTICO I: CONCEPTO DE EMPRESA. LA FORMA JURÍDICA DE LA EMPRESA. LA INICIATIVA EMPRENDEDORA Y EL PLAN DE EMPRESAS. CREACIÓN DE UN PEQUEÑO COMERCIO Y EL PLAN DE INVERSIONES.

UD.1 LA EMPRESA

- Concepto de empresa
- Elementos de la empresa
- Funciones básicas de la empresa
- El empresario
- Clasificación de las empresas
- Características de la pyme
- Relaciones de la empresa con su entorno.

UD.2 LA FORMA JURÍDICA DE LA EMPRESA.

- Personalidad jurídica y física.
- Empresa individual y autónomo
- Comunidad de bienes
- Sociedad civil
- Sociedad de responsabilidad limitada
- Sociedad Anónima
- Otras formas jurídicas
- Elección de la forma jurídica de la empresa
- Trámites para la puesta en marcha

UD.3 LA INICIATIVA EMPRENDEDORA Y EL PLAN DE EMPRESA.

- Iniciativa, creatividad e innovación
- El emprendedor
- La cultura emprendedora
- La idea de negocio
- El plan de empresa
- Elaboración del plan de empresa

UD.4 CREACIÓN DE UN PEQUEÑO COMERCIO.

- Análisis del entorno
- Análisis del mercado y el entorno comercial
- La investigación de mercados.
- Análisis DAFO
- Ubicación del establecimiento comercial

UD.5 EL PLAN DE INVERSIONES EN EL ESTABLECIMIENTO COMERCIAL.

- Estructura económica y financiera de la empresa
- Fuentes de financiación
- Financiación a corto plazo
- Financiación a largo plazo

- Otras fuentes de financiación
- Subvenciones oficiales y ayudas para la constitución de la empresa
- Determinación de las necesidades de inversión para la apertura del comercio
- El contrato de seguro
- Formas de adquisición del local comercial.

BLOQUE TEMÁTICO II: LA GESTIÓN ECONÓMICA Y LA TESORERÍA EN EL PEQUEÑO COMERCIO. OBLIGACIONES FISCALES. DOCUMENTOS DE COMPRA VENTA, DE COBRO Y DE PAGO. LA CONTABILIDAD. LA GESTIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS Y LA CALIDAD.

UD.6 LA GESTIÓN ECONÓMICA Y LA TESORERÍA EN EL PEQUEÑO COMERCIO.

- Previsión de demanda
- Previsión de ingresos y gastos
- Elaboración de presupuestos
- Cálculo del precio de venta
- Cálculo del punto muerto
- Evaluación de inversiones y cálculo de la rentabilidad
- Período medio de maduración
- Análisis económico-financiero del establecimiento comercial.

UD.7 OBLIGACIONES FISCALES.

- El sistema tributario español
- Tributos y sus elementos característicos
- Obligaciones fiscales del pequeño comercio

UD.8 DOCUMENTOS DE COMPRAVENTA, DE COBRO Y DE PAGO.

- La factura.
- La factura simplificada
- La factura electrónica
- Modalidades de pago
- Gestión de cobro y negociación de efectos.

UD.9 LA CONTABILIDAD EN EL ESTABLECIMIENTO COMERCIAL.

- La contabilidad de la empresa
- El patrimonio de la empresa
- Las cuentas
- Las cuentas anuales
- Los libros contables y de registro
- El ciclo contable
- Conceptos de inversión gasto, pago, ingreso y cobro.
- El Plan General de Contabilidad para las pymes.

UD. 10 LA GESTIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS.

- La Seguridad Social
- Inscripción, afiliación, altas y bajas a la Seguridad Social

- La cotización a la Seguridad Social
- El contrato de trabajo
- La retribución de los trabajadores
- Régimen de cotización de los trabajadores autónomos

UD.11 LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE.

- El consumidor.
- Características del servicio de calidad
- Las normas de calidad del servicio
- Los servicios adicionales a la venta
- Los instrumentos para medir la calidad y el grado de satisfacción del cliente.
- El plan de gestión de incidencias.
- El plan de calidad en el pequeño comercio

6. Secuenciación.

Contenidos secuenciados

1ª Evaluación	2ª Evaluación	3ª Evaluación
<p align="center">U.T. 1, 2, 3, 4.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Septiembre: 1 (80%) • Octubre: 1 (20%), 2 (100%) • Noviembre: 3(100%), 4(70%) • Diciembre: 4 (30%) 	<p align="center">U.T. 5, 6, 7, 8.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Enero: 5(100%), 6(30%) • Febrero: 6(70%),7(100%) • Marzo 8 (100%) 	<p align="center">U.T. 9, 10 y 11.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Abril: 9(100%) • Mayo:10(100%),11(50%) • Junio: 11(50%)

Temporalización

UT	TITULO UNIDADES DE TRABAJO	HORAS
1	Concepto de empresa.	14
2	La forma jurídica de la empresa.	16
3	La iniciativa emprendedora y el plan de empresa.	16
4	Creación de un pequeño comercio.	16
5	El plan de inversiones en el establecimiento comercial.	16
6	La gestión económica y la tesorería en el pequeño comercio	12

UT	TITULO UNIDADES DE TRABAJO	HORAS
7	Obligaciones fiscales en el establecimiento comercial	16
8	Documentos de compraventa, de cobro y de pago	14
9	La contabilidad en el establecimiento comercial	18
10	La gestión de los recursos humanos	16
11	La calidad del servicio al cliente	14
	TOTAL	168

7. Competencias profesionales, personales y sociales.

La formación del módulo profesional contribuye a alcanzar las siguientes competencias profesionales, personales y sociales del título:

- Trámites de constitución y puesta en marcha de una pequeña empresa.
- Obtención y gestión de los recursos financieros necesarios para un pequeño establecimiento comercial.
- Gestión de compra y/o alquiler del local y del equipamiento necesario para la apertura de la tienda.
- Elaboración de presupuestos.
- Gestión del proceso de facturación.
- Gestión de cobros y pagos.
- Gestión económica y control de tesorería.
- Registro y archivo de documentación.
- Registro contable de las operaciones realizadas.
- Cálculo del resultado del ejercicio y elaboración de cuentas anuales.
- Declaración-liquidación de los impuestos derivados de la actividad.
- Elaboración y gestión de la documentación derivada de las obligaciones laborales, contables y fiscales de la empresa.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- La administración y gestión de un pequeño comercio.
- La gestión de cobros y pagos.
- La gestión de la documentación comercial, administrativa y fiscal.

La formación del módulo profesional contribuye a alcanzar los objetivos generales a),b),c),q),r),s),t),u),v),w),x), e y) del ciclo formativo y las competencias a),b),m),n),ñ),o),p),q),r) y s) del título.

8. Objetivos generales del ciclo.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo profesional versarán sobre:

- Cumplimentación y tramitación de los documentos necesarios para la constitución y puesta en marcha de un pequeño comercio.
- Estudio de las necesidades de equipamiento e inversiones
- Análisis de las alternativas de financiación y crédito existentes en el mercado.
- Gestión de compra o alquiler del local y equipamiento necesario.
- Elaboración y gestión de facturas, recibos y documentos de cobro y pago.

- Gestión de cobro y negociación de efectos comerciales.
- Control de tesorería.
- Registro y archivo de la documentación comercial y administrativa generada de la actividad de la empresa.
- Realización de las declaraciones-liquidaciones de IVA.
- Contabilización de las compras, gastos y ventas de la empresa, de acuerdo con el Plan General Contable para las pymes.
- Cálculo del resultado del ejercicio y elaboración de las cuentas anuales.
- Manejo de aplicaciones informáticas de gestión comercial y contabilidad.
- Control de calidad del servicio prestado al cliente.
- Elaboración de planes de calidad del pequeño comercio.

9. Actividades de enseñanza, aprendizaje/evaluación.

Las actividades de enseñanza-aprendizaje, consistirán en la realización de test, supuestos, problemas, resúmenes, tareas de investigación documental, etc. Se distribuirán en función de los contenidos de las unidades de trabajo señaladas en el **epígrafe 5**.

10. Orientaciones pedagógicas y metodología.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones relacionadas con:

La normativa aplicable sobre la metodología didáctica de las enseñanzas de formación profesional se encuentra recogida en el Real Decreto 1147/2011 de 29 de julio por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, y en el Decreto que desarrolla el currículo de los ciclos formativos, (en concreto, en el Decreto del currículum). En los cuales se establece que: “la metodología didáctica de las enseñanzas de formación profesional integrará los aspectos científicos, tecnológicos y organizativos que en cada caso correspondan, con el fin de que el alumnado adquiera una visión global de los procesos propios de la actividad profesional correspondiente”.

Las líneas de actuación en el proceso enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones de creación, administración y gestión de un pequeño establecimiento comercial.

La función de creación y gestión de un pequeño establecimiento comercial incluye aspectos como:

Trámites de constitución y puesta en marcha de una pequeña empresa.

Obtención y gestión de los recursos financieros necesarios para un pequeño establecimiento comercial.

Gestión de compra y/o alquiler del local y del equipamiento necesario para la apertura de la tienda.

Elaboración de presupuestos.

Gestión del proceso de facturación.

Gestión de cobros y pagos.

Gestión económica y control de tesorería.

Registro y archivo de documentación.

Registro contable de las operaciones realizadas.

Cálculo del resultado del ejercicio y elaboración de las cuentas anuales.

Declaración-liquidación de los impuestos derivados de la actividad.

Elaboración y gestión de la documentación derivada de las obligaciones laborales, contables y fiscales de la empresa.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

La administración y gestión de un pequeño comercio.

La gestión de cobros y pagos.

La gestión de la documentación comercial, administrativa y fiscal.

Bajo estas prescripciones normativas sobre orientaciones metodológicas se basa y desarrolla nuestra metodología didáctica, la cual tiene como eje vertebrador las competencias relativas a habilidades, es decir; la propia actividad del alumno, siendo el profesor el guía

En concreto, nos vamos a basar en los siguientes principios metodológicos:

Punto de partida: Deberá partirse del nivel de desarrollo del alumno teniendo en cuenta sus conocimientos previos así como los diferentes ritmos de aprendizaje.

Relación de contenidos: Se promoverá la integración de los aspectos científicos, tecnológicos y organizativos (contenidos relacionados) que corresponda, reforzando a su vez los aspectos prácticos

Trabajo en equipo: Deberá fomentarse la adquisición de habilidades de trabajo en equipo, ya que la sociedad actual, cada vez más diversa y cambiante precisa personas capaces de integrarse en organizaciones que utilicen esta metodología de trabajo. Para ello nuestra metodología ha de ser activa, participativa y motivadora.

Aprendizaje funcional y significativo: Utilizar estrategias para que el alumno sea capaz de aplicar lo aprendido a la vida real. Deberá favorecerse que el alumno relacione los nuevos conocimientos con conocimientos anteriores, citas cotidianas, propia experiencia,... Todo ello incidirá en un mayor interés y motivación hacia la materia. El profesor se constituye no en el eje central sino en el animador del grupo que incite a los alumnos a ver una visión práctica del módulo y a fomentar su motivación.

Autoaprendizaje: Se favorecerá el trabajo autónomo del alumno para que desarrolle la capacidad de aprender por sí mismo. El alumno necesitará la habilidad suficiente para acceder a determinadas fuentes y contenidos, convirtiéndose en protagonista de su propio aprendizaje. Se estimulará el interés del alumno por el autoaprendizaje relacionado con la formación permanente en un entorno laboral tan cambiante. Asimismo, se tratará de favorecer la investigación, acostumbrando al alumno a investigar por sí mismo y en equipo. El profesor habrá de velar para evitar errores en el proceso y los resultados.

Aprendizaje participativo: Deberá favorecerse la participación activa del alumno en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Nuevas tecnologías: Se favorecerá en el alumnos el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, ya que su uso va a tener gran influencia en el entorno de trabajo, por lo que su conocimiento y adaptación pueden facilitar su inserción, bien sea como emprendedor o trabajador

Por otra parte, se favorecerá el enfoque positivo y razonablemente optimista de la próxima transición al mundo laborales.

11. Criterios de evaluación y calificación en evaluación continua.

La evaluación tendrá un carácter **continuo** por lo que se realizará a lo largo de todo el proceso formativo del alumno, lo que permitirá guiar al alumno en dicho proceso, detectar errores en la adquisición de habilidades y destrezas, y recuperar aquellos aspectos en los que se detecten deficiencias, de tal manera que se alcancen los objetivos previstos.

Los alumnos que no asistan regularmente a las clases y pierdan la evaluación continua serán evaluados de acuerdo con el procedimiento descrito posteriormente.

A lo largo del proceso formativo, se contemplan tres momentos de evaluación: evaluación inicial, evaluación formativa y evaluación final.

La **evaluación inicial** proporciona información de partida del alumno con la finalidad de orientar la intervención educativa adecuadamente, de forma que el proceso de enseñanza/aprendizaje pueda

adquirir el carácter de individualización que se requiera en cada caso. En la evaluación inicial se utilizarán instrumentos tales como entrevistas, cuestionarios, observación directa, etc. para conocer al alumno (capacidades y habilidades, técnicas de trabajo, motivaciones e intereses).

La **evaluación formativa** se realiza a lo largo del propio proceso de enseñanza aprendizaje. Aquí se evaluarán aspectos tales como: el progreso de cada alumno, la consecución de los resultados de aprendizaje y las dificultades halladas en el aprendizaje de los diferentes tipos de contenidos.

La **evaluación final** representa el resultado del seguimiento y evaluación de todo el proceso formativo en el que se valorará la evolución positiva en el desarrollo personal y la consecución de los resultados de aprendizaje asistidos por los criterios de evaluación.

Instrumentos de evaluación:

- Observación sistemática
- Ejercicios prácticos
- Pruebas orales
- Pruebas escritas

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

La nota trimestral de cada evaluación estará formada por la valoración de los siguientes apartados:

- a) **Prueba de evaluación:** comprenderá toda la materia impartida en la misma. En alguna evaluación el profesor puede plantear la opción de exámenes parciales. En este caso, la nota de prueba de evaluación será una media aritmética o ponderada de las notas de los parciales, según se comunique en cada caso en función de número de unidades de trabajo de cada parcial.

En caso de realizarse parciales, el alumno que obtenga una calificación **inferior a 3** puntos en alguno de los exámenes, no se le realizará la media aritmética o ponderada.

- b) **Actividades en casa/clase:** Trabajos, exposiciones en clase por el alumno sobre un tema, comentario de artículos, realización de actividades/ejercicios, preguntas en clases, tests con ayuda del libro o apuntes, etc. Cuando se encargue la realización de ejercicios o actividades, el profesor podrá pedir la entrega de estos a todos o a parte de los alumnos, o bien la resolución en clase a quien se indique. La ponderación de cada nota en el conjunto de este apartado dependerá de cada evaluación y de las actividades que se soliciten.

La nota de la evaluación será el resultado de realizar la siguiente media ponderada:

Criterios de calificación	% de calificación
a) Prueba de evaluación	80%
b) Trabajo en casa/clase	20%

En cada una de las evaluaciones se realizará una o varias pruebas individuales, que pueden ser: por escrito y/o práctico. Las pruebas podrán constar de varios tipos de ejercicios (preguntas tipo test, preguntas cortas y/o ejercicios prácticos a realizar sobre el papel o en el ordenador).

Los detalles de calificación de cada examen se expondrán por escrito en el enunciado correspondiente.

Para poder acceder al aprobado en cada evaluación, cada apartado anterior ha de tener una nota mínima de un 5.

Es condición necesaria superar las dos evaluaciones de manera individual para obtener el aprobado en la materia.

La realización de malas conductas por parte del alumno en las pruebas objetivas originará las siguientes penalizaciones: en caso de alguna comunicación (da igual la forma): los alumnos implicados serán expulsados del examen, calificándose con un cero los exámenes.

En caso de utilización de memoria auxiliar, teléfonos móviles, chuletas, etc., o “cambiazos”, se calificará con un cero los exámenes, suponiendo ambas conductas, tanto la del punto anterior como éste, de una consideración absolutamente impropia por parte de alumno o alumnos.

Dado que las notas de evaluación no permiten números decimales, y éstos se pueden producir como consecuencia de la aplicación del cálculo anterior, la calificación de la evaluación se hará por redondeo. **Si el primer decimal es inferior a 7 se redondea a la baja y si es 7 o superior al alza.** Esta regla tiene dos excepciones: la franja entre 4 y 5 puntos redondeará siempre a 4 y las notas inferiores a 1 punto se redondearán a 1.

FALTA DE ASISTENCIA A EXÁMENES

La no presentación a los exámenes implica una calificación de 0 en ese examen. Se podrá realizar una prueba alternativa, en una situación de carácter excepcional debidamente acreditada mediante documentación oficial y de carácter estrictamente legal (es decir **justificantes médicos, certificados expedidos por organismos oficiales del Estado, Junta y o Ayuntamiento, etc., que verifiquen la causa de la no presentación al examen.**) No se considerará cualquier otro tipo de justificación (de padres, empresas, del alumno etc.). Esta prueba se realizará en fecha establecida por el Profesor, y siempre que hubiera tiempo para realizarla (a criterio del Profesor), sino se tendría que recuperar en el examen final.

No se repetirán en ningún caso los exámenes parciales. En caso de no presentar un justificante médico o de organismo oficial, la prueba constará como no realizada y computará con una nota de 0 para la obtención de la nota de evaluación.

RECLAMACIONES A LAS NOTAS DE LA EVALUACIÓN TRIMESTRAL

El profesor explicará a cada alumno el cálculo efectuado y las notas de los distintos apartados que se utilizan para obtener las calificaciones de la evaluación trimestral.

Una vez entregado el boletín de notas de la primera evaluación, los alumnos podrán solicitar, en los 2 días lectivos posteriores, las aclaraciones que estimen oportunas. Estas aclaraciones podrán presentarse directamente al profesor de forma verbal o por escrito registrado en la secretaría del centro. Serán atendidas de la misma forma a su presentación en los siguientes 5 días lectivos a su presentación.

