

<i>Código</i>	1227
<i>Módulo profesional</i>	GESTIÓN DE UN PEQUEÑO COMERCIO
<i>Curso</i>	2º 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. Coordinación con otros módulos profesionales.
12. Criterios de recuperación en evaluación continua.
13. Pérdida del derecho a evaluación continua y procedimiento a seguir para evaluar a estos alumnos.
14. Recursos didácticos y organizativos.
15. Uso de las TIC'S en el aula.
16. Actividades complementarias y extraescolares.
17. Medidas de atención a la diversidad.
18. Actividades evaluación y recuperación de los alumnos con materias pendientes de cursos anteriores.
19. Actividades de evaluación y recuperación de los alumnos en la segunda convocatoria final del curso.
20. Evaluación de los procesos de enseñanza y de la acción docente.

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.

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
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

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

<i>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</i>	UNIDADES DE TRABAJO
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.

<i>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</i>	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 económica-financiera del comercio.	3,4

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

RA 4. RESULTADO DE APRENDIZAJE: Elaboración de un plan de inversiones básico.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UNIDADES DE TRABAJO
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.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	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, solvencia y endeudamiento.	6,7
CE 5.8. Utilización de aplicaciones informáticas.	6,7

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

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UNIDADES DE TRABAJO
--------------------------------	----------------------------

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. Complimentación 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 Añadido (IVA). Elementos. Regímenes de tributación: general y especiales.	9
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, CE.5.1, 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.

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 dimensioe 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.
- Complimentación 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 EMPRES. 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	
U.T. 1, 2, 3, 4, y 5. <ul style="list-style-type: none">• Septiembre: 1 (90%)• Octubre: 1 (10%), 2 (100%), 3(70%)	U.T. 6, 7, 8, 9, 10 y 11. <ul style="list-style-type: none">• Enero: 6(50%), 7(100%)• Febrero: 8(100%),9 (100%)• Marzo 10 y 11(100%)	

<ul style="list-style-type: none"> • Noviembre: 3(30%), 4(100%), 5 (80%) • Diciembre: 5 (20%) y 6(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
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. Así mismo, 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 a los 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 suspensas 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 el examen final de febrero, el alumno **deberá presentarse a la convocatoria de mayo 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.

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 mayo 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.

Este año tenemos 1 alumna que repite módulo. Se le proporcionará todos aquellos recursos que le resulten de apoyo para superarlo, si no asiste a las clases.

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 mayo.

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.

<i>Código</i>	1228
<i>Módulo profesional</i>	Técnicas de Almacén
<i>Curso</i>	2º Ciclo de Grado Medio Técnico en Actividades Comerciales
<i>Duración total del módulo profesional</i>	147
<i>Asociado a unidad de competencia</i>	Sí
<i>Horas semanales</i>	7
<i>Profesor/a</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 evaluación final.
21. Evaluación de los procesos de enseñanza y de la acción docente.

1. Introducción

Esta programación del módulo Técnicas de Almacén 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: Planifica las tareas diarias necesarias para realizar las operaciones y flujos de mercancías del almacén, optimizando los recursos disponibles.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UNIDADES DE TRABAJO
CE 1.1. Se ha organizado la información de las operaciones y flujos previstos en el almacén durante un determinado periodo de tiempo.	1, 2
CE 1.2. Se han asignado las tareas diarias del almacén al personal, de acuerdo con los tiempos asignados a cada actividad.	9
CE 1.3. Se han transmitido correctamente las órdenes y/o instrucciones de trabajo al personal correspondiente.	9
CE 1.4. Se han registrado las entradas y salidas de mercancías previstas del almacén en el sistema de gestión de stocks.	5, 6
CE 1.5. Se ha realizado el control diario del stock del almacén, garantizando las necesidades de los clientes internos o externos.	5, 6
CE 1.6. Se han utilizado medios de comunicación y transmisión electrónicos (EDI) para la coordinación y seguimiento de mercancías en el almacén.	9