NOTA FINAL DEL MÓDULO

La nota final del módulo será positiva, cuando el alumno tenga superadas las dos evaluaciones. Se hará media aritmética entre las notas definitivas de cada evaluación, sí y solo sí, cada una de éstas son iguales o mayores a 5.

RECLAMACIONES A LAS NOTAS DE LAS EVALUACIONES FINALES

Si la reclamación corresponde a las calificaciones de las evaluaciones finales, el procedimiento será el establecido en el artículo 25.2 y 25.3 de la Orden EDU/2169/2008, de 15 de diciembre por el que se

regula el proceso de evaluación y la acreditación académica de los alumnos que cursen enseñanzas de formación profesional inicial en la Comunidad de Castilla y León.

12 Criterios de recuperación en evaluación continua.

-La recuperación de las evaluaciones suspendidas se hará al finalizar el curso, no obstante, la profesora podrá (voluntariamente), si lo estima oportuno, realizar pruebas de recuperación cuando lo crea conveniente.

- Para recuperar una evaluación, se le podrá exigir al alumno además de la prueba escrita correspondiente, la presentación de los trabajos que se indiquen.

-Las pruebas que deba realizar el alumno serán similares a las que se haya planteado en las evaluaciones correspondientes. La recuperación se juzgará igual que la evaluación, teniendo en cuenta todos los criterios anteriores.

-En caso de que la calificación negativa se deba a la no presentación de algún trabajo, el alumno deberá entregarlo en el plazo que se establezca.

-El profesor podrá pedir al alumno la realización y entrega de actividades, ejercicios, supuestos complementarios para comprobar la evolución en el aprendizaje, en caso de que exista alguna evaluación pendiente.

En ambos casos será necesario obtener un 5 para recuperar la evaluación.

El examen final de febrero se hará de las evaluaciones que el alumno haya suspendido durante el curso (con una prueba escrita a cada alumno que supondrá el 100% de la nota de la evaluación o evaluaciones pendientes).

En caso de no superar alguna evaluación, el alumno **deberá presentarse a la convocatoria de junio con aquellos contenidos no superados**. En esta convocatoria su evaluación consistirá en la realización de una prueba escrita (100% de la nota final) que incluirá todos los contenidos del módulo y tomará como referencia los criterios de evaluación, así como la presentación de aquellos trabajos que se consideren oportunos para la superación del módulo. En ella se especificarán claramente los criterios de calificación. La calificación deberá ser 5 puntos o superior para aprobar el módulo.

13. Pérdida del derecho a evaluación continua y procedimiento a seguir para evaluar a estos alumnos.

El alumno que falte a **25** horas lectivas (**15%** de 168 horas=25.2) pierde el derecho a la evaluación continua. Esta situación implica que el profesor no tiene elementos de juicio suficientes para valorar los contenidos del módulo en su conjunto, es decir no hay una continuidad en la evaluación.

Serán evaluados de la siguiente forma:

La evaluación del alumnado que ha perdido la evaluación continua consistirá en la realización de una prueba escrita (100% de la nota final) que incluirá todos los contenidos del módulo y tomará como referencia los criterios de evaluación, así como la presentación de aquellos trabajos que se consideren oportunos para la superación del módulo. En ella se especificarán claramente los criterios de calificación. La calificación deberá ser 5 puntos o superior para aprobar el módulo.

En caso de que el alumno sea sorprendido utilizando recursos no permitidos en esta prueba obtendrá un cero y, por lo tanto, no podrá superar la convocatoria.

La nota final se redondeará de la siguiente manera: los decimales inferiores a 0,70 se redondearán al entero más bajo. Los superiores o iguales a 0,70 al entero más alto. Esta regla tiene dos excepciones: la franja entre 4 y 5 se redondeará siempre a 4 y las notas inferiores a 1 se redondearán a 1.

En caso de no superar este examen, el alumno **deberá presentarse a la convocatoria de junio con la totalidad de la materia**. En esta convocatoria su evaluación consistirá en la realización de una prueba escrita (100% de la nota final) que incluirá todos los contenidos del módulo y tomará como referencia los criterios de evaluación, así como la presentación de aquellos trabajos que se consideren oportunos para la superación del módulo. En ella se especificarán claramente los criterios de calificación. La calificación deberá ser 5 puntos o superior para aprobar el módulo.

La pérdida de evaluación continua no supone la prohibición de asistir a clase, realizar actividades y tareas o presentarse a los exámenes parciales o de evaluación. El profesor, de hecho, recomienda asistir a clase y reengancharse en todo lo posible al ritmo normal del grupo (trabajos, actividades, exámenes) pues todo ello ayudará a ir preparando la materia.

14. Recursos didácticos y organizativos.

Se seguirá el libro de la editorial Editex, de Manuel José González Rodríguez, “Gestión de un pequeño comercio”.

Otros recursos didácticos:

- Ordenadores
- Internet. Manejo de diferentes páginas web.
- Programas informáticos.
- Bibliografía de aula: según el tema a tratar se recomendará el manejo de textos concretos.
- Dispositivo de proyección sobre pantalla.
- Presentaciones, etc.

15. Uso de las TIC en el aula.

El desarrollo de los contenidos de este módulo profesional precisa de la aplicación de las TIC'S de forma habitual para la búsqueda y tratamiento de la información y cumplimentación de documentos, así, es necesario utilizar hoja de cálculo, procesador de textos y un programa de presentaciones, además de una conexión a internet.

La integración de las TIC'S en el currículo, recogida en la Ley Orgánica de Educación de 2006, no solamente se plasma en el desarrollo del propio currículo al hablar de competencias básicas (competencias para el tratamiento de la información y competencia digital) sino que también parece como un elemento más a desarrollar cuando se elaboran las Programaciones Didácticas.

En cada apartado de esta programación se indica el uso de las TIC'S en distintas actividades de aula. Una recopilación de lo incluido sería lo siguiente:

- Los sistemas informáticos (hardware, redes, software).
- Búsqueda y selección de información a través de internet.
- Comunicación interpersonal y trabajo colaborativo en redes: internet, móviles, tablets, correos, blogs, nube.
- Procesador de texto, hoja de cálculo y presentaciones.
- Juegos de test en distintas aplicaciones.
- Youtube.
- Utilización del correo electrónico para avisos.

- Utilización de la plataforma Teams para la realización de tareas, comunicación de mensajes relacionados con el módulo, comunicación con el profesor, alojamiento de materiales relacionados con el módulo (artículos, videos, apuntes...) y realización de cuestionarios y exámenes.

16. Actividades complementarias y extraescolares.

Se participará en actividades que se consideren relevantes con el contenido del módulo que sean organizadas por el Departamento o desde el Centro.

17. Medidas de atención a la diversidad.

Cuando el ciclo vaya a ser cursado por alumnos con Necesidades Educativas Especiales, o con algún tipo de discapacidad se adoptarán las medidas de atención a la diversidad para el alumnado que las precise, teniendo en cuenta los informes de atención psicopedagógica, así como los procesos de evaluación adecuados que garanticen la accesibilidad a las pruebas y actividades de evaluación.

En la evaluación inicial el tutor de grupo preguntará al alumnado sobre la existencia de Necesidades Educativas Especiales que requieran medidas de atención a la diversidad. En caso de existir alumnos con estas necesidades el tutor lo comunicará al orientador, para que proponga las adaptaciones que correspondan, y al equipo educativo del grupo a fin de que lo tengan presente en la su acción educativa.

En este curso existen dos alumnos con necesidades especiales, por ello los exámenes serán preferentemente de tipo test. Las tareas se cerrarán para ellos un poco más tarde. En caso necesario se le realizarán exámenes orales. Se procurará lograr un ambiente cómodo para lograr su participación e integración.

18. Actividades de recuperación de los alumnos con materias pendientes de cursos anteriores.

No hay alumnos con materias pendientes.

19. Actividades de recuperación y evaluación de los alumnos en la segunda evaluación final.

La segunda sesión de evaluación final se celebrará en función de las fechas que se establezcan por la Consejería siendo, como cada año, en junio.

En esta convocatoria su evaluación consistirá en la realización de una prueba escrita (100% de la nota final) que incluirá todos los contenidos del módulo y tomará como referencia los criterios de evaluación así como la presentación de aquellos trabajos que se consideren oportunos para la superación del módulo. En ella se especificarán claramente los criterios de calificación. La calificación deberá ser 5 puntos o superior para aprobar el módulo.

En caso de que el alumno sea sorprendido utilizando recursos no permitidos en esta prueba obtendrá un cero y, por lo tanto, no podrá superar la convocatoria.

La nota final se redondeará de la siguiente manera: los decimales inferiores a 0,50 se redondearán al entero más bajo. Los superiores o iguales a 0,70 al entero más alto. Esta regla tiene dos excepciones: la franja entre 4 y 5 se redondeará siempre a 4 y las notas inferiores a 1 se redondearán a 1.

20. Evaluación de los procesos de enseñanza y de la acción docente.

Al menos una vez a lo largo del curso lectivo se realizará una evaluación del profesor del módulo por parte de los alumnos, que participarán de forma voluntaria y anónima con el ánimo de mejorar la calidad de la enseñanza. La evaluación se realizará a través de un cuestionario estandarizado utilizando la herramienta Microsoft forms.

PROGRAMACIÓN

MARKETING EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL

INSTITUTO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA



Código	1226
Módulo profesional	MARKETING EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL
Curso	1º Ciclo de Grado medio
Duración total del módulo profesional	165 horas
Asociado a unidad de competencia	<i>Sí</i>
Horas semanales	5
Profesor	Luzcarna María Salvi Vega
Curso académico	2023/2024
I.E.S.	León Felipe, Benavente (Zamora)

Índice

1. **Introducción**
2. **Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.**
3. **Contenidos básicos.**
4. **Contenidos del currículo de Castilla y León.**
5. **Contenidos distribuidos en unidades de trabajo.**
6. **Secuenciación.**
7. **Competencias profesionales, personales y sociales.**
8. **Objetivos generales del Ciclo.**
9. **Actividades de enseñanza, aprendizaje/evaluación.**
10. **Orientaciones pedagógicas y metodología.**
11. **Coordinación con otros módulos profesionales.**
12. **Criterios de evaluación y calificación en evaluación continua.**
13. **Criterios de recuperación en evaluación continua.**
14. **Pérdida del derecho a evaluación continua y procedimiento a seguir para evaluar a estos alumnos.**
15. **Recursos didácticos y organizativos.**
16. **Uso de las TIC'S en el aula.**
17. **Actividades complementarias y extraescolares.**
18. **Medidas de atención a la diversidad.**
19. **Actividades evaluación y recuperación de los alumnos con materias pendientes de cursos anteriores.**
20. **Actividades de evaluación y recuperación de los alumnos en la segunda convocatoria final del curso.**
21. **Evaluación de los procesos de enseñanza y de la acción docente.**

1. Introducción

Esta programación del módulo Marketing en la Actividad Comercial debe considerar lo suficientemente abierta y flexible para que el profesor responsable del módulo pueda introducir los cambios que estime necesarios para dar respuesta a las diferentes capacidades para aprender, a las diferentes motivaciones e intereses y a los diferentes estilos de aprendizaje de los alumnos.

En la presente programación, se han utilizado los resultados de aprendizaje establecidos en la normativa anterior, dado que la nueva legislación recogida en el Proyecto de Decreto por el que se establece el currículo de los Ciclos Formativos de Grado Superior, correspondiente a la oferta de Grado D y Nivel 3 del Sistema de Formación Profesional, que permite obtener el título de Técnico Superior en Actividades Comerciales en la Comunidad de Castilla y León, no introduce modificaciones sustanciales en los resultados de aprendizaje respecto a la normativa previa.

Sin embargo, esta programación se ajusta a la legislación vigente, recogida en:

- **LO 2/2006, de 3 de mayo (LOE)**, que establece los principios y fines de la educación asegurando su equidad y ordena las enseñanzas no universitarias en España, entre ellas la Formación Profesional.
- **Real Decreto 1571/2011, de 4 de noviembre**, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas.
- **Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo**, de Ordenación e Integración de la Formación Profesional.
- **Real Decreto 659/2023, de 18 de julio**, que desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional.
- **Proyecto de Decreto xx/2024**, por el que se establece el currículo del Ciclo Formativo de Grado Superior en Actividades Comerciales en Castilla y León.
- **Real Decreto 500/2024, de 21 de mayo**, por el que se modifican determinados reales decretos que establecen títulos de formación profesional de grado superior y sus enseñanzas mínimas.
- **Orden EFD/659/2024, de 25 de junio**, que determina el currículo y regula aspectos organizativos para los ciclos formativos de grado superior en el ámbito de gestión del Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes.

Además, se tendrán en cuenta las posibles modificaciones normativas que puedan surgir durante el curso académico y afecten al currículo o la organización de los módulos.

Esta formación se corresponde con:

- Marco Español de Cualificaciones para el Aprendizaje Permanente (MECU): Nivel 5A
- Clasificación Internacional Normalizada de la Educación 2011 (CINE-11): Nivel 5B

Para el Ciclo Formativo de Grado Medio en Actividades Comerciales en Castilla y León, en el módulo de **Marketing en la Actividad Comercial**, las cualificaciones y unidades de competencia del **Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales** pueden incluir:

Cualificaciones Profesionales Completas:

1. **Actividades de Venta COM085_2** (Real Decreto 295/2004, de 20 de febrero, modificado por el Real Decreto 109/2008, de 1 de febrero), que comprende las siguientes unidades de competencia:
 - **UC0239_2**: Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización.
 - **UC0240_2**: Realizar las operaciones auxiliares a la venta.
 - **UC0241_2**: Ejecutar las acciones del servicio de atención al cliente/consumidor/usuario.
2. **Operaciones Auxiliares de Comercialización COM314_2** (Real Decreto 109/2008, de 1 de febrero), que comprende las siguientes unidades de competencia:
 - **UC1327_1**: Preparar los productos para la venta según los requerimientos comerciales.
 - **UC1328_1**: Realizar el montaje de escaparates y expositores siguiendo criterios de exhibición atractiva.
 - **UC1329_2**: Realizar el empaquetado de productos y su reposición en el área de venta.

Cualificaciones Profesionales Incompletas:

- a) **Actividades de Marketing y Comunicación COM318_3** (Real Decreto 109/2008, de 1 de febrero), solo para actividades específicas de marketing, como:
- **UC1007_3**: Obtener y elaborar información para el sistema de información de mercados.
 - **UC1008_3**: Realizar estudios y propuestas para acciones en el plan de marketing operativo.

Estas unidades de competencia proporcionan las habilidades necesarias para realizar actividades de marketing en la actividad comercial, optimizando la experiencia del cliente y apoyando la estrategia de ventas en los establecimientos comerciales.

2. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

Se consideran los resultados de aprendizaje como la expresión de los resultados que deben ser alcanzados por los alumnos en el proceso de enseñanza-aprendizaje, y los criterios de evaluación como referencia del nivel aceptable de esos resultados.

De acuerdo a la nueva Ley Orgánica 3/2022 de 31 de marzo, de Ordenación e Integración de la Formación Profesional, y adaptado a los requisitos de Castilla y León, los resultados de aprendizaje que a continuación se desarrollan, serán impartidos inicial y principalmente en el centro educativo, siendo, estos mismos, ampliados y consolidados en las prácticas que cada alumno realice en las empresas de destino para su formación en centros de trabajo.

R 1. RESULTADO DE APREDIZAJE: Identifica el concepto de marketing y su utilidad en la actividad comercial, analizando sus principales funciones en las empresas y organizaciones.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	U.T.
CE 1.1. Se han comparado las distintas acepciones del término marketing.	1
CE.1.2. Se han determinado las funciones del marketing en las empresas, organizaciones e instituciones sin ánimo de lucro	1
CE 1.3. Se han detallado los distintos tipos de marketing, analizando sus características diferenciadoras.	1
CE 1.4. Se han caracterizado los instrumentos de marketing–mix, analizando los principales elementos que los integran	1
CE 1.5. Se han diferenciado los distintos enfoques que las empresas pueden dar a su actividad comercial, analizando sus ventajas e inconvenientes.	1
CE 1.6. Se han considerado diferentes formas de organización del departamento de marketing, según tamaño de la empresa, tipo de actividad y mercado donde opera, entre otros.	1
CE 1.7. Se han analizado las nuevas tendencias del marketing gracias a la aplicación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.	1

R 2. RESULTADO DE APREDIZAJE: Caracteriza el mercado y el entorno de la empresa, analizando los principales factores que los conforman y su influencia en la aplicación de las acciones de marketing

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	U.T.
CE 2.1. Se ha identificado el concepto de mercado, los elementos que lo integran, su estructura y su funcionamiento.	2/3
CE 2.2. Se han comparado los mercados atendiendo a diferentes criterios	2/3
CE 2.3. Se han identificado los límites del mercado de carácter territorial, los debidos a las características de los consumidores y los derivados del uso del producto.	2/3
CE 2.4 Se ha identificado el entorno de la empresa, analizando los factores del microentorno y el macroentorno y su influencia en la aplicación de las políticas de marketing.	2/3
CE 2.5. Se han aplicado técnicas de segmentación de mercados para dividir el mercado en grupos de consumidores homogéneos, analizando sus objetivos, sus utilidades y los distintos criterios de segmentación aplicables	2/3
CE 2.6. Se han diferenciado las distintas estrategias de segmentación que puede adoptar una empresa al aplicar sus políticas de marketing.	2/3
CE 2.7. se ha interpretado el proceso de decisión de compra del consumidor, analizando las distintas fases y las variables que influyen en el mismo.	2/3
CE 2.8 Se han diferenciado los determinantes internos y externos que inciden en el comportamiento de compra del consumidor.	2/3

R 3. RESULTADO DE APREDIZAJE: Determina el proceso de investigación comercial y el sistema de información de marketing, analizando las técnicas y los procedimientos aplicables para su desarrollo.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	U.T.
CE 3.1. Se ha comprobado la necesidad de información que tienen las empresas para la toma de decisiones, el diseño y la aplicación de sus políticas comerciales.	4
CE 3.2. Se ha clasificado la información, atendiendo a criterios tales como la naturaleza de los datos, el origen y la disponibilidad de los mismos.	4

R 3. RESULTADO DE APREDIZAJE: Determina el proceso de investigación comercial y el sistema de información de marketing, analizando las técnicas y los procedimientos aplicables para su desarrollo.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	U.T
CE 3.3. Se ha descrito el sistema de información de marketing (SIM), diferenciando los subsistemas que lo integran y las funciones que desarrollan cada uno de ellos.	4
CE 3.4. Se ha descrito el proceso de investigación comercial, identificando las distintas fases o etapas del mismo.	4
CE 3.5. Se han diferenciado las fuentes de información internas y externas, primarias y secundarias, de las que se pueden obtener los datos	4
CE 3.6. Se han identificado las fuentes de información secundarias, analizando los procedimientos para la obtención y tratamiento de los datos.	4
CE 3.7. Se han identificado las fuentes de información primarias, analizando las técnicas de investigación cualitativa y cuantitativa aplicables para la obtención de los datos.	4
CE 3.8. Se han utilizado aplicaciones informáticas para la obtención, tratamiento, análisis y archivo de información relevante para la empresa.	4

R 4. RESULTADO DE APRENDIZAJE: Define las políticas aplicables al producto o servicio, adecuándolo a las necesidades y perfil de los clientes y a las tendencias del mercado.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	U.T.
CE 4.1. Se han identificado los atributos del producto o servicio, según su naturaleza, su utilidad y las necesidades que puede satisfacer, los motivos de compra y la percepción de valor del consumidor.	5
CE 4.2. Se ha elaborado una base de datos de los productos, líneas, familias y referencias de los productos/servicios que comercializa la empresa, incorporando a la misma la información relevante de cada producto.	5
CE 4.3 Se ha realizado un análisis comparativo del producto o servicio con otros de la competencia, comparando características técnicas, utilidades, presentación, marca y envase, entre otros.	5
CE 4.4. Se ha secuenciado el ciclo de vida de un producto, analizando las distintas etapas por las que atraviesa y las acciones de marketing aplicables en cada fase.	5

R 4. RESULTADO DE APRENDIZAJE: Define las políticas aplicables al producto o servicio, adecuándolo a las necesidades y perfil de los clientes y a las tendencias del mercado.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	U.T.
CE 4.5. Se ha actualizado la base de datos de los productos o servicios, recogiendo la información de los vendedores, los distribuidores y las tiendas o grupos de clientes	5
CE 4.6. Se han definido estrategias comerciales en política de producto, teniendo en cuenta las características del producto, el ciclo de vida y el perfil de los clientes a los que va dirigido.	5
CE 4.7. Se han elaborado informes sobre productos, servicios o líneas de productos, utilizando la aplicación informática adecuada.	5

R 5. RESULTADO DE APRENDIZAJE: Determina el método de fijación del precio de venta del producto/servicio, teniendo en cuenta los costes, el margen comercial, los precios de la competencia, la percepción de valor del cliente y otros factores que influyen en el precio.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	U.T.
CE 5.1. Se han identificado los factores que influyen en el precio de venta de un producto, considerando costes de fabricación y distribución, comisiones, márgenes, ciclo de vida, precios de la competencia y tipo de clientes, entre otros.	6
CE 5.2. Se ha identificado la normativa legal vigente relativa a precios de los productos y servicios, para su aplicación en la política de precios de la empresa	6
CE 5.3. Se ha calculado el precio de venta del producto a partir de los costes de fabricación y distribución, aplicando un determinado margen comercial.	6
CE 5.4. Se ha analizado el efecto de una variación en los costes de fabricación y distribución sobre el precio de venta final del producto.	6
CE 5.5. Se ha calculado el margen comercial bruto del producto, a partir del análisis de los componentes del coste total, el punto muerto y la tendencia del mercado.	6
CE 5.6. Se ha determinado el efecto que producen las variaciones en el precio de venta del producto sobre las ventas, analizando la elasticidad de la demanda del producto	6
CE 5.7. Se ha comparado el precio del producto o servicio que se comercializa con los de la competencia, analizando las causas de las diferencias.	6

R 5. RESULTADO DE APRENDIZAJE: Determina el método de fijación del precio de venta del producto/servicio, teniendo en cuenta los costes, el margen comercial, los precios de la competencia, la percepción de valor del cliente y otros factores que influyen en el precio.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	U.T.
CE 5.8 Se han definido estrategias en política de precios teniendo en cuenta los costes, el ciclo de vida del producto, los precios de la competencia, los motivos de compra y la percepción de valor de los clientes.	6
CE 5.9 Se han elaborado informes sobre precios de productos, servicios o líneas de productos, utilizando la aplicación informática adecuada.	6

R 6. RESULTADO DE APRENDIZAJE: Selecciona la forma y el canal de distribución del producto o línea de productos, considerando los tipos de intermediarios que intervienen y las funciones que desarrollan.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	U.T.
CE 6.1. Se han identificado las funciones de la distribución comercial, valorando su importancia dentro del marketing para acercar el producto al consumidor	7
CE 6.2. Se han identificado distintas formas de venta, en función del sector, tipo de producto y tipo de cliente, diferenciando la venta tradicional, el autoservicio y la venta sin tienda	7
CE 6.3 Se han reconocido los canales de distribución comercial en función del número y tipo de intermediarios que intervienen y las funciones que desempeñan	7
CE 6.4. Se han comparado distintas estructuras y formas de distribución comercial, considerando los niveles del canal, el número y el tipo de intermediarios.	7
CE 6.5. Se ha calculado el coste de distribución del producto, teniendo en cuenta los costes de transporte, seguro, almacenamiento, comisiones, márgenes y financieros	7
CE 6.6. Se han comparado posibles estrategias de distribución para distintos productos, con vistas a seleccionar el canal más adecuado, valorando la posibilidad de distribución online.	7
CE 6.7. Se han diferenciado distintos tipos de contratos de intermediación comercial para formalizar la relación entre el fabricante y los distribuidores del producto.	7

R 6. RESULTADO DE APRENDIZAJE: Selecciona la forma y el canal de distribución del producto o línea de productos, considerando los tipos de intermediarios que intervienen y las funciones que desarrollan.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	U.T.
CE 6.8. Se han elaborado informes sobre distribución comercial, a partir del análisis de los costes, tiempos, intermediarios disponibles y estrategias viables, utilizando la aplicación informática adecuada.	7

R 7. RESULTADO DE APRENDIZAJE: Identifica las acciones y técnicas que integran la política de comunicación de la empresa u organización, analizando las funciones de cada una de ellas.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UT
CE 7.1. Se han diferenciado los distintos tipos de acciones que integran el mix de comunicación de una empresa, analizando su finalidad.	8
CE 7.2. Se han establecido los objetivos de la política de comunicación según el público objetivo y las estrategias empresariales	8
CE 7.3. se han caracterizado las funciones de la publicidad y los medios y soportes más habituales	8
CE 7.4. Se han caracterizado las distintas acciones aplicables dentro de la política de relaciones públicas de una empresa u organización.	8
CE 7.5. Se han identificado las técnicas de promoción de ventas más utilizadas por las empresas de distribución.	8
CE 7.6. Se han determinado las funciones del merchandising, identificando los distintos tipos de técnicas aplicables.	8
CE 7.7. Se ha caracterizado la venta personal, sus objetivos y características diferenciadoras como instrumento de comunicación comercial de respuesta inmediata.	8
CE 7.8 Se han identificado las técnicas de marketing directo más utilizadas	8
CE 7.9 Se han seleccionado las acciones de comunicación y promoción más adecuadas para lanzar un producto al mercado o prolongar su permanencia en el mismo.	8

R 8. RESULTADO DE APRENDIZAJE: Secuencia el proceso de planificación comercial, identificando las fases o etapas del plan de marketing.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	U.T.
CE 8.1. Se han identificado las funciones de la planificación comercial en la empresa y la utilidad y el contenido del plan de marketing.	9
CE 8.2. e han establecido las etapas o fases del proceso de elaboración del plan de marketing.	9
CE 8.3 Se han establecido los datos o la información de base que será objeto de análisis para elaborar el plan de marketing	9
CE 8.4. Se han fijado unos determinados objetivos, analizando las estrategias de marketing más adecuadas para alcanzarlos	9
CE 8.5. Se han definido acciones relativas a las políticas de producto, precio, distribución y comunicación y las relaciones entre las mismas.	9
CE 8.6. Se han previsto procedimientos para realizar el seguimiento y control de las políticas del plan de marketing, obteniendo la información necesaria de los departamentos de la empresa, de los vendedores y de los distribuidores, entre otros.	9
CE 8.7. Se han comparado los resultados obtenidos con los objetivos previstos.	9
CE 8.8 Se han elaborado informes de control y evaluación del plan de marketing.	9

3. Contenidos básicos.

Los contenidos básicos del Ciclo Formativo de Grado Medio están establecidos en el *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.*

1. IDENTIFICACIÓN DEL CONCEPTO DE MARKETING Y SUS FUNCIONES:

- ✓ Concepto y contenido del marketing.
- ✓ Origen y evolución del concepto.
- ✓ Funciones del marketing en la empresa y en la economía
- ✓ Tipos de marketing.

- ✓ Los instrumentos y políticas de marketing–mix.
- ✓ El marketing en la gestión de la empresa.
- ✓ Orientación de la actividad comercial de la empresa.
- ✓ Organización del departamento de marketing de una empresa atendiendo a diferentes criterios. Estructura y organigramas.
- ✓ Tendencias actuales del marketing. Aplicación de las nuevas tecnologías. El marketing en Internet.

2. CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO Y EL ENTORNO DE LA EMPRESA:

- ✓ – El mercado. Concepto, características y elementos del mercado. Funciones del mercado. Límites del mercado.
- ✓ – Clasificación de los mercados atendiendo a distintos criterios.
- ✓ – Estructura del mercado: mercado actual y potencial.
- ✓ – El entorno y su influencia en el marketing de la empresa.
- ✓ – Factores del microentorno.
- ✓ – Variables del macroentorno.
- ✓ – Segmentación del mercado. Concepto y objetivos. Criterios de segmentación.
- ✓ – El estudio del comportamiento del consumidor.
- ✓ – El proceso de decisión de compra del consumidor final.
- ✓ – Determinantes internos del comportamiento de compra.
- ✓ – Determinantes externos del comportamiento de compra.
- ✓ – El proceso de decisión de compra del consumidor industrial.

3. DETERMINACIÓN DEL PROCESO DE INVESTIGACIÓN COMERCIAL Y SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE

marketing (SIM):

- ✓ – La necesidad de información en la empresa.
- ✓ – Tipos de datos.
- ✓ – Fuentes de información internas y externas, primarias y secundarias.
- ✓ – El sistema de información de marketing (SIM).
- ✓ – La investigación comercial. Concepto y características. Tipos de estudios.
- ✓ Aplicaciones de la investigación comercial.
- ✓ – Fases de un proceso de investigación comercial.
- ✓ – Fuentes de información secundarias.
- ✓ – Fuentes primarias. Técnicas de investigación cualitativa: la entrevista en profundidad, la dinámica de grupos y la observación. Técnicas proyectivas. Técnicas de creatividad.
- ✓ – Fuentes primarias. Técnicas de investigación cuantitativa: la encuesta. Tipos

de encuestas. El cuestionario. El muestreo. Selección de la muestra.

- ✓ – El trabajo de campo en la investigación comercial.
- ✓ – Tratamiento y análisis de datos.
- ✓ – Elaboración del informe y presentación de los resultados.

4. DEFINICIÓN DE LAS POLÍTICAS APLICABLES AL PRODUCTO/SERVICIO:

- ✓ – El producto como instrumento de marketing.
- ✓ – Atributos de un producto.
- ✓ – Clasificación de los productos atendiendo a distintos criterios.
- ✓ – La dimensión del producto. Gama y líneas de productos, familias y categorías.
- ✓ – Análisis de la cartera de productos/servicios o marcas de una empresa.
- ✓ – El ciclo de vida del producto. Concepto y fases.
- ✓ – Estrategias en política de productos.
- ✓ – Aplicación del marketing a los servicios. Estrategias y gestión de los servicios.
- ✓ – La marca. Concepto, finalidad y regulación legal. Tipos de marcas.

5. DETERMINACIÓN DEL MÉTODO DE FIJACIÓN DEL PRECIO DE VENTA DEL PRODUCTO/SERVICIO:

- ✓ – El precio del producto como instrumento de marketing.
- ✓ – Factores que condicionan el precio de un producto.
- ✓ – Componentes del precio de un producto o servicio. Costes y márgenes.
- ✓ – Métodos de fijación de precios a partir del coste.
- ✓ – Métodos de fijación de precios basados en la competencia.
- ✓ – Métodos de fijación de precios basados en la demanda de mercado.
- ✓ – Estrategias en política de precios.
- ✓ – Estrategias de precios psicológicos.
- ✓ – Cálculo de costes y del precio de venta del producto, utilizando la hoja de cálculo.

6. SELECCIÓN DE LA FORMA Y CANAL DE DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO O LÍNEA DE PRODUCTOS:

- ✓ – La distribución comercial como instrumento de marketing.
- ✓ – Canales de distribución. Concepto, estructura y tipos.
- ✓ – Los intermediarios comerciales. Funciones y tipos de intermediarios.
- ✓ – Los comerciantes mayoristas.
- ✓ – El comercio minorista.
- ✓ – Factores que condicionan la elección de la forma y canal de distribución.

- ✓ – Formas comerciales de distribución: comercio independiente, asociado e integrado.
- ✓ – Formas de intermediación comercial.
- ✓ – La franquicia.
- ✓ – Estrategias de distribución. Relación del fabricante con la red de venta.
- ✓ – Los costes de distribución. Estructura y cálculo.

7. IDENTIFICACIÓN DE LAS ACCIONES Y TÉCNICAS QUE INTEGRAN LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN:

- ✓ – La comunicación como instrumento de marketing.
- ✓ – El proceso de comunicación comercial. Elementos básicos.
- ✓ – El mix de comunicación: tipos y formas.
- ✓ – Objetivos de las políticas de comunicación.
- ✓ – La publicidad.
- ✓ – Las agencias de publicidad.
- ✓ – El briefing del producto.
- ✓ – La eficacia publicitaria
- ✓ – Las relaciones públicas.
- ✓ – La promoción de ventas.
- ✓ – El merchandising.
- ✓ – La venta personal.
- ✓ – El marketing directo.
- ✓ – El marketing online.

8. SECUENCIACIÓN DEL PROCESO DE PLANIFICACIÓN COMERCIAL:

- ✓ – La planificación de marketing: finalidad y objetivos.
- ✓ – Características y utilidades del plan de marketing.
- ✓ – Estructura del plan de marketing. Fases en su elaboración.
- ✓ – Análisis de la situación: análisis interno y externo. Análisis DAFO.
- ✓ – Fijación de los objetivos que se pretenden conseguir.
- ✓ – Definición de las acciones y políticas del marketing–mix.
- ✓ – Presupuesto.
- ✓ – Ejecución del plan de marketing.
- ✓ – Seguimiento de las políticas del plan de marketing

4. Contenidos del currículo de Castilla y León.

Los contenidos del currículo de Castilla y León se encuentran en el DECRETO 77/2015, de 10 de diciembre, por el que se establece el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales en la Comunidad de Castilla y León

1. IDENTIFICACIÓN DEL CONCEPTO DE MARKETING Y SUS FUNCIONES:

- ✓ Concepto y contenido del marketing. Diferencias entre marketing y ventas.
- ✓ – Origen y evolución del concepto. Marketing positivo y normativo. Macromarketing y Micromarketing.
- ✓ – Funciones del marketing en la empresa y en la economía. Fundamentos del marketing en las economías de mercado.
- ✓ – Tipos de marketing. Marketing estratégico y Marketing operativo. Marketing interno y externo. Marketing de relaciones o relacional. Marketing emocional.
- ✓ Marketing social. Marketing político. Marketing de servicios.
- ✓ – Los instrumentos y políticas de marketing–mix. El producto. El precio. La distribución. La comunicación.
- ✓ – El marketing en la gestión de la empresa. El ciclo básico del marketing.
- ✓ – Orientación de la actividad comercial de la empresa: hacia el producto, hacia las ventas, hacia el consumidor, hacia la competencia y hacia el mercado.
- ✓ – Organización del departamento de marketing de una empresa atendiendo a diferentes criterios. Estructura y organigramas. Organización por funciones, organización por productos, organización por mercados, organización por territorios y organización mixta.
- ✓ – Tendencias actuales del marketing. Aplicación de las nuevas tecnologías. El marketing en Internet.

2. CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO Y EL ENTORNO DE LA EMPRESA:

- ✓ El mercado. Concepto, características y elementos del mercado. Funciones del mercado. Límites del mercado.
- ✓ – Clasificación de los mercados atendiendo a distintos criterios: características del consumidor, naturaleza del producto, ámbito geográfico y según la competencia.
- ✓ – Estructura del mercado: mercado actual y potencial.
- ✓ – El entorno y su influencia en el marketing de la empresa.
- ✓ – Factores del microentorno. Relación directa, relación indirecta y legislación.

- ✓ – Variables del macroentorno. Demográficos, económicos, culturales, políticos y legales, tecnológicos, ecológicos.
- ✓ – Segmentación del mercado. Concepto y objetivos. Criterios de segmentación:
- ✓ – Generales: geográficos, demográficos y socioeconómicos y psicográficos.
- ✓ – Específicos: beneficios y usos esperados, frecuencia de compra y lealtad de marca.
- ✓ – El estudio del comportamiento del consumidor. Tipos de consumidores. Variables internas y externas que influyen en el comportamiento del consumidor. Los derechos del consumidor y los nuevos hábitos de consumo.
- ✓ – El proceso de decisión de compra del consumidor final.
- ✓ – Determinantes internos del comportamiento de compra.
- ✓ – Determinantes externos del comportamiento de compra.
- ✓ – El proceso de decisión de compra del consumidor industrial.