RA 2. RESULTADO DE APREDIZAJE: Aplica técnicas de recepción y disposición de mercancías en el almacén, controlando los tiempos de manipulación y las condiciones de almacenamiento en función de las características de la mercancía.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UNIDADES DE TRABAJO
CE 2.1. Se ha organizado la descarga de las mercancías de los vehículos, asignándole el muelle correspondiente del almacén.	2, 4
CE 2.2. Se ha verificado la correspondencia entre la mercancía descargada y la documentación que la acompaña.	4
CE 2.3. Se han investigado las causas por las cuales se ha devuelto mercancía al almacén.	1, 4
CE 2.4. Se han identificado las instrucciones de descarga y manipulación que contienen las fichas de cada mercancía, de forma que se asegure su integridad y trazabilidad.	4
CE 2.5. Se han calculado los tiempos de manipulación de las mercancías, optimizando las operaciones y cumpliendo con la normativa de seguridad y prevención de riesgos laborales.	4, 10
CE 2.6. Se ha organizado la desconsolidación de la carga y el desembale de las mercancías.	3, 4
CE 2.7. Se ha asignado la ubicación adecuada a la mercancía recepcionada, teniendo en cuenta sus características de caducidad y rotación, entre otras.	2, 3, 4

RA 3. RESULTADO DE APREDIZAJE: Determina las condiciones de preparación de pedidos y la expedición de las mercancías del almacén, optimizando tiempos y recursos de acuerdo con la normativa vigente en materia de manipulación y transporte.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UNIDADES DE TRABAJO
CE 3.1. Se han transmitido las instrucciones de preparación de pedidos por el sistema de gestión implantado.	7
CE 3.2. Se ha optimizado la colocación de mercancías en las unidades de carga, minimizando huecos y asegurando la estiba de las mismas.	7, 8
CE 3.3. Se ha determinado el método de preparación de pedidos y/o embalaje más adecuado a las características de la mercancía y del almacén.	7
CE 3.4. Se ha diseñado el sistema de abastecimiento de mercancías a la zona de preparación de pedidos, optimizando las operaciones necesarias.	7
CE 3.5. Se ha realizado la señalización, rotulación, codificación y etiquetado, entre otras tareas, de las mercancías que van a ser expedidas.	7
CE 3.6. Se ha confeccionado la documentación que acompaña a la mercancía expedida.	7
CE 3.7. Se han considerado las condiciones del seguro más favorables para la empresa, en el transporte de la mercancía expedida.	7, 8
CE 3.8. Se ha elegido el medio transporte más adecuado para la mercancía expedida.	8

RA 4. RESULTADO DE APREDIZAJE: Aplica técnicas de gestión de stocks de mercancías en el almacén, analizando parámetros de control y realizando inventarios.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UNIDADES DE TRABAJO
CE 4.1. Se han calculado los parámetros de gestión y control de inventarios utilizados habitualmente en el almacén.	5, 6
CE 4.2. Se han establecido criterios de cuantificación de las variables que detecten las desviaciones y roturas de stock.	5
CE 4.3. Se han establecido sistemas de control de inventarios realizados por medios convencionales o informáticos.	6
CE 4.4. Se han establecido normas o protocolos de funcionamiento de almacén que regularicen las diferencias encontradas, en su caso, en la realización de inventarios.	5, 6
CE 4.5. Se han identificado las causas por las que pueden existir descuadres entre el stock físico y el contable.	6
CE 4.6. Se han propuesto medidas que corrijan los descuadres de almacén, transmitiendo las incidencias de acuerdo con las especificaciones establecidas.	6

RA 5. RESULTADO DE APREDIZAJE: Programa las actividades diarias del personal del almacén, garantizando el desarrollo efectivo y eficaz de las actividades del almacén.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UNIDADES DE TRABAJO
CE 5.1. Se ha determinado el número de trabajadores asignado a cada operación de almacén en función de las órdenes y especificaciones recibidas.	9
CE 5.2. Se han asignado trabajadores a cada tarea del almacén, respetando la normativa laboral y de seguridad y prevención de riesgos laborales.	9