3. DETERMINACIÓN DEL PROCESO DE INVESTIGACIÓN COMERCIAL Y SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE MARKETING (SIM):

- ✓ La necesidad de información en la empresa.
- ✓ – Tipos de datos.
- ✓ – Según su naturaleza: cualitativos y cuantitativos.
- ✓ – Según su origen: internos y externos.
- ✓ – Según la disponibilidad: primarios y secundarios.
- ✓ – Fuentes de información internas y externas, primarias y secundarias.
- ✓ – El sistema de información de marketing (SIM). Finalidad, objetivos y características.
- ✓ – La investigación comercial. Concepto y características. Tipos de estudios.
- ✓ Aplicaciones de la investigación comercial.
- ✓ – Fases de un proceso de investigación comercial: utilidad el proyecto de investigación.
- ✓ – Definir objetivos de la investigación.
- ✓ – Especificar necesidades de información.
- ✓ – Identificar las fuentes de información.
- ✓ – Elegir el diseño de investigación apropiado.
- ✓ – Diseñar la muestra.
- ✓ – Diseñar los formatos de recogida de datos.
- ✓ – Realizar el trabajo de campo.
- ✓ – Procesar la información. Analizar e interpretar la información.
- ✓ – Presentación de resultados con informe final para la toma de decisiones.

- ✓ – Fuentes de información secundarias. Formas de obtener datos secundarios.
- ✓ – Fuentes primarias. Técnicas de investigación cualitativa: la entrevista en profundidad, la dinámica de grupos y la observación. Técnicas proyectivas.
- ✓ Técnicas de creatividad.
- ✓ – Fuentes primarias. Técnicas de investigación cuantitativa: la encuesta. Tipos de encuestas. El cuestionario. El muestreo. Selección de la muestra.
- ✓ – El trabajo de campo en la investigación comercial. Temporalización del trabajo de campo en una investigación comercial.
- ✓ – Tratamiento y análisis de datos.
- ✓ – Elaboración del informe y presentación de los resultados.

4. DEFINICIÓN DE LAS POLÍTICAS APLICABLES AL PRODUCTO/SERVICIO:

- ✓ El producto como instrumento de marketing.
- ✓ – Atributos de un producto. Distribución de los atributos en niveles.
- ✓ – Clasificación de los productos atendiendo a distintos criterios. Según su naturaleza.
- ✓ Según el uso o destino. Según la frecuencia de compra. Según el esfuerzo de compra.
- ✓ – La dimensión del producto. Gama y líneas de productos, familias y categorías.
- ✓ – Análisis de la cartera de productos/servicios o marcas de una empresa.
- ✓ – El ciclo de vida del producto. Concepto y fases.
- ✓ – Estrategias en política de productos.
- ✓ – Creación de nuevos productos.
- ✓ – Diversificación de productos.
- ✓ – Ventajas e inconvenientes. La diferenciación del producto.
- ✓ – Elementos de diferenciación: marca, modelo, envase y etiqueta.
- ✓ – Gestión de la calidad del producto.
- ✓ – Aplicación del marketing a los servicios. Estrategias y gestión de los servicios.
- ✓ – La marca. Concepto, finalidad y regulación legal. Tipos de marcas. Estrategias y licencias de marca.

5. DETERMINACIÓN DEL MÉTODO DE FIJACIÓN DEL PRECIO DE VENTA DEL PRODUCTO/SERVICIO:

- ✓ El precio del producto como instrumento de marketing. Objetivos de la política de precios.
- ✓ – Factores que condicionan el precio de un producto: el aspecto legal, el marco interno de la empresa, la competencia y el mercado, los proveedores, los intermediarios, la elasticidad de la demanda, el ciclo de vida del producto, los costes y otros.
- ✓ – Componentes del precio de un producto o servicio. Costes y márgenes.
- ✓ – Métodos de fijación de precios a partir del coste.
- ✓ – Métodos de fijación de precios basados en la competencia.
- ✓ – Métodos de fijación de precios basados en la demanda de mercado.
- ✓ – Estrategias en política de precios.
- ✓ – Estrategias de precios psicológicos. El método del valor percibido.
- ✓ – Cálculo de costes y del precio de venta del producto, utilizando la hoja de cálculo.

6. SELECCIÓN DE LA FORMA Y CANAL DE DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO O LÍNEA DE PRODUCTOS:

- ✓ La distribución comercial como instrumento de marketing.
- ✓ – Canales de distribución. Concepto, estructura y tipos.
- ✓ – Relaciones internas en el canal de distribución. Cooperación, conflicto y poder. El
- ✓ Trade marketing.
- ✓ – Los intermediarios comerciales. Funciones y tipos de intermediarios.
- ✓ – Los comerciantes mayoristas. Funciones del comercio mayorista.
- ✓ – El comercio minorista. Funciones del comercio minorista.
- ✓ – Factores que condicionan la elección de la forma y canal de distribución.
- ✓ – Formas comerciales de distribución: comercio independiente, asociado e
- ✓ integrado.
- ✓ – Formas de intermediación comercial.
- ✓ – La franquicia. Factores esenciales. Regulación legal. Criterios de elección y
- ✓ financiación.
- ✓ – Estrategias de distribución. Relación del fabricante con la red de venta.
- ✓ – Los costes de distribución. Estructura y cálculo.

7. IDENTIFICACIÓN DE LAS ACCIONES Y TÉCNICAS QUE INTEGRAN LA POLÍTICA DE

comunicación:

- ✓ – La comunicación como instrumento de marketing.
- ✓ – El proceso de comunicación comercial. Elementos básicos.
- ✓ – El mix de comunicación: tipos y formas.
- ✓ – Objetivos de las políticas de comunicación. La comunicación comercial y la imagen de marca.
- ✓ – La publicidad. Concepto y objetivos. Análisis y planificación de medios publicitarios.
- ✓ – Las agencias de publicidad.
- ✓ – El briefing del producto. Estructura y contenido.
- ✓ – La eficacia publicitaria: su medida. Los nuevos medios de comunicación estratégica.
- ✓ – Las relaciones públicas. Objetivos. Técnicas de relaciones públicas. Patrocinio y mecenazgo. Organización de ferias y eventos.
- ✓ – La promoción de ventas. Concepto y objetivos. Técnicas de promoción de ventas.
- ✓ – El merchandising. Componentes básicos.
- ✓ – La venta personal. Naturaleza y características. El proceso de la venta personal.
- ✓ – El marketing directo. Concepto y medios principales de comunicación: venta por correo y telemarketing.
- ✓ – El marketing online. Modelos de comercio a través de internet.

8. SECUENCIACIÓN DEL PROCESO DE PLANIFICACIÓN COMERCIAL:

- ✓ – La planificación de marketing: finalidad y objetivos.
- ✓ – Características y utilidades del plan de marketing.
- ✓ – Estructura del plan de marketing. Fases en su elaboración.
- ✓ – Análisis de la situación: análisis interno y externo. Análisis DAFO. Análisis CAME,
- ✓ Matriz de la Boston Consulting Group (BCG) y otras técnicas de análisis.
- ✓ – Fijación de los objetivos que se pretenden conseguir.
- ✓ – Definición de las acciones y políticas del marketing–mix.
- ✓ – Presupuesto: de recursos financieros, humanos y tiempo.
- ✓ – Ejecución del plan de marketing.
- ✓ – Seguimiento de las políticas del plan de marketing.

5. Contenidos distribuidos en unidades de trabajo.

<i>Primera Evaluación</i>	<i>Segunda Evaluación</i>	<i>Tercera Evaluación</i>
1. Introducción al marketing	4. La investigación comercial	7. La distribución
2. El mercado	5. El producto	8. La comunicación comercial
3. El comportamiento del consumidor	6. El precio	9. El plan de marketing

Contenidos	Horas lectivas
Bloque temático I: El marketing	
Unidad 1. Introducción al marketing	15 horas
Unidad 2. El mercado	15 horas
Bloque temático II: El mercado y el consumidor	
Unidad 3. El comportamiento del consumidor	15 horas
Bloque temático III: La investigación comercial	
Unidad 4. Proceso de investigación comercial.	15 horas
Bloque temático IV: Instrumentos de marketing	
Unidad 5. Política de producto – servicio.	15 horas
Unidad 6. Política de precio.	15 horas

Unidad 7. Política de distribución.	15 horas
Unidad 8. Política de comunicación. La publicidad	15 horas
Bloque temático V: Plan de marketing	
Unidad 9. La planificación comercial	15 horas
Anexo	
Caso práctico: PLAN DE MARKETING	30 horas

6. Secuenciación. Temporalización

Contenidos secuenciados

1ª Evaluación	2ª Evaluación	3ª Evaluación
U.T. 1, 2, 3. <ul style="list-style-type: none"> • Septiembre: 1 • Octubre: 1, 2 • Noviembre: 3 	U.T. 4, 5, 6. <ul style="list-style-type: none"> • Diciembre: 4 • Enero: 4, 5. • Febrero: 6 	U.T. 7, 8, 9 <ul style="list-style-type: none"> • Marzo: 7 • Abril: 7, 8 • Mayo: 8, 9 • Junio: 9

7. Competencias profesionales, sociales y personales.

La formación del módulo profesional contribuye a alcanzar las siguientes competencias profesionales, personales y sociales del título:

- 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.

- 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.
- d) Organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías en las condiciones que garanticen su conservación, mediante la optimización de medios humanos, materiales y de espacio, de acuerdo con procedimientos establecidos.
- e) Garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio, previendo las necesidades de compra para mantener el nivel de servicio que requiere la atención a la demanda de los clientes o consumidores.
- f) Realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios, aplicando técnicas de merchandising, de acuerdo con los objetivos establecidos en el plan de comercialización de la empresa.
- g) Realizar acciones de comercio electrónico, manteniendo la página web de la empresa y los sistemas sociales de comunicación a través de Internet, para cumplir con los objetivos de comercio electrónico de la empresa definidos en el plan de marketing digital.
- h) Realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial, utilizando el hardware y software apropiado para automatizar las tareas y trabajos.
- i) Ejecutar las acciones de marketing definidas por la organización comercial en el plan de marketing, identificando las necesidades de productos y/o servicios de los clientes, los factores que intervienen en la fijación de precios, los canales de distribución y las técnicas de comunicación para cumplir con los objetivos fijados por la dirección comercial.
- 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.
- k) Realizar ventas especializadas de productos y/o servicios, adaptando el argumentario de ventas a las características peculiares de cada caso para cumplir con los objetivos comerciales definidos por la dirección comercial.
- l) Gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores, realizando el seguimiento de las operaciones, para asegurar el nivel de servicio prestado.
- 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.

8. Objetivos generales del ciclo.

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

- 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.
- 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.
- f) Reconocer las tareas de recepción, ubicación y expedición de mercancías en el almacén, asignando medios materiales y humanos, controlando los stocks de mercancías y aplicando la normativa vigente en materia de seguridad e higiene, para organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías.
- g) Acopiar y procesar datos de previsiones de demanda y compras a proveedores, utilizando tecnologías de la información y comunicación para garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio.
- h) Identificar y elegir los mejores proveedores y/o suministradores, negociando las ofertas y condiciones de suministro para realizar las compras necesarias que mantengan el nivel de servicio establecido en función de la demanda de los clientes o consumidores.
- i) Crear imagen de tienda, combinando los elementos exteriores e interiores del establecimiento comercial con criterios comerciales, para realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios.
- j) Analizar las políticas de venta y fidelización de clientes, organizando la exposición y promoción del surtido, para realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios.

- k) Seleccionar datos e introducirlos en la página web de la empresa, realizando su mantenimiento y buscando un buen posicionamiento, la facilidad de uso y la máxima persuasión para realizar acciones de comercio electrónico.
- l) Fomentar las interrelaciones con otros usuarios de la red, utilizando estrategias de marketing digital en las redes sociales, para realizar acciones de comercio electrónico.
- m) Reconocer las características de los programas informáticos utilizados habitualmente en el sector comercial, confeccionando documentos y materiales informáticos para realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial.
- n) Identificar el mercado y el entorno de la empresa comercial, obteniendo y organizando la información de los agentes que intervienen en el proceso comercial y aplicando políticas de marketing apropiadas para ejecutar las acciones de marketing definidas por la organización comercial en el plan de marketing.
- o) Seleccionar acciones de información al cliente, asesorándolo con diligencia y cortesía y gestionando en su caso las quejas y reclamaciones presentadas, para ejecutar los planes de atención al cliente.
- p) Determinar las características diferenciadoras de cada subsector comercial, ofertando los productos y/o servicios mediante técnicas de marketing apropiadas para realizar ventas especializadas de productos y/o servicios.
- q) Identificar expresiones y reglas de comunicación en inglés, tanto de palabra como por escrito, para gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores.
- r) 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.
- s) 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.
- t) 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.
- u) 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.
- v) 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 a adoptar, y aplicar los protocolos correspondientes para evitar daños en uno mismo, en las demás personas, en el entorno y en el medio ambiente.

- w) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al “diseño para todos”.
- x) 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.
- y) 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.
- z) 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.

9. Actividades de enseñanza, aprendizaje/evaluación.

Seguidamente se va desarrollar la **Programación de aula: actividades de enseñanza - aprendizaje**, de las 9 unidades del módulo de MARKETING EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL, especificando para cada una de ellas los contenidos, resultados de aprendizaje y criterios de evaluación, así como determinadas orientaciones metodológicas muy concretas, ligadas de manera directa a los contenidos desarrollados, de manera que el trabajo con la unidad resulte lo más didáctico y enriquecedor posible, asegurando el logro de los resultados de aprendizaje previstos.

Unidad 1. Introducción al marketing	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	ACTIVIDAD DE ENSEÑANZA
CE 1.1	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer el Concepto • Ver el Origen y evolución del marketing • Saber establecer las Funciones del marketing. Tipos de marketing • Realizar un ejemplo del marketing-mix para un producto o servicio • Identificar La actividad comercial de la empresa y el marketing • Conocer que es el Marketing responsable
CE.1.2.	
CE 1.3.	
CE 1.4.	
CE 1.5.	
CE 1.6.	
CE 1.7.	

Unidad 2. El mercado	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA
CE 2.1.	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar Concepto, características y elementos • Identificar Funciones. Límites del mercado • Realizar una Clasificación de los mercados • Realizar un Análisis del mercado actual y potencial • Identificar Variables del entorno: micro y macro
CE 2.2.	
CE2.3.	
CE2.4.	
CE2.5.,	
CE 2.6.	
CE 2.7.	
CE 2.8	

Unidad 3. El comportamiento del consumidor	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA
CE 3.1.	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar una segmentación y la diferenciación. Concepto y objetivos. • Conocer los Criterios de segmentación • Hacer un Análisis del comportamiento del consumidor. Satisfacer sus necesidades • Determinar el proceso de decisión de compra <ul style="list-style-type: none"> a. Consumidor final b. Consumidor industrial
CE 3.2.	
CE 3.3.	
CE 3.4.	
CE 3.5.	
CE 3.6.	
CE 3.7.	
CE 3.8.	

Unidad 4. Proceso de investigación comercial.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA
CE 4.1,	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer que es la investigación comercial. El sistema de información de marketing • Identificar Fases de la investigación comercial. • Conocer Fuentes de información • Saber cuáles son Soportes en fuentes primarias • Saber cuáles son Soportes en fuentes secundarias • Realizar una Obtención, corrección y tabulación de datos • Saber hacer un Análisis de los datos y elaboración del informe de los
CE 4.2.	
CE 4.3	
CE 4.4. .	
CE 4.5.	
CE 4.6.	
CE 4.7	

Unidad 5. Política de producto – servicio.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA
CE 5.1.	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer los Atributos del producto –servicio <ul style="list-style-type: none"> ○ Internos: composición, diseño, forma y tamaño, calidad ○ Externos: envase, etiqueta ○ Intangibles: la marca, <i>made in</i>, garantía, servicios añadidos • Conocer que es La marca. Estrategia de marca. Valoración. Registro. Posicionamiento
CE 5.2.	
CE 5.3.	
CE 5.4.	
CE 5.5.	
CE 5.6.	
CE 5.7.	
CE 5.8,	

Unidad 5. Política de producto – servicio.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA
CE 5.9.	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer el Ciclo de vida del producto – servicio • Hacer un Análisis de la cartera de productos – servicios <ul style="list-style-type: none"> ○ Planificación y desarrollo del producto – servicio ○ La matriz BCG • Conseguir realizar la Elección de la estrategia de marketing de producto – servicio

Unidad 6. Política de precio.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA
CE 6.1.	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer los Objetivos de la fijación del precio • Determinar los Factores determinantes del precio • Utilizar los Métodos de fijación de precios • Elegir una de la estrategia de marketing de precio • Realización del cálculo del precio de venta con aplicación informática
CE 6.2.	
CE 6.3	
CE 6.4.	
CE 6.5.	
CE 6.6.	
CE 6.7.	
CE 6.8.	

Unidad 7. Política de distribución

Unidad 6. Política de precio.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA
CE 7.1.	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer La distribución comercial. Tendencias • Identificar Los intermediarios. Funciones. • Determinar los Canales de distribución. Acceso a los mercados <ul style="list-style-type: none"> ○ Estructura y tipos ○ Selección de los canales de distribución • Ver las formas comerciales de distribución <ul style="list-style-type: none"> ○ Comercio independiente ○ Comercio asociado. Franquicias ○ Comercio integrado • Calcular los Costes de distribución
CE 7.2.	
CE 7.3.	
CE 7.4.	
CE 7.5.	
CE 7.6.	
CE 7.7.	
CE 7.8	
CE 7.9.	

Unidad 8. Política de comunicación	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA
CE 8.1.	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar las Tendencias en la comunicación
CE 8.2	

Unidad 8. Política de comunicación	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA
CE 8.	<ul style="list-style-type: none">• Establecer los Objetivos de la comunicación• Crear un proceso de comunicación comercial• Establecer una estrategia de comunicación comercial• Crear unas herramientas de comunicación• Realizar un <i>briefing</i>• Generar Códigos y géneros publicitarios• Identificar un Medios. Ver las funciones de las Agencias de publicidad• Establecer una Medición de la eficacia de la publicidad• Conocer la ley que Regulación publicitaria
CE 8.4	
CE 8.5.	
CE 8.6. .	
CE 8.7.	
CE 8.8	

Unidad 9. Realización plan de marketing	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA
CE 9.1.	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar en el plan de marketing, las utilidades y objetivos • Crear una estructura del plan de marketing. Ver las etapas del plan de marketing • Realizar un análisis de la empresa y del entorno. Análisis DAFO • Ver como establecer una fijación de objetivos • Establecer el plan de acción • Establecer el Presupuesto • Analizar los Métodos de control
CE 9.2.	
CE 9.3.	
CE 9.4.	
CE 9.5.	
CE 9.6.	
CE 9.7.	
CE 9.8	
CE .9.9.	

10. Orientaciones pedagógicas y metodología.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar funciones de apoyo y colaboración en la aplicación y seguimiento de las políticas de marketing.

La función de apoyo y colaboración en la aplicación y seguimiento de las políticas de marketing incluye aspectos como:

- Análisis del mercado y el entorno de la empresa.
- Configuración del sistema de información de mercados (SIM).
- Análisis de las características y atributos de productos, servicios y líneas de productos para su adecuación a las necesidades y perfil de los clientes.
 - Evaluación de las oportunidades de mercado para el lanzamiento de un producto o servicio.
 - Aplicación de técnicas de marketing para la venta y distribución de productos.
 - Cálculo del precio de venta del producto.
 - Selección de la forma y/o canal de distribución de un producto, línea o gama de

productos.

- Selección de la política de comunicación y promoción del producto, líneas de productos o marcas.
- Colaboración en la aplicación y control de las acciones del plan de marketing.
- Definición y aplicación de técnicas de marketing en un pequeño comercio.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- El desarrollo, seguimiento y control de las políticas y acciones incluidas en el plan de marketing de la empresa.
- La definición, aplicación y seguimiento de técnicas de marketing en un pequeño establecimiento comercial.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales n), q), r), s) y t) del ciclo formativo, y las competencias i), m), n), ñ) y o) del título.

Las líneas de actuación en el proceso enseñanza–aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- Análisis de las funciones y aplicaciones del marketing en las empresas y organizaciones.
- Análisis de las funciones, contenido y estructura de un sistema de información de mercados (SIM).
- Estudio del proceso de investigación comercial, analizando sus aplicaciones en las empresas y organizaciones.
- Análisis de los atributos de productos, servicios, líneas de productos y marcas.
- Cálculo del precio de venta de productos y servicios, aplicando distintos métodos.
- Análisis de las distintas formas y canales de distribución comercial.
- Análisis de las técnicas de promoción de ventas, teniendo en cuenta el tipo de producto y las características del cliente al que van dirigidas.
- Estudio de los distintos tipos de publicidad, analizando los medios y soportes utilizados.
- Análisis de diferentes estrategias comerciales.
- Estudio del proceso de planificación comercial, analizando las políticas de producto, precio, distribución y comunicación que forman parte de un plan de marketing.

11. Coordinación con otros módulos profesionales.

En docencia de este módulo profesional, se tendrá en cuenta la necesidad de coordinación en contenidos y actividades, con los docentes que impartan los módulos profesionales siguientes:

- 1232 procesos de ventas

12. Criterios de evaluación y calificación.

La evaluación tendrá un carácter continuo por lo que se realizará a lo largo de todo el proceso formativo del alumno, lo que permitirá guiar al alumno en dicho proceso, detectar errores en la adquisición de habilidades y destrezas, y recuperar aquellos aspectos en los que se detecten deficiencias, de tal manera que se alcancen los objetivos previstos.

Los alumnos que no asistan regularmente a las clases y pierdan la evaluación continua serán evaluados de acuerdo con el procedimiento descrito posteriormente.

A lo largo del proceso formativo, se contemplan tres momentos de evaluación: evaluación inicial, evaluación formativa y evaluación final.

La evaluación inicial proporciona información de partida del alumno con la finalidad de orientar la intervención educativa adecuadamente, de forma que el proceso de enseñanza/aprendizaje pueda adquirir el carácter de individualización que se requiera en cada caso. En la evaluación inicial se utilizarán instrumentos tales como entrevistas, cuestionarios, observación directa, etc. para conocer al alumno (capacidades y habilidades, técnicas de trabajo, motivaciones e intereses).

La evaluación formativa se realiza a lo largo del propio proceso de enseñanza aprendizaje. Aquí se evaluarán aspectos tales como: el progreso de cada alumno, la consecución de los resultados de aprendizaje y las dificultades halladas en el aprendizaje de los diferentes tipos de contenidos.

La evaluación final representa el resultado del seguimiento y evaluación de todo el proceso formativo en el que se valorará la evolución positiva en el desarrollo personal y la consecución de los resultados de aprendizaje asistidos por los criterios de evaluación.

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN.

PARTE ACTITUDINAL.

Instrumentos:

La observación del comportamiento y el análisis del trabajo realizado, y su posterior registro en el cuaderno del profesor.

-Comportamiento y respeto: Responsabilidad, motivación, interés, atención, compostura, honestidad, consideración, obediencia, tolerancia...

Tendrán la consideración de **comportamiento disruptivo en el aula**, la utilización del móvil, interrumpir intencionadamente las explicaciones, generar ruidos molestos, perder el tiempo, no atender, hablar a destiempo, la utilización de un vocabulario inapropiado –blasfemias, palabras mal sonantes, tacos...–, el no ocupar la ubicación asignada, realizar tareas de otros módulos distintos al que se está impartiendo, la impuntualidad...

Tendrán la consideración de **conductas disruptivas muy graves**, entre otras, la indisciplina –faltas de respeto al profesor o a los compañeros, malas contestaciones, desobediencia, insultos, vejaciones–, la violencia física o psicológica, el acoso, el vandalismo –deterioro o rotura intencionada del mobiliario, equipos informáticas o material en general, pintadas– y la reiteración de un comportamiento disruptivo en clase.

-Trabajo y compromiso: Esfuerzo, dedicación, trabajo en el aula/casa, presentación formal de las tareas, implicación, traer materiales, puntualidad en la entrega de actividades...

La mera presentación o entrega de los trabajos del aula/casa, sin que se hayan realizado con criterio, esfuerzo, corrección y rigor, no se considerará como trabajo realizado. Por ello, se valorará, por un lado, la realización de los trabajos y, por otro lado, la calidad de estos

PARTE APTITUDINAL

Instrumentos: Se utilizarán los siguientes instrumentos objetivados:

-Pruebas objetivas: Alternativas, Test, elección múltiple, V/F, Relación y Pruebas Mixtas: teórico – práctico. Se les asignará un valor numérico parcial sobre el valor total de este apartado.

-Exposiciones orales y trabajos escritos. Se les asignará un valor numérico parcial sobre el valor total de este apartado.

-Ortografía: Se descontará de la nota final de los instrumentos anteriores.

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.

Estos criterios cuantifican numéricamente el valor porcentual de cada instrumento de evaluación en relación con la evaluación continua y sumativa. Para esta programación, serán los siguientes:

PARTE ACTITUDINAL	PARTE APTITUDINAL
30% de la nota 3 puntos sobre 10. Aprobado = / > de 1,5 pto.	70% de la nota. 7 puntos sobre 10. Aprobado = / > de 3,5 pto.

PARTE ACTITUDINAL: En este apartado existe un amplio margen de valoración subjetiva, por lo que se establece una escala que relaciona cada bloque de criterios con un valor numérico, y que se aplica a todos los alumnos con la finalidad de objetivar (en la medida de lo posible) la calificación de esta parte, que está basada en aspectos cualitativos.

INSTRUMENTO	VALORACIÓN	ESCALA DE VALOR
Trabajo en el aula/casa (Ejercicios, síntesis, trabajos, supuestos, vídeos...)	25%. (2,5 puntos)	Porcentaje de trabajos presentados (hasta 0,625 puntos): [100 – 95%]: 0,625 puntos. (95 – 75%]: 0,25 puntos. < 75%: 0 puntos. Valoración de los trabajos presentados (hasta 1,875 punto): Ratio = Notas/n.º trabajos Valoración = Ratio x 18,75%
Comportamiento y respeto.	5%. (0,5 puntos)	Una amonestación por una conducta disruptiva muy grave: 0 puntos. Más de tres amonestaciones verbales o escritas por comportamiento disruptivo en el aula: 0 puntos.

La mera presentación o entrega de los trabajos del aula/casa, sin que se hayan realizado con criterio, esfuerzo, corrección y rigor, no se considerará como trabajo realizado.

PARTE APTITUDINAL: Se valorará la corrección y correlación entre la respuesta dada y el contenido impartido.

INSTRUMENTO	VALORACIÓN	CRITERIO CALIFICACIÓN	DE
Pruebas objetivas, trabajos de investigación y exposiciones orales.	70%. (7 puntos)	$\text{Ratio} = \text{Notas} / \text{n.}^{\circ} \text{ pruebas}$ $\text{Valoración} = \text{Ratio} \times 70\%$	
Faltas de ortografía	- 0,15 puntos/falta. (máximo 1 punto)	Se restará de la nota del apartado anterior.	

Las unidades de trabajo que sean evaluadas exclusivamente con una prueba objetiva o un trabajo de investigación y/o exposición les corresponderá el valor total de esta parte (70%). Sin embargo, este porcentaje se repartirá cuando se evalúen mediante examen y trabajo y/o exposición.

- La calificación de cada evaluación vendrá expresada de 1 a 10 puntos sin decimales y se obtendrá como la media aritmética ponderada de la calificación obtenida en cada una de las dos partes (aptitudinal y actitudinal). Siempre y cuando el alumno haya obtenido en cada parte una calificación ponderada igual o superior a 5 puntos.

Para poder realizar la nota media entre las pruebas de la parte aptitudinal, el alumno deberá obtener, al menos, 5 puntos sobre 10 en cada una de ellas.

-Se realizarán una o varias pruebas trimestrales. Se podrán realizar pruebas tipo, test, teórico-prácticas. En las pruebas tipo test, las preguntas contestadas incorrectamente podrán ser tenidas en cuenta de forma negativa. **No se harán recuperaciones de las pruebas parciales.**

-Las actividades propuestas deberán ser entregadas en el plazo establecido, sino afectará a la calificación de la nota. Se restará 1 punto por cada día de retraso en la entrega de las actividades.

-El alumno aprobará el módulo cuando su calificación sea de 5 puntos o superior, sobre 10. Esta calificación se obtendrá como la media aritmética de las tres evaluaciones (notas sin redondeo) siempre que las tres estén aprobadas (en ningún caso se la hará nota media global con una evaluación suspensa, aunque la media diese 5 puntos) En caso contrario, la nota máxima será de cuatro puntos y el alumno no habrá superado el módulo.

- Dado que las notas de evaluación no permiten números decimales, y éstos se pueden producir como consecuencia de la aplicación del cálculo anterior, la calificación de la evaluación se hará por redondeo. Si el primer decimal es 0,75 o inferior se redondea a la baja y si es 0.75 o superior al alza. Esta regla tiene dos excepciones: la franja entre 4 y 5 puntos redondeará siempre a 4 y las notas inferiores a 1 punto se redondearán a 1.

-En caso de comprobarse que el alumno está copiando (habla con otro compañero, utiliza medios electrónicos, papel o medios análogos para obtener soluciones o datos de la prueba) será motivo de suspenso automático en esa prueba, no se corregirá el examen y se le asignará una nota de 0 puntos sobre 10.

Si se producen coincidencias importantes en los trabajos entre compañeros o con un trabajo publicado, se aplicará el mismo criterio que en el caso de copiar en una prueba.

FALTA DE ASISTENCIA A EXÁMENES

En caso de que un alumno falte a la realización de una prueba global de evaluación o de recuperación, el profesor podrá plantear la realización de otra prueba en día posterior si, a su juicio, hay plazo para ello (es decir, si no ha pasado la fecha de evaluación) y siempre que el alumno haya faltado por causas de fuerza mayor, debidamente certificadas con justificante médico o de organismo oficial. No será válido cualquier otro justificante (de padres, empresas, del alumno...). No se repetirán en ningún caso los exámenes parciales. En caso de no presentar un justificante médico o de organismo oficial, la prueba constará como no realizada y computará con una nota de 0 para la obtención de la nota de evaluación.

RECLAMACIONES A LAS NOTAS DE LA EVALUACIÓN TRIMESTRAL

El profesor explicará a cada alumno el cálculo efectuado y las notas de los distintos apartados que se utilizan para obtener las calificaciones de la evaluación trimestral.

Una vez entregado el boletín de notas de la primera evaluación, los alumnos podrán solicitar, en los 2 días lectivos posteriores, las aclaraciones que estimen oportunas. Estas aclaraciones podrán presentarse directamente al profesor de forma verbal o por escrito registrado en la secretaría del centro. Serán atendidas de la misma forma a su presentación en los siguientes 5 días lectivos a su presentación.

NOTA FINAL DEL MÓDULO

La nota final del módulo será positiva, cuando el alumno tenga superadas las tres evaluaciones. Se hará media aritmética entre las notas definitivas de cada evaluación, sí y solo sí, cada una de éstas son iguales o mayores a 5.

La nota final se redondeará de la siguiente manera: los decimales inferiores a 0,75 se redondearán al entero más bajo. Los superiores o iguales a 0,75 al entero más alto. Esta regla tiene dos excepciones: la franja entre 4 y 5 se redondeará siempre a 4 y las notas inferiores a 1 se redondearán a 1.

RECLAMACIONES A LAS NOTAS DE LAS EVALUACIONES FINALES

Si la reclamación corresponde a las calificaciones de las evaluaciones finales, el procedimiento será el establecido en el artículo 25.2 y 25.3 de la Orden EDU/2169/2008, de 15 de diciembre por el que se regula el proceso de evaluación y la acreditación académica de los alumnos que cursen enseñanzas de formación profesional inicial en la Comunidad de Castilla y León.

13. Criterios de recuperación en evaluación continua.

El alumno tendrá pruebas de recuperación seguidamente a la primera y segunda evaluación.

El examen final de junio (primera evaluación final) incluirá las evaluaciones que el alumno haya suspendido durante el curso (con una prueba escrita a cada alumno que supondrá el 100% de la nota de la evaluación o evaluaciones pendientes).

Los alumnos que obtengan una calificación igual o superior a 5 puntos en las pruebas de recuperación de evaluación o de esta primera convocatoria de junio, serán calificados con la nota resultante de aplicar la siguiente fórmula matemática:

$$NOTA PRUEBA DE RECUPERACIÓN = 5 + \frac{Nota\ obtenida - 5}{2}$$

En caso de **no superar** el examen final de la primera convocatoria de junio, el alumno **deberá presentarse a la segunda convocatoria de septiembre (segunda convocatoria final) con la totalidad de la materia**. En esta convocatoria su evaluación consistirá en la realización de una prueba escrita (100% de la nota final) que incluirá todos los contenidos del módulo y tomará como referencia los criterios de evaluación. En ella se especificarán claramente los criterios de calificación. La calificación deberá ser 5 puntos o superior para aprobar el módulo.

14. Pérdida del derecho a evaluación continua y procedimiento a seguir para evaluar a estos alumnos.

El alumno que falte a 25 horas lectivas (15% de 165 horas=24.75) pierde el derecho a la evaluación continua. Esta situación implica que el profesor no tiene elementos de juicio suficientes para valorar los contenidos del módulo en su conjunto, es decir no hay una continuidad en la evaluación.

Serán evaluados de la siguiente forma:

La evaluación del alumnado que ha perdido la evaluación continua consistirá en la realización de una prueba escrita (100% de la nota final) que incluirá todos los contenidos del módulo y tomará como referencia los criterios de evaluación. En ella se especificarán claramente los criterios de calificación. Dicha prueba tendrá lugar en el examen final de junio (primera evaluación final). La calificación deberá ser 5 puntos o superior para aprobar el módulo.

En caso de que el alumno sea sorprendido utilizando recursos no permitidos en esta prueba obtendrá un cero y, por lo tanto, no podrá superar la convocatoria.

La nota final se redondeará de la siguiente manera: los decimales inferiores a 0,75 se redondearán al entero más bajo. Los superiores o iguales a 0,75 al entero más alto. Esta regla tiene dos excepciones: la franja entre 4 y 5 se redondeará siempre a 4 y las notas inferiores a 1 se redondearán a 1.

En caso de no superar este examen, el alumno **deberá presentarse a la convocatoria de septiembre (segunda evaluación final) con la totalidad de la materia**. En esta convocatoria su evaluación consistirá en la realización de una prueba escrita (100% de la nota final) que incluirá todos los contenidos del módulo y tomará como referencia los criterios de evaluación. En ella se especificarán claramente los criterios de calificación. La calificación deberá ser 5 puntos o superior para aprobar el módulo.

La pérdida de evaluación continua no supone la prohibición de asistir a clase, realizar actividades y tareas o presentarse a los exámenes parciales o de evaluación. El profesor, de hecho, recomienda asistir a clase y reengancharse en todo lo posible al ritmo normal del grupo (trabajos, actividades, exámenes) pues todo ello ayudará a ir preparando la materia.

15. Recursos didácticos y organizativos.

Todo el material necesario para el desarrollo de este módulo se encuentra en el aula virtual habilitada para el módulo. Se recomienda el texto de Mac-Graw Hill Marketing en la Actividad Comercial

Otros recursos didácticos:

- Ordenadores
- Internet. Manejo de diferentes páginas web.
- Programas informáticos.
- Bibliografía de aula: según el tema a tratar se recomendará el manejo de textos concretos.
- Dispositivo de proyección sobre pantalla.
- Presentaciones, etc.

16. Uso de las TIC en el aula.

El desarrollo de los contenidos de este módulo profesional precisa de la aplicación de las TIC'S de forma habitual para la búsqueda y tratamiento de la información y cumplimentación de documentos, así, es necesario utilizar hoja de cálculo, procesador de textos y un programa de presentaciones, además de una conexión a internet.

La integración de las TIC'S en el currículo, recogida en la Ley Orgánica de Educación de 2006, no solamente se plasma en el desarrollo del propio currículo al hablar de competencias básicas (competencias para el tratamiento de la información y competencia digital) sino que también parece como un elemento más a desarrollar cuando se elaboran las Programaciones Didácticas.