CE 5.3. Se han establecido sistemas de comunicación de las instrucciones de las órdenes y actividades diarias que tiene que realizar el personal del almacén.	9
CE 5.4. Se han establecido métodos de control de desarrollo de órdenes y actividades del personal de almacén, de acuerdo con los sistemas de calidad implantados por la organización.	9
CE 5.5. Se han establecido cronogramas para realizar las operaciones habituales del almacén que mejoren la productividad.	9
CE 5.6. Se han caracterizado las necesidades de información y formación del personal del almacén.	9
CE 5.7. Se han incorporado técnicas de comunicación que promuevan en el personal de almacén su integración y trabajo en equipo.	9

RA 6. RESULTADO DE APREDIZAJE: Maneja aplicaciones informáticas de gestión y organización de almacenes que mejoren el sistema de calidad.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UNIDADES DE TRABAJO
CE 6.1. Se han determinado las principales tareas del almacén que pueden ser gestionadas de forma eficiente mediante aplicaciones informáticas.	9
CE 6.2. Se han determinado cuáles son las aplicaciones informáticas existentes en el mercado que pueden gestionar las tareas del almacén.	9
CE 6.3. Se han utilizado aplicaciones informáticas adecuadas para realizar la gestión comercial del almacén.	9
CE 6.4. Se han utilizado simuladores adecuados para la optimización de cargas, paletización, embalajes y medios de transporte.	9
CE 6.5. Se han determinado soluciones logísticas para la automatización y la eficiencia de las tareas del almacén.	9
CE 6.6. Se han utilizado aplicaciones informáticas para la mejora continua del sistema de calidad de la empresa.	9

RA 7. RESULTADO DE APREDIZAJE: Aplica la normativa de seguridad e higiene en las operaciones de almacén mediante procedimientos de previsión de accidentes laborales.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UNIDADES DE TRABAJO
CE 7.1. Se han determinado las incidencias y accidentes más comunes en el trabajo diario dentro de un almacén.	10
CE 7.2. Se ha determinado la normativa aplicable en materia de seguridad, higiene y prevención de riesgos laborales en las actividades propias del almacenamiento de mercancías.	10
CE 7.3. Se han caracterizado las medidas que hay que adoptar en caso de accidente producido en la manipulación de la mercancía dentro del almacén.	10
CE 7.4. Se ha establecido el procedimiento que se debe seguir en el caso de accidentes en el almacén.	10
CE 7.5. Se han descrito las cargas físicas y mentales que se producen en las actividades del almacén.	10
CE 7.6. Se han descrito las medidas de seguridad que hay que adoptar y los medios de protección necesarios en caso de incendios menores en el almacén.	10

3. Contenidos básicos.

Los contenidos básicos del Módulo Técnicas de Almacén 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. Planificación de las tareas diarias de las operaciones y flujos de mercancías del almacén:

- La logística en la empresa.
- Las operaciones de un almacén.
- Tipos de almacenes.
- Diseño de almacenes.
- Personal de almacén.
- Clases de mercancías almacenadas.
- Codificación de mercancías.
- Sistemas de almacenaje.
- Unidades de almacenaje.
- Equipos de manipulación.
- Equipos de almacenamiento.

2. Aplicación de técnicas de recepción y disposición de mercancías en el almacén:

- Muelles de carga y descarga.
- Documentos de acompañamiento de la mercancía.
- La logística inversa.
- La trazabilidad de las mercancías.
- Consolidación y desconsolidación de mercancías.
- Caducidad de las mercancías.
- Mercancías especiales.
- Zonificación de almacenes.
- Rotación de mercancías en el almacén.