En cada apartado de esta programación se indica el uso de las TIC'S en distintas actividades de aula. Una recopilación de lo incluido sería lo siguiente:

- Los sistemas informáticos (hardware, redes, software).
- Búsqueda y selección de información a través de internet.
- Comunicación interpersonal y trabajo colaborativo en redes: internet, móviles, tablets, correos, blogs, nube.
- Procesador de texto, hoja de cálculo y presentaciones.
- Juegos de test en distintas aplicaciones como kahoot.

- Youtube.
- Utilización del correo electrónico para avisos.
- Utilización de la plataforma Moodle y Teams para la realización de tareas, comunicación de mensajes relacionados con el módulo, comunicación con el profesor, alojamiento de materiales relacionados con el módulo (artículos, videos, apuntes...) y realización de cuestionarios y exámenes.

17. Actividades complementarias y extraescolares.

Las que se especifique en el plan de actividades del departamento

18. Medidas de atención a la diversidad.

Cuando el ciclo vaya a ser cursado por alumnos con Necesidades Educativas Especiales, o con algún tipo de discapacidad se adoptarán las medidas de atención a la diversidad para el alumnado que las precise, teniendo en cuenta los informes de atención psicopedagógica, así como los procesos de evaluación adecuados que garanticen la accesibilidad a las pruebas y actividades de evaluación.

En la evaluación inicial el tutor de grupo preguntará al alumnado sobre la existencia de Necesidades Educativas Especiales que requieran medidas de atención a la diversidad. En caso de existir alumnos con estas necesidades el tutor lo comunicará al orientador, para que proponga las adaptaciones que correspondan, y al equipo educativo del grupo a fin de que lo tengan presente en la su acción educativa.

19. Actividades de recuperación de los alumnos con materias pendientes de cursos anteriores.

No hay alumnos de cursos anteriores con la materia pendiente.

20. Evaluación de los procesos de enseñanza y de la acción docente.

Al menos una vez a lo largo del curso lectivo se realizará una evaluación del profesor del módulo por parte de los alumnos, que participarán de forma voluntaria y anónima con el ánimo de mejorar la calidad de la enseñanza. La evaluación se realizará a través de un cuestionario estandarizado utilizando la herramienta Microsoft Forms.

21. Actividades de recuperación y evaluación de los alumnos en la segunda evaluación final.

La segunda sesión de evaluación final del primer curso se celebrará en función de las fechas que se establezcan por la Consejería siendo, como cada año, en septiembre.

En esta convocatoria su evaluación consistirá en la realización de una prueba escrita (100% de la nota final) que incluirá todos los contenidos del módulo y tomará como referencia los criterios de evaluación. En ella se especificarán claramente los criterios de calificación. La calificación deberá ser 5 puntos o superior para aprobar el módulo.

En caso de que el alumno sea sorprendido utilizando recursos no permitidos en esta prueba obtendrá un cero y, por lo tanto, no podrá superar la convocatoria.

La nota final se redondeará de la siguiente manera: los decimales inferiores a 0,75 se redondearán al entero más bajo. Los superiores o iguales a 0,75 al entero más alto. Esta regla tiene dos excepciones: la franja entre 4 y 5 se redondeará siempre a 4 y las notas inferiores a 1 se redondearán a 1.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE PARA DESARROLLAR Y AMPLIAR EN LA EMPRESA: MÓDULO: MARKETING EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL (1226) CURSO 24-25

A continuación, se enuncian los resultados de aprendizaje que los alumnos tendrán que ampliar durante sus 6 semanas de prácticas en empresa:

R 4. RESULTADO DE APRENDIZAJE: Define las políticas aplicables al producto o servicio, adecuándolo a las necesidades y perfil de los clientes y a las tendencias del mercado.

R 5. RESULTADO DE APRENDIZAJE: Determina el método de fijación del precio de venta del producto/servicio, teniendo en cuenta los costes, el margen comercial, los precios de la competencia, la percepción de valor del cliente y otros factores que influyen en el precio

R 6. RESULTADO DE APRENDIZAJE: Selecciona la forma y el canal de distribución del producto o línea de productos, considerando los tipos de intermediarios que intervienen y las funciones que desarrollan.

R 7. RESULTADO DE APRENDIZAJE: Identifica las acciones y técnicas que integran la política de comunicación de la empresa u organización, analizando las funciones de cada una de ellas.

PROGRAMACIÓN

Itinerario de Empleabilidad I.

Grado Medio de Actividades Comerciales.

Departamento de la Familia Profesional: Comercio y
Marketing.

Módulo Profesional: Itinerario Personal para la
Empleabilidad.

Código: 1236 Actividades comerciales

Código: 1709 IPE I

Profesora de IPE I: María Ausín Alonso

Contenido

Introducción.....	2
Objetivos Generales del Ciclo Formativo.....	2
Competencias Profesionales, Personales y Sociales.....	3
Resultados de Aprendizaje y Criterios de Evaluación.....	4
Contenidos.....	8
Bloque A. Formación, Legislación y Relaciones Laborales.....	8
Bloque B. Prevención de Riesgos Laborales.....	9
Distribución de los contenidos en las Unidades de Didácticas.....	10
Metodología Didáctica.....	13
Evaluación de los Resultados de Aprendizaje.....	15
Procedimientos e instrumentos de evaluación.....	15
Criterios de calificación.....	16
Plan de Recuperación. Actividades y criterios.....	17
Recuperación de evaluaciones.....	17
Recuperación final.....	18
Pérdida de evaluación continua.....	18
Procedimiento de reclamación de calificaciones.....	18
Materiales y recursos en el aula.....	19
Medidas de atención a la diversidad y adaptaciones curriculares.....	19
Actividades complementarias y extraordinarias.....	20
Tratamientos de los temas transversales en la programación.....	21
Bibliografía utilizada en el curso 2024/2025.....	22

Introducción.

En la presente programación se recoge toda la información necesaria para conocer el desarrollo del curso 2024/2025 en el Módulo de Itinerario Personal para la Empleabilidad en el Grado Medio de Formación Profesional correspondiente al Título de Actividades Comerciales en la Comunidad de Castilla y León.

Esta programación está diseñada para la adaptación individualizada según las diferentes características y necesidades del alumnado de la IES León Felipe de Benavente.

En dicha programación se han utilizado los resultados de aprendizaje establecidos en la normativa anterior, dado que la nueva legislación recogida en el Proyecto de Decreto por el que se establece el currículo de los Ciclos Formativos de Grado Medio, correspondiente a la oferta de Grado D y Nivel 3 del Sistema de Formación Profesional, conducentes a la obtención del título de Actividades Comerciales no introduce modificaciones sustanciales en los resultados de aprendizaje respecto a la normativa previa.

A lo largo de todo el documento, se tiene en cuenta la normativa que regula la Educación tanto en el país como en Castilla y León, así como, la normativa concreta de este Ciclo Formativo, siendo esta:

- **Proyecto de Decreto xx/2024**, por el que se establece el currículo del Ciclo Formativo de Grado Medio de Gestión Administrativa en Castilla y León.
- **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,
- **DECRETO 77/2015**, de 10 de diciembre, por el que se establece el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales en la Comunidad de Castilla y León, teniendo en cuenta los principios generales que han de orientar la actividad educativa, según lo previsto en el artículo 1 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación. Pretende dar respuesta a las necesidades generales de cualificación de los recursos humanos para su incorporación a la estructura productiva de la Comunidad de Castilla y León.
- **Real Decreto 1147/2011**, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo.
- **Ley Orgánica 3/2022**, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional, tiene por objeto la constitución de un sistema único e

integrado de formación profesional que garantice la flexibilidad que exige la generación de itinerarios formativos y profesionales versátiles que contribuyan al fortalecimiento, competitividad y sostenibilidad de la economía española.

- 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.

Objetivos Generales del Ciclo Formativo.

En base a lo recogido en el Real Decreto 1585/2012 de 23 de noviembre en su Artículo 9, *Objetivos Generales*. El Módulo de Itinerario Personal para la Empleabilidad contribuye a alcanzar los objetivos generales: q, r, s, t, u, w, x, y.

- 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 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 a 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

Competencias Profesionales, Personales y Sociales

Además, el módulo de Formación y Orientación Laboral permite al alumnado conseguir las *Competencias Profesionales, Personales y Sociales* m, n, ñ, o, p, q, r, s ubicadas en el *Artículo 5* del citado RD que regula el Título.

- 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.

Resultados de Aprendizaje y Criterios de Evaluación.

DECRETO 77/2015, de 10 de diciembre, por el que se establece el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales en la Comunidad de Castilla y León.

A continuación, se enumeran los resultados de aprendizaje (RA) que se van a trabajar en el módulo junto con los porcentajes asignados a los mismos.

- **RA1. Adquiere las competencias necesarias para el desempeño de las funciones de nivel básico en Prevención de Riesgos Laborales.**
- **RA2. Analiza sus condiciones laborales como persona trabajadora por cuenta ajena identificándolas en los principales tipos de cambios y vicisitudes relevantes que se pueden presentar en la relación laboral en la normativa laboral y especialmente en el convenio colectivo del sector.**

- RA3. Distingue las características del sector productivo y define los puestos de trabajo relacionándolos con las competencias profesionales expresadas en el título.**
- RA4. Analiza y evalúa su potencial profesional y sus intereses para guiarse en el proceso de autoorientación y elabora una hoja de ruta para la inserción profesional en base al análisis de las competencias, intereses y destrezas personales.**
- RA5. Aplica las estrategias para el aprendizaje autónomo reconociendo su valor profesionalizador, diseñando y optimizando su propio entorno de aprendizaje haciendo uso de las tecnologías digitales como herramientas de aprendizaje autónomo, siendo coherente con, su identidad digital y sus propios objetivos profesionales planteados en su plan de desarrollo individual.**

RA1. Adquiere las competencias necesarias para el desempeño de las funciones de nivel básico en Prevención de Riesgos Laborales.

- a) Se ha valorado la importancia de la cultura preventiva en todos los ámbitos actividades de la empresa u organismo equiparado relacionado las condiciones laborales con la salud de la persona trabajadora identificando y clasificando los factores de riesgo en la actividad y los daños derivados de los mismos, especialmente las situaciones de riesgo más habituales en los entornos de trabajo del sector profesional relacionado con el título.
- b) Se han clasificado y descrito los tipos de daños profesionales, con especial referencia a accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, relacionados con el perfil profesional del título.
- c) Se ha determinado la evaluación de riesgos en la empresa u organismo equiparado y definido las técnicas de prevención y de protección que deben aplicarse para evitar los daños en su origen y minimizar sus consecuencias.
- d) Se han analizado los protocolos de actuación en caso de emergencia.
- e) Se han determinado los principales derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.
- f) Se han clasificado las distintas formas de gestión de la prevención en la empresa u organismo equiparado, en función de los distintos criterios establecidos en la normativa sobre prevención de riesgos laborales y determinado las formas de representación de las personas trabajadoras en la empresa u organismo equiparado en materia de prevención de riesgos.
- g) Se ha valorado la importancia de la existencia de un plan preventivo en la empresa u organismo equiparado que incluya la secuenciación de actuaciones a realizar en caso de emergencia y reflexionado sobre el contenido del mismo.
- h) Se han determinado los requisitos y condiciones para la vigilancia de la salud de la persona trabajadora y su importancia como medida de prevención.
- i) Se han identificado las técnicas básicas de primeros auxilios que han de ser aplicadas en el lugar del accidente ante distintos tipos de daños y la composición y uso del

botiquín.

RA2. Analiza sus condiciones laborales como persona trabajadora por cuenta ajena identificándolas en los principales tipos de cambios y vicisitudes relevantes que se pueden presentar en la relación laboral en la normativa laboral y especialmente en el convenio colectivo del sector.

- a) Se han analizado los derechos y obligaciones derivados de la relación laboral, así como las condiciones de trabajo pactadas en un convenio colectivo aplicable al sector profesional relacionado con el título.
- b) Se han comparado las principales modalidades de contratación, localizando los diferentes modelos en las fuentes oficiales.
- c) Se han identificado las características definitorias de los nuevos entornos de organización del trabajo y los derechos que conlleva.
- d) Se han descrito las causas y efectos de la modificación, suspensión y extinción de la relación laboral.
- e) Se han identificado los recursos laborales existentes ante las diferentes vicisitudes que se pueden dar en la relación laboral.
- f) Se han identificado los diferentes componentes del recibo de salario.
- g) Se han detallado las bases de cotización y las cuotas correspondientes a trabajador y empresario en supuestos sencillos.
- h) Se ha valorado el papel de la Seguridad Social como pilar esencial para la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos y se han reconocido las diferentes contingencias que cubre el sistema.
- i) Se han analizado las principales prestaciones derivadas de la suspensión y extinción de la relación laboral.
- j) Se ha analizado el contenido del derecho fundamental a la libertad sindical y las distintas modalidades de representación de los trabajadores en la empresa.
- k) Se han analizado las diferentes medidas de conflicto colectivo y los procedimientos de solución de conflictos.

RA3. Distingue las características del sector productivo y define los puestos de trabajo relacionándolos con las competencias profesionales expresadas en el título.

- a) Se han analizado las principales oportunidades de empleo y de inserción laboral en el sector profesional, identificando las posibilidades de empleo y analizado sus requerimientos actuales para el perfil profesional.
- b) Se ha comparado los diferentes requerimientos exigidos por el mercado laboral con las exigencias para el trabajo en la función pública relacionados con el sector privado.
- c) Se ha reflexionado sobre las actitudes y aptitudes requeridas actualmente para la

actividad profesional relacionadas con el título, así como las competencias personales y sociales más relevantes para el sector identificando nuestra zona de desarrollo próximo.

RA4. Analiza y evalúa su potencial profesional y sus intereses para guiarse en el proceso de autoorientación y elabora una hoja de ruta para la inserción profesional en base al análisis de las competencias, intereses y destrezas personales.

- a) Se han evaluado los propios intereses, motivaciones, habilidades y destrezas en el marco de un proceso de autoconocimiento.
- b) Se han analizado las cualidades y competencias personales afines a la actividad profesional relacionada con el perfil del título.
- c) Se han determinado las competencias personales y sociales con valor para el empleo.
- d) Se han señalado las preferencias profesionales, intereses y metas en el marco de un proyecto profesional.
- e) Se ha valorado el concepto de autoestima en el proceso de búsqueda de empleo.
- f) Se han identificado las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades propias para la inserción profesional.
- g) Se han identificado expectativas de futuro para inserción profesional analizando competencias, intereses y destrezas personales.
- h) Se han valorado hitos importantes en la trayectoria vital con valor profesionalizador.
- i) Se han identificado los itinerarios formativos profesionales relacionados con el perfil profesional.
- j) Se han formulado objetivos profesionales y se ha determinado metas personales y profesionales para la mejora de la empleabilidad y las condiciones de inserción laboral.
- k) Se ha trazado un plan de acción para desarrollar las áreas de mejora y potenciar las fortalezas personales con valor para el empleo.

RA5. Aplica las estrategias para el aprendizaje autónomo reconociendo su valor profesionalizador, diseñando y optimizando su propio entorno de aprendizaje haciendo uso de las tecnologías digitales como herramientas de aprendizaje autónomo, siendo coherente con su identidad digital y sus propios objetivos profesionales planteados en su plan de desarrollo individual.

- a) Se ha tomado conciencia de la responsabilidad individual en el desarrollo profesional valorando la actitud de aprendizaje permanente para el desarrollo de propias y nuevas competencias.
- b) Se ha identificado la empleabilidad como capacidad de adaptación al entorno laboral.
- c) Se han conocido y utilizado herramientas, fuentes de información, conexiones y

actividades para la configuración de un entorno personal de aprendizaje para la empleabilidad.

- d) Se ha puesto en práctica la competencia digital para configurar un entorno personal de aprendizaje para la empleabilidad.
- e) Se ha analizado el concepto de identidad digital y su impacto en la empleabilidad.
- f) Se ha justificado el diseño de su entorno de aprendizaje basado en cómo esta mejora la empleabilidad.
- g) Se ha elaborado su plan de desarrollo individual como herramienta para la mejora de la empleabilidad.
- h) Se han aplicado las herramientas de aprendizaje autónomo para su desarrollo personal y profesional.
- i) Se ha diseñado el entorno de aprendizaje que permite alcanzar el plan de desarrollo individual.

De acuerdo con la nueva Ley Orgánica 3/2022 de 31 de marzo, de Ordenación e integración de la Formación Profesional, y adaptado a los resultados de aprendizaje que se han desarrollado anteriormente, serán impartidos inicial y principalmente en el centro educativo, siendo, estos mismos ampliados y consolidados en las prácticas que cada alumno realice en las empresas de destino para su formación en centros de trabajo.

En la empresa:

Sugiero desarrollar el RA 1 con sus criterios de evaluación.

RA 1	Criterios de evaluación	Actividades
“Adquiere las competencias necesarias para el desempeño de las funciones de nivel básico en Prevención de Riesgos Laborales”	<p>a) Se han definido las técnicas de prevención y de protección individual y colectiva que deben aplicarse para evitar los daños en su origen y minimizar sus consecuencias en caso de que sean inevitables.</p> <p>b) Se ha analizado el significado y alcance de los distintos tipos de señalización de seguridad.</p> <p>c) Se han analizado los protocolos de actuación en caso de emergencia.</p> <p>d) Se han identificado las técnicas de clasificación de heridos en caso de emergencia donde existan víctimas de diversa gravedad.</p>	<p>Actividad 1: Identificación de riesgos en el entorno laboral.</p> <p><u>Objetivo:</u> Reconocer los principales riesgos en el sector de Transporte y Logística.</p> <p><u>-Instrucciones:</u> Divide a los estudiantes en grupos pequeños. Cada grupo deberá analizar diferentes áreas del entorno laboral de un técnico en Transporte y Logística (almacén, oficinas administrativas,</p>

	<p>e) Se han identificado las técnicas básicas de primeros auxilios que han de ser aplicadas en el lugar del accidente ante distintos tipos de daños y la composición y uso del botiquín.</p> <p>f) Se han determinado los requisitos y condiciones para la vigilancia de la salud del trabajador y su importancia como medida de prevención.</p>	<p>transporte por carretera, etc.). Utilizando una plantilla de evaluación de riesgos (puede incluir factores como seguridad física, riesgos ergonómicos, exposición a sustancias peligrosas, etc.), deberán identificar los principales riesgos de cada área.</p> <p><u>-Materiales:</u> Plantilla de evaluación de riesgos, información sobre los diferentes tipos de riesgos.</p> <p><u>-Evaluación:</u> Presentación grupal y discusión sobre los riesgos detectados y su gravedad.</p> <p>Actividad 2: Estudio de casos: Incidentes laborales.</p> <p><u>Objetivo:</u> Analizar accidentes laborales comunes y proponer medidas preventivas.</p> <p><u>-Instrucciones:</u> Proporciona a los estudiantes varios estudios de casos reales de accidentes en el sector de Transporte y Logística. Los estudiantes deberán identificar las causas del accidente, analizar los fallos en las medidas preventivas, y proponer mejoras en la gestión del</p>
--	---	---

		<p>riesgo.</p> <p>- <u>Materiales</u>: Estudios de caso (artículos, videos o documentos), guías de análisis de accidentes.</p> <p>-<u>Evaluación</u>: Informe escrito con propuestas de mejora y exposición en clase de las conclusiones más relevantes.</p> <p>Actividad 3: Creación de un plan de emergencia**</p> <p>Objetivo: Elaborar un plan de emergencias para una empresa de transporte y logística.</p> <p>- <u>Instrucciones</u>: A cada grupo se le asignará un tipo de empresa de transporte y logística (por ejemplo, una empresa de mensajería, una empresa de transporte de mercancías peligrosas, etc.). Deberán elaborar un plan de emergencia para su empresa, teniendo en cuenta los tipos de emergencias posibles (incendios, accidentes de tráfico, derrames de sustancias peligrosas) y los protocolos de actuación para cada una.</p> <p>-<u>Materiales</u>: Guía para elaborar un plan de emergencia, ejemplos de planes de emergencia.</p>
--	--	--

		<p><u>-Evaluación:</u>Presentación del plan de emergencia y su viabilidad en un simulacro ficticio.</p> <p>Actividad 4: Simulación de riesgos laborales.</p> <p>Objetivo: Simular situaciones de riesgo y aplicar medidas de prevención.</p> <p><u>- Instrucciones:</u> Organiza una actividad en la que los estudiantes enfrenten simulaciones de diferentes escenarios de riesgo en una empresa de transporte. Los escenarios pueden incluir la manipulación de cargas pesadas, accidentes con vehículos, manejo de mercancías peligrosas, etc. Los estudiantes deberán identificar los riesgos, aplicar las medidas de prevención adecuadas y proponer mejoras.</p> <p><u>-Materiales:</u> Espacio adecuado para la simulación, equipo de protección personal, guías de protocolos de seguridad.</p> <p><u>- Evaluación:</u> Evaluación continua durante la simulación basada en la correcta aplicación de medidas preventivas y</p>
--	--	---

		<p>capacidad de reacción ante los riesgos.</p> <p>Actividad 5: Evaluación de la normativa de seguridad.</p> <p>Objetivo: Investigar y aplicar normativas de seguridad en el sector de transporte y logística.</p> <p>- <u>Instrucciones:</u> Asigna a cada estudiante una normativa o legislación relacionada con la seguridad en el trabajo aplicable al sector de transporte y logística (por ejemplo, normativas de seguridad vial, manipulación de mercancías peligrosas, ergonomía, etc.). Los estudiantes deberán investigar su normativa y realizar una presentación en la que expliquen su importancia, cómo se implementa y qué riesgos ayuda a mitigar.</p> <p>-<u>Materiales:</u> Acceso a normativas y legislación actualizada.</p> <p>- <u>Evaluación:</u> Exposición oral y preguntas de los compañeros sobre cada normativa.</p> <p>Actividad 6: Inspección de seguridad en una empresa simulada.</p>
--	--	---

		<p>Objetivo: Evaluar las condiciones de seguridad en una empresa ficticia y proponer mejoras.</p> <p><u>-Instrucciones:</u> Proporciona a los estudiantes una descripción de una empresa ficticia de transporte o logística (puede incluir detalles como distribución de almacenes, rutas de transporte, tipos de mercancías, etc.). Los estudiantes realizarán una "inspección" de seguridad para identificar las posibles situaciones de riesgo y propondrán medidas de mejora.</p> <p><u>-Materiales:</u> Descripción de la empresa simulada, lista de verificación de seguridad.</p> <p><u>-Evaluación:</u> Informe detallado sobre las áreas de mejora en cuanto a seguridad y medidas propuestas.</p> <p>Actividad 7: Rol-play: Auditoría de riesgos.</p> <p>Objetivo: Simular una auditoría de riesgos en una empresa de transporte y logística.</p> <p><u>- Instrucciones:</u> Organiza</p>
--	--	--

		<p>una actividad de rol-play donde los estudiantes asuman el rol de auditores de seguridad laboral. Se les asignará una empresa ficticia y deberán realizar una auditoría de sus sistemas de seguridad (análisis de riesgos, uso de EPI, gestión de emergencias, etc.). Luego, presentarán un informe con los hallazgos y recomendaciones.</p> <p><u>-Materiales:</u> Guía de auditoría de seguridad laboral.</p> <p><u>- Evaluación:</u> Informe de auditoría y presentación final de los resultados y recomendaciones.</p> <p>Actividad 8: Diseño de señalización de seguridad.</p> <p>Objetivo: Diseñar un sistema de señalización para una empresa de transporte y logística.</p> <p><u>-Instrucciones:</u> Los estudiantes deberán diseñar un conjunto de señales de seguridad para las distintas áreas de una empresa de transporte y logística (área de carga, oficinas, estacionamiento de vehículos, almacenamiento de mercancías peligrosas,</p>
--	--	--

		<p>etc.). Se valorará la creatividad y el cumplimiento de las normativas.</p> <p><u>-Materiales:</u> Ejemplos de señalización de seguridad, acceso a normativas sobre señalización.</p> <p><u>-Evaluación:</u> Presentación del diseño de señalización y justificación de cada señal.</p> <p>Actividad 9: Examen práctico sobre medidas de protección individual.</p> <p>Objetivo: Evaluar la correcta utilización de los Equipos de Protección Individual (EPI) en situaciones simuladas.</p> <p><u>-Instrucciones:</u> Crea estaciones con diferentes situaciones de riesgo que requieren el uso de EPI (por ejemplo, manejo de sustancias peligrosas, carga y descarga de mercancías pesadas, trabajo en altura, etc.). Los estudiantes deberán seleccionar y utilizar correctamente los EPI necesarios en cada estación.</p> <p><u>- Materiales:</u> EPI (casco, guantes, chalecos reflectantes, máscaras, etc.), estaciones con</p>
--	--	--

		<p>situaciones de riesgo.</p> <p><u>-Evaluación:</u> Observación directa de la correcta elección y uso de los EPI en cada situación.</p> <p>Estas actividades están diseñadas para que los estudiantes no solo identifiquen y analicen riesgos en su entorno laboral, sino también para que apliquen activamente las medidas de prevención y protección necesarias para garantizar su seguridad y la de sus compañeros.</p>
--	--	---

Contenidos.

Los contenidos que se impartirán a lo largo del curso escolar 2024/2025 se dividen en dos bloques, establecidos en el **DECRETO 77/2015**, de 10 de diciembre, por el que se establece el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales en la Comunidad de Castilla y León. El Bloque A de Formación, Legislación y Relaciones Laborales con una duración de 46 horas y un Bloque B de Prevención de Riesgos Laborales con una duración de 50 horas.

Bloque A. Formación, Legislación y Relaciones Laborales.

1. Búsqueda activa de empleo:

- Valoración de la importancia de la formación permanente para la trayectoria laboral y profesional del Técnico en Actividades Comerciales
- Análisis de los intereses, aptitudes y motivaciones personales para la carrera profesional.
- Identificación de los itinerarios formativos relacionados con el Técnico en Actividades Comerciales
- Definición y análisis del sector profesional del título de Técnico en Actividades Comerciales. Yacimientos de empleo.

- Valoración de la empleabilidad y adaptación como factores clave para responder a las exigencias del mercado laboral.
- Técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo. Fuentes de información. El proceso de selección.
- Oportunidades de autoempleo.
- El proceso de toma de decisiones.
- La igualdad de oportunidades en el acceso al empleo.

2. Gestión del conflicto y equipos de trabajo:

- Valoración de las ventajas e inconvenientes del trabajo en equipo para la eficacia de la organización.
- Concepto y tipos de equipos de trabajo. Formación y funcionamiento de equipos eficaces.
- Equipos en el sector del comercio según las funciones que desempeñan.
- La participación en el equipo de trabajo. Los roles grupales. Barreras a la participación en el equipo.
- Conflicto: características, fuentes y etapas.
- Métodos para la resolución o supresión del conflicto: mediación, conciliación y arbitraje.
- La comunicación en la empresa. El lenguaje asertivo. La toma de decisiones y la negociación como habilidades sociales para el trabajo en equipo
- El Mobbing. Detección, métodos para su prevención y erradicación.

3. Contrato de trabajo:

- La organización política del Estado español. Órganos laborales existentes en España.
- El Derecho del Trabajo. Normas fundamentales.
- Análisis de la relación laboral individual.
- Modalidades del contrato de trabajo y medidas de fomento de la contratación.
- Derechos y deberes derivados de la relación laboral. El tiempo de trabajo. Análisis del recibo de salarios. Liquidación de haberes.
- Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo.
- Valoración de las medidas para la conciliación familiar y profesional.
- Representación de los trabajadores en la empresa.
- Negociación colectiva como medio para la conciliación de los intereses de los trabajadores y empresarios
- Medidas de conflicto colectivo. Procedimientos de solución.
- Análisis de un convenio colectivo aplicable al ámbito profesional del Técnico en
- Actividades Comerciales.
- Beneficios para los trabajadores en las nuevas organizaciones: flexibilidad, beneficios sociales entre otros.

4. Seguridad Social, Empleo y Desempleo:

- La Seguridad Social como pilar del Estado social del derecho.
- Estructura del Sistema de la Seguridad Social.
- Determinación de las principales obligaciones de empresarios y trabajadores en materia de Seguridad Social: afiliación, altas, bajas y cotización. Cálculo de bases de cotización a la seguridad social y determinación de cuotas en un supuesto sencillo.
- Prestaciones de la Seguridad Social. Situaciones protegibles por desempleo. Cálculo de una prestación por desempleo de nivel contributivo básico

Bloque B. Prevención de Riesgos Laborales.

5. Evaluación de riesgos profesionales:

- Importancia de la cultura preventiva en todas las fases de la actividad. Sensibilización, a través de las estadísticas de siniestralidad nacional y en Castilla y León, de la necesidad de hábitos y actuaciones seguras.
- Valoración de la relación entre trabajo y salud.
- El riesgo profesional. Mapa de riesgos. Análisis de factores de riesgo.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones de seguridad.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones ambientales. Agentes físicos, químicos y biológicos.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones ergonómicas y psico-sociales.
- Técnicas de evaluación de riesgos.
- Condiciones de seguridad y salud en los lugares de trabajo.
- Determinación de los posibles daños a la salud del trabajador que pueden derivarse de las situaciones de riesgo detectadas.
- Los accidentes de trabajo, las enfermedades profesionales y otras patologías.

6. Planificación de la prevención de riesgos en la empresa. Prevención integrada:

- Marco normativo en materia de prevención de riesgos laborales.
- Derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales. Responsabilidades legales.
- Gestión de la prevención en la empresa. Documentación.
- Organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.
- Planificación de la prevención en la empresa. Secuenciación de actuaciones.
- Definición del contenido del Plan de Prevención de un centro de trabajo relacionado con el sector profesional.
- Planes de emergencia y de evacuación en entornos de trabajo.
- Elaboración de un plan de emergencia en una empresa del sector.

7. Aplicación de medidas de prevención y protección en la empresa:

- Técnicas de lucha contra los daños profesionales. Seguridad en el trabajo. Higiene industrial y otros.
- Determinación de las medidas de prevención y protección individual y colectiva.
- Señalización de seguridad y salud.

- Protocolo de actuación ante una situación de emergencia.
- Primeros auxilios. Conceptos básicos. Aplicación de técnicas de primeros auxilios.
- Vigilancia de la salud de los trabajadores

Distribución de los contenidos en las Unidades de Didácticas.

- **UD 1: La Relación Laboral**
 - a) El trabajo y el derecho laboral
 - b) Regulación de las relaciones laborales
 - c) Derechos y deberes de trabajadores y empresarios
 - d) ¿Qué organismos protegen al trabajador?
- **UD 2: El contrato de trabajo y las modalidades de contratación**
 - a) El contrato de trabajo
 - b) Tipos de contratos
 - c) Otras formas de contratación
- **UD 3: El tiempo de trabajo**
 - a) El tiempo de trabajo
 - b) Los periodos de Descanso
 - c) Nuevas formas de organización del trabajo
- **UD 4: El salario y la nómina**
 - a) El salario
 - b) El recibo de salarios o nómina
 - c) Devengos
 - d) Cálculo de las bases de cotización
 - e) Deducciones: los descuentos en la nómina
- **UD 5: Modificación, suspensión y extinción del contrato**
 1. Modificación del contrato de trabajo
 2. La suspensión del contrato de trabajo
 3. La extinción del contrato de trabajo
 4. La liquidación: sistema de cálculo
- **UD 6: La Seguridad Social**
 1. El Sistema de Seguridad social
 2. Prestaciones de la Seguridad social
- **UD 7: Participación de las personas trabajadoras en la empresa**
 1. La libertad sindical

2. Los sindicatos
 3. Los representantes de los trabajadores en la empresa
 4. La negociación colectiva
 5. Los conflictos laborales colectivos: huelga y cierre patronal
- **UD 8: Búsqueda activa de empleo.**
 1. Carrera profesional.
 2. Autoanálisis personal y profesional.
 3. Itinerarios formativos y profesionales
 4. La búsqueda de empleo.
 5. Oportunidades en Europa.
 6. El CV.
 7. La carta de presentación.
 8. La entrevista de trabajo.
 9. La marca personal.
 - **UD 9: Equipos de trabajo, conflicto y negociación.**
 1. Equipo de trabajo.
 2. Formación de equipos.
 3. Eficacia y eficiencia en el trabajo en equipo.
 4. Los procesos de influencia del grupo.
 5. Liderazgo
 6. Dinámicas de trabajo en equipo
 7. Otros itinerarios profesionales
 - **UD 10: Faceta Técnica: Factores de Riesgo, Consecuencias para la Salud, y Medidas de Prevención y Protección.**
 1. Relación entre salud y trabajo.
 2. Concepto de salud
 3. Conceptos básicos en materia preventiva
 4. Importancia de la cultura preventiva en la empresa.
 5. Factores de riesgo laboral.
 6. Medidas de prevención y protección de riesgos laborales.
 7. Señalización.
 - **UD 11: Faceta Legal: Organización de la Prevención de Riesgos en la Empresa.**
 1. Derechos y Obligaciones del trabajador y del empresario.
 2. Consulta y participación de los trabajadores en la prevención de riesgos
 3. La gestión de la prevención en la empresa. Plan de prevención de riesgos.
 4. La organización de la prevención en la empresa
 5. Evaluación de riesgos y planificación de la acción preventiva.
 6. Organismos públicos.
 7. Aplicación al sector profesional del Ciclo

- **UD 12: Factores de riesgo y su prevención.**
 1. Los factores de riesgo laboral
 2. Factores de riesgo derivados de las condiciones de seguridad
 3. Factores de riesgo de las condiciones medioambientales
 4. Factores derivados de la organización del trabajo.

- **UD 13: Emergencias y primeros auxilios.**
 1. Principios básicos de actuación.
 2. Prioridad en la atención a los accidentados.
 3. Primeros auxilios
 4. Soporte Vital Básico
 5. Actuación frente emergencia.
 6. Plan de autoprotección

El total de sesiones suman 102 horas lectivas, en las que se incluyen:

- Presentación del Módulo, explicación de contenidos, metodología, actividades, criterios de evaluación y recuperación.
- Pruebas objetivas: sesiones para la realización de los exámenes de evaluación en cada trimestre y las correspondientes recuperaciones.
- Examen final.

Dependiendo del ritmo de la clase, podrá adelantarse o atrasarse el desarrollo de alguna unidad respecto del trimestre correspondiente o alterar el orden establecido de las unidades, así como unir las si concurren circunstancias en las que el profesor lo vea procedente, ya que cada grupo es diferente y requiere un ritmo de trabajo adecuado al mismo.

Aquellas unidades didácticas, que se impartan en otros módulos de un modo más desarrollado, serán tratadas de forma más breve.

Metodología Didáctica.

Se establecen como principios metodológicos y didácticos realizar un planteamiento motivador del profesor hacia el contenido de los temas, buscando una participación del alumnado a través de las actividades de trabajo, tanto de carácter individual como grupales establecidas para las distintas unidades de trabajo. El profesor tendrá un papel de transmisor de conocimientos, animador y orientador del propio aprendizaje del alumnado y evaluador del proceso de enseñanza-aprendizaje, siendo el alumnado protagonista del proceso. Se tratará de vincular los contenidos a la realidad sociolaboral.