3. Determinación de las condiciones de preparación de pedidos y la expedición de la mercancía:

- Órdenes de pedido.
- Sistemas de preparación de pedidos
- Fases en la preparación de pedidos.
- Localización de mercancías en el almacén.
- El embalaje de la mercancía.
- Señalización y rotulado del pedido.
- El etiquetado.
- Normativa de señalización.
- Recomendaciones reconocidas sobre señalización y rotulado.
- Materiales y equipos de embalaje.
- La consolidación de mercancías.
- Documentación de envíos.
- El transporte de mercancías.
- Los seguros sobre mercancías.
- Gestión de residuos de almacén.
- Normativa medioambiental en materia de almacenaje y gestión de residuos.

4. Aplicación de técnicas de gestión de stocks de mercancías:

- Los stocks de mercancías.
- Clases de stocks.
- Índices de gestión de stocks.
- Stock mínimo.
- Stock de seguridad.
- Coste de rotura de stocks.
- Sistemas de reposición de stocks.
- El lote económico.
- Valoración de existencias.
- Criterios de valoración.
- Métodos de valoración.
- Los inventarios.

5. Programación de las actividades del personal del almacén:

- El departamento de logística.
- Principales ocupaciones dentro del almacén.
- El trabajo en equipo dentro del almacén.
- Interdependencia en las relaciones profesionales en el almacén.
- Técnicas de comunicación en el trabajo en equipo del almacén.
- Comunicación verbal y no verbal.
- La escucha activa.
- Técnicas de comportamiento asertivo en equipo dentro del almacén.
- Coordinación de equipos de trabajo en el almacén.
- Necesidades de formación del equipo del almacén.

6. Manejo de aplicaciones informáticas de gestión y organización de almacenes:

- La informática en los almacenes.
- Aplicaciones informáticas específicas utilizadas en la gestión de almacenes.
- Simuladores de tareas.
- Automatización de almacenes.
- Sistemas informáticos de ubicación y seguimiento de la mercancía en el almacén.
- Sistemas de información y comunicación en el almacén.
- La calidad del servicio de almacenamiento de mercancías.
- Nivel de servicio al cliente.

7. Aplicación de la normativa de seguridad, higiene y prevención de riesgos laborales en el almacén:

- Normativa de seguridad e higiene en el almacén.
- Normativa de prevención de riesgos laborales en el almacén.
- Normativa de seguridad en el almacenamiento de mercancías peligrosas.
- Normativa de seguridad e higiene en el almacenamiento de mercancías perecederas.
- Riesgos laborales en el almacenamiento de mercancías.
- Señales de seguridad.
- Normativa y recomendaciones de trabajo y seguridad en equipos y en instalaciones del almacén.
- Accidentes de trabajo en la manipulación y el movimiento de mercancías.
- Riesgos de incendios en el almacén.

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:

1. Planificación de las tareas diarias de las operaciones y flujos de mercancías del almacén:

- La logística en la empresa. Función que desempeña la logística en los distintos tipos de empresas.
- Las operaciones de un almacén. Procesos que se desarrollan en la misma.
- Tipos de almacenes. Según la mercancía almacenada, según su régimen de propiedad y según su automatización.
- Diseño de almacenes. Necesidad de almacenaje. Áreas del almacén. Distribución interior del espacio.
- Personal de almacén. Características de los puestos de trabajo en un almacén.
- Comunicación entre el personal del almacén.
- Clases de mercancías almacenadas. Según su peligrosidad, valor, caducidad, condiciones especiales y tipología.
- Codificación de mercancías. Objetivos. Normas de codificación. Dígitos de control.
- Sistemas de almacenaje. Almacenaje en bloque, sistema dinámico y sistema robotizado.
- Unidades de almacenaje.
- Equipos de manipulación. Sistemas de transporte dentro del almacén.
- Equipos de almacenamiento. Sistemas de almacenamiento.
- Coordinación y seguimiento de las mercancías en el almacén.
- Cálculo de tiempos en el almacén para mejorar la eficiencia y eficacia del servicio.

2. Aplicación de técnicas de recepción y disposición de mercancías en el almacén:

- Muelles de carga y descarga