En relación con la metodología en el proceso de enseñanza- aprendizaje de los módulos de la formación profesional, el **Real Decreto 1147/2011 de 29 de julio** por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, el cual señala en su artículo 8 punto 6 que:

La metodología didáctica de las enseñanzas de formación profesional integrará los aspectos científicos, tecnológicos y organizativos que en cada caso correspondan, con el fin de que el alumnado adquiera una visión global de los procesos propios de la actividad profesional correspondiente

De igual manera se tendrán en cuenta las siguientes orientaciones metodológicas recogidas en el Decreto que establece el currículo:

- El manejo de las fuentes de información sobre el sistema educativo y laboral, en especial en lo referente al sector de desarrollo de aplicaciones web.
- La realización de pruebas de orientación y dinámicas sobre la propia personalidad y el desarrollo de las habilidades sociales.
- La preparación y realización de currículos (CV) y entrevistas de trabajo.
- La identificación de la normativa laboral que afecta a los trabajadores del sector, el manejo de los contratos más comúnmente utilizados y la lectura comprensiva de los convenios colectivos de aplicación.
- La cumplimentación de recibos de salario de diferentes características y otros documentos relacionados.
- El análisis de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales que le permita la evaluación de los riesgos derivados de las actividades desarrolladas en el sector productivo, y colaborar en la definición de un plan de prevención para la empresa, así como las medidas necesarias que deban adoptarse para su implementación.

Por lo tanto, para el desarrollo de los contenidos conviene seguir una metodología activa, participativa y motivadora, ajustada al siguiente protocolo:

- Exposición de contenidos.
- Desarrollo de supuestos prácticos por parte del alumnado, con la utilización de documentación facilitada por el profesorado.
- Evaluación de los resultados del aprendizaje.

En cuanto a la distribución de los grupos determinaremos distintas distribuciones en función de la actividad a realizar. Cuando se emplee la técnica de exposición oral determinaremos el trabajo individual, mientras que para otras técnicas socializadas agruparemos a los alumnos en grupos permanentes o temporales. En el caso de imposibilidad, se primará el trabajo individual.

En cuanto a las actividades serán de tres tipos:

- De inicio, cuyo objeto es conocer lo que el alumnado sabe.
- De desarrollo, cuyo objeto será que el alumnado asimile lo explicado.
- De cierre, con el fin de conocer si han conseguido los resultados de aprendizaje.

Se propone para cada Unidad de Trabajo la realización de una presentación por parte del profesor, donde se integrarán las actividades de inicio que nos permita conocer el nivel previo a cada Unidad y de este modo poder hacer las adaptaciones pertinentes. Las actividades de desarrollo estarán destinadas a conectar los contenidos teóricos con las diferentes realidades laborales y sociolaborales, de modo que todo el alumnado pueda asociar la importancia de los contenidos en su futura vida laboral. Por último, las actividades de cierre tendrán como objetivo final comprobar que se han aprendido y superado los resultados de aprendizaje que incluya cada Unidad de Trabajo.

Se utilizarán diferentes métodos para llegar al punto final: superar los resultados de aprendizaje.

- Exposición oral complementada con la utilización de esquemas, diapositivas en Power Point, documentos, mapas conceptuales, etc.
- Materiales escritos seleccionados por el profesor que se enviarán a través de Teams o en papel antes del inicio de cada Unidad de Trabajo.
- Técnicas de socialización, donde se trata de conseguir la participación activa del grupo mediante la técnica del debate, estudio de casos, Phillips 66, role playing, brainstorming, etc.
- El uso de Tics.
- Trabajo con prensa en cualquiera de sus formatos. Donde se trata de conocer la realidad diaria y la relación de los contenidos del Módulo de Formación y Orientación Laboral.
- Casos Prácticos: Donde el alumno y alumna resolverá las cuestiones técnicas de los contenidos
- Apoyo de expertos, sindicatos, formadores empresarios en diferentes jornadas o charlas que puedan surgir a lo largo del curso. Se incluirán en las actividades complementarias y extraescolares. Además, se tendrá en cuenta las organizadas por el centro y puedan servir de ayuda para el Módulo de Itinerario Personal para la Empleabilidad.

Evaluación de los Resultados de Aprendizaje.

La Evaluación es el punto de referencia para poder comprobar el grado de consecución de los Objetivos por parte de los alumnos. En el proceso de evaluación volvemos a plantearnos las tres preguntas claves: ¿qué evaluamos?, ¿cómo evaluamos? y ¿cuándo evaluamos?

Asimismo, estaremos sujetos a lo establecido por los artículos 51 y siguientes del Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo y la Orden 2169/2008 de Evaluación de la Formación Profesional en Castilla y León, así como a la consecución de los resultados de aprendizaje a través del cumplimiento de los criterios de evaluación establecidos en el Decreto del currículo para el módulo de Itinerario Personal para la empleabilidad.

Procedimientos e instrumentos de evaluación.

La evaluación de este Módulo Profesional se llevará a cabo de acuerdo con el criterio de evaluación continua. El número máximo de faltas que un alumno puede acumular a lo largo del curso para no perder el derecho a evaluación continua es del 20%.

En el caso de que algún alumno o alumna supere esa cifra con llevará la pérdida de la evaluación continua. Y se acogerá al examen final del Módulo de Itinerario Personal para la Empleabilidad.

El procedimiento de evaluación consistirá en una prueba teórico- práctica teniendo en cuenta los criterios expresados en el currículo recogido en el Real Decreto 1585/2012, de 23 de noviembre.

Entre estos procedimientos utilizaremos:

- Resolución por el alumno de exámenes orales o escritos.
- Resolución por el alumno de cuestiones teóricas y de casos o supuestos prácticos, individualmente o en grupo.
- Valoración diaria por parte del profesor de las actitudes personales de cada alumno y alumna donde se valorará la asistencia, la participación activa, el comportamiento y la capacidad investigativa e independiente de cada alumno.

Criterios de calificación.

- El resultado de los diferentes pruebas escritas u orales que se realicen en cada trimestre. Se necesitará una nota mínima de 5 puntos sobre 10 para poder hacer media con el resto de los trabajos necesarios. Se entenderá que un alumno o alumna supera el examen con una nota igual o superior a 5. Esta parte supondrá el 50% de la nota final.
 - o Estas pruebas podrán ser pruebas teórico-prácticas de conocimientos, Cuestionarios de elección múltiple, Cuestionarios cerrados, Resolución de casos prácticos, entre otras opciones que puedan adaptarse mejor al perfil del alumnado y permita la comprobación de la superación de los RA.

- El resultado de la resolución por el alumno de cuestiones teóricas y de casos o supuestos prácticos, individualmente o en grupo, supondrá el 50% de la calificación del módulo. Para la puntuación de este apartado se tendrá en cuenta la exposición de los argumentos, la presentación, puntualidad en la entrega, así como el interés por su realización.
 - Dentro de este apartado se incluyen los trabajos semanales que deberá realizar el alumnado. Donde se deben superar satisfactoriamente y ser entregados en la fecha fijada en la primera clase de cada trimestre.
- El aprobado del módulo se obtiene con una calificación igual o superior a 5 puntos. Dado que la calificación ha de ser dada con un número entero de 0 a 10, se adoptará el siguiente criterio:
 - En la evaluación trimestral se tomará la nota obtenida a la baja por números enteros, sin ningún tipo de redondeo.
 - Para el cálculo de la evaluación final o extraordinaria, se tomarán las notas reales obtenidas cada evaluación (considerando la fracción). Si en la nota se incluyen decimales se seguirán las normas de redondeo. Si la fracción es mayor o igual de 5, se obtendrá la nota del número entero superior. Cuando sea menor de 5, el número entero inferior.

Plan de Recuperación. Actividades y criterios.

Recuperación de evaluaciones.

Todo el alumnado que suspenda alguna evaluación realizará un examen de recuperación en las semanas dedicadas a las evaluaciones finales o globales en la cual se incluirán los mismos contenidos vistos en la evaluación suspendida.

Se realizará una prueba escrita cuando los exámenes no tengan una calificación igual o superior a cinco puntos.

En el caso del alumnado que no hayan superado la evaluación por los trabajos individuales o grupales solo podrán recuperar aquellos trabajos de carácter individual. En ningún caso se podrán recuperar las partes grupales de la asignatura.

	Trabajo individual	Trabajo Grupal	Pruebas Escritas
1ª Evaluación	Entrega de cada actividad NO APTA o NO ENTREGADA en la fecha fijada para la prueba escrita de recuperación	No recuperable.	Primera semana del segundo trimestre.

2ª Evaluación	Entrega de cada actividad NO APTA o NO ENTREGADA en la fecha fijada para la prueba escrita de recuperación	No recuperable.	Primera semana del tercer trimestre.
3ª Evaluación	Entrega de cada actividad NO APTA o NO ENTREGADA en la fecha fijada para la prueba escrita de recuperación	No recuperable.	Fechas fijadas para el centro para los exámenes finales.

Aquellos alumnos o alumnas que tengan una calificación inferior a 5 en todas las partes no tendrán opción de recuperar las partes y tendrán que realizar una prueba escrita de todos los contenidos de cada trimestre donde se de esta circunstancia.

Recuperación final.

Será la modalidad de recuperación que deben hacer aquellos alumnos o alumnas que tengan suspensas dos evaluaciones o más. Consistirá en una prueba escrita donde se recogerán todos los contenidos vistos en el trimestre y la superación de esta establecerá la superación de todos los Resultados de Aprendizaje que recoge la normativa. Esta prueba se realizará en las fechas indicadas por el centro a final del curso.

Pérdida de evaluación continua.

El alumno que pierda la evaluación continua no perderá el derecho de asistencia a clase, sólo a ser evaluado trimestralmente, manteniendo sus opciones de superar los módulos o asignaturas en la evaluación final. En este caso, el alumno debe presentarse a un examen que versará **sobre todos los contenidos del módulo**.

Procedimiento de reclamación de calificaciones.

Se llevará a cabo conforme a lo establecido en el **art.15 del ORDEN EDU/1103/2014, de 17 de diciembre**, por la que se regula el proceso de evaluación y la acreditación académica del alumnado que curse las enseñanzas de Formación Profesional Básica en la Comunidad de Castilla y León, y se modifica la Orden EDU/2169/2008, de 15 de diciembre, por la que se regula el proceso de evaluación y la acreditación académica de los alumnos que cursen enseñanzas de formación profesional inicial en la Comunidad de

Castilla y León.

El procedimiento y los plazos para la **presentación y tramitación de las reclamaciones a las decisiones y calificaciones obtenidas en las evaluaciones trimestrales** se establecerán en los Departamentos de las Familias Profesionales, en este caso en el departamento de la familia profesional “Administración y Gestión” y quedarán recogidos en el Proyecto Curricular del Ciclo.

Los alumnos podrán solicitar a los profesores las aclaraciones necesarias sobre las calificaciones obtenidas en los distintos módulos cada trimestre.

Si existiera disconformidad con la calificación obtenida podrán presentar una reclamación en forma escrita durante los dos días lectivos siguientes a la entrega o publicación de las notas trimestrales.

La solicitud de reclamación deberá recoger las alegaciones que el alumno considere oportunas, que se basarán en cuestiones objetivas que permitan contrastarse para tomar una decisión al respecto.

Se entregará en la Secretaría del Centro y se dirigirá al Departamento de Administración.

Este departamento se reunirá para emitir un informe, tras el análisis de la situación, y decidirá ratificar o rectificar la calificación del alumno. El informe y la decisión se entregarán al profesor-tutor del alumno, quien deberá comunicarle la resolución de su reclamación de forma escrita en un plazo máximo de 3 días lectivos a contar desde el siguiente a la presentación de la solicitud.

Materiales y recursos en el aula.

Se utilizarán todos los recursos que el centro ponga a disposición para el desarrollo de las clases. Donde se priorizará el uso de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (Tics) tendrá gran importancia para poder adquirir las competencias propias de la Comunicación Audiovisual. Se utilizarán al menos:

- Ordenadores.
- Proyector.
- Smartphone del alumnado.
- Pizarra digital.

Se priorizará el uso del Aula Virtual, en este caso Microsoft Teams, para el seguimiento y entrega de las diferentes actividades y proyectos que se requieran a lo largo del curso.

Se utilizarán los libros de texto de la editorial Editex y TulibrodeFP que utilizará el profesor para la creación de los materiales que el alumnado necesite para un trabajo y desarrollo de los contenidos vistos. Además, se hará uso de las fuentes normativas que se requieran en cada momento según los contenidos de las Unidades de Trabajo y se

hará un uso habitual de los diferentes medios de comunicación disponibles, ya sean en papel o digitales. Así como, series, películas y cualquier material audiovisual que se considere oportuno.

Siempre que sea posible se buscará la colaboración con otros departamentos del centro, con instituciones del entorno del centro, con ONG o cualquier otra oportunidad de colaboración con profesionales privados o públicos que puedan aportar conocimientos complementarios a las actividades habituales del aula.

Medidas de atención a la diversidad y adaptaciones curriculares.

La programación tiene naturaleza flexible y adaptativa que tiene para poder personalizar y adaptar los contenidos y las metodologías a las características de cada alumno y alumna de clase para poder modificarse si en algún momento fuese necesario. Contemplando, en cualquier caso:

- Prevención la aparición de dificultades de aprendizaje.
- Promover el proceso de socialización e interacción entre todos los alumnos.
- Trabajar para conseguir la autonomía de los estudiantes.
- Asegurar la coherencia, continuidad y evolución de la intervención educativa.
- Fomentar los valores de tolerancia y respeto a las diferencias entre cada persona

De igual modo, cumpliendo en el DECRETO 80/2015, de 17 de diciembre, en su Artículo 10, se harán las adaptaciones necesarias teniendo en cuenta las diferentes situaciones según el perfil de los alumnos y alumnas dando la posibilidad de combinar el estudio con el trabajo o con otras actividades respondiendo a las necesidades e intereses personales. Para ello se realizarán las actuaciones que conlleven:

- Refuerzo individual mediante ejercicios de apoyo que les permitan la comprensión de los contenidos.
- Atención especial del profesor en la elaboración de los contenidos y desarrollo de las actividades, teniendo en cuenta las necesidades específicas de cada alumno.
- Agrupamientos Flexibles que permitan el refuerzo colectivo a un grupo de alumnos.
- Coordinación con otros profesores.
- Adaptación de los elementos que componen el aula en el caso de que hubiese alumnos con movilidad reducida.

Tal y como establece la LEY 2/2013, de 15 de mayo, de Igualdad de Oportunidades para las Personas con Discapacidad, el alumnado con discapacidad se regirá por los principios de normalización e inclusión en las enseñanzas de carácter profesional.

Actividades complementarias y extraordinarias.

- Jornadas y charlas. Asistencia a las actividades que puedan ser de ayuda y apoyo para el aprendizaje con el alumnado por la relación directa que pueda tener con los contenidos del módulo de Formación y Orientación Laboral.
- Dentro de este apartado, se incluyen las visitas al centro que puedan surgir a lo largo del curso donde se incluyen: sindicatos, empresas, formadores, profesorado del centro, Instituciones Públicas, De Consejería de Educación, Cámaras de comercio, Entidades Financieras sobre formación profesional y yacimientos de empleo.
- Visitas y salidas: Organismos públicos (Ayuntamiento, SEPE – ECYL, oficinas de la Seguridad Social, AEAT, Juzgados o Tribunales, Cruz Roja...), Cortes de Castilla y León, Empresas...
- Charlas de orientación laboral.

Tratamientos de los temas transversales en la programación.

Se tendrán en cuenta las recomendaciones e indicaciones recogidas en la normativa que regula la Formación Profesional y aquellos aspectos que serán impulsados sin perjuicio de que de su tratamiento específico desde otros ámbitos los siguientes aspectos:

- El desarrollo de la igualdad efectivas entre hombres y mujeres.
- La prevención de la violencia de género y la violencia contra personas con discapacidad.
- La igualdad de trato y no discriminación por cualquier condiciones o circunstancia personal o social.
- El fomento de los valores que sustentan la libertad, la justicia, la igualdad, el pluralismo político, la paz, la democracia, el respeto a los derechos humanos, el respeto a los hombre y mujeres por igual, a las personas con discapacidad y el rechazo a la violencia terrorista, la pluralidad, el respeto al Estado de derecho, el respeto y consideración a las víctimas del terrorismo y la prevención del terrorismo y de cualquier tipo de violencia
- La cultura emprendedora, la iniciativa empresarial a partir de actitudes como la creatividad, la autonomía, la iniciativa, el trabajo en equipo, la confianza en uno mismo y el sentido crítico.
- El respeto por el medioambiente

Además, se fomentarán las actividades o actos simbólicos en celebración de fechas significativas que conmemoran acontecimientos relevantes que han supuesto un avance para la sociedad y que favorecen la formación en valores de los alumnos:

- 25 de noviembre: Día internacional contra la violencia de género.
- 3 de diciembre: Día Internacional de las personas con discapacidad
- 6 de diciembre: Día de la Constitución Española
- 10 de diciembre: Día de los Derechos Humanos
- 30 de enero: Día Escolar de la no violencia y la paz
- 25 de febrero: Aniversario del Estatuto de Autonomía de Castilla y León
- 8 de marzo: Día Internacional de los derechos de la mujer
- 15 de marzo: Día Mundial de los derechos del consumidor
- 21 de marzo: Día Internacional contra el racismo
- 28 de abril: Día de la Prevención de Riesgos Laborales
- 9 de mayo: Día de Europa.

Bibliografía utilizada en el curso 2024/2025

- Normativa:

Constitución Española 1978

Ley 31/95, de 8 de noviembre, de Prevención de Riesgos Laborales.

Proyecto de Decreto xx/2024, por el que se establece el currículo del Ciclo Formativo de Grado Superior en Transporte y Logística en Castilla y León.

Real Decreto 83/1996, de 26 de enero, por el que se aprueba el Reglamentos Orgánico de los Institutos de Secundaria.

Real Decreto 1147/2001, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la Formación Profesional del Sistema Educativo Español.

Real Decreto 1128/2003, de 5 de septiembre, por el que se regula el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales.

O.EDU/1440/2006, de 13 de septiembre, por la que se crean los departamentos de coordinación didáctica de Formación y Orientación Laboral y de Economía.

Ley Orgánica 14/2007, de 30 de noviembre, de reforma del Estatuto de Autonomía de Castilla y León. (s.f.)

Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.

Bruno Jesús García, David Tena, M.ª Carmen De Fez. IPE I, TulibrodeFP, 2024.

María Eugenia Caldas Blanco, Aurora Castellanos Navarro, María Luisa Hidalgo Ortega,
Itinerario Personal para la Empleabilidad. 360°, Editex, 2024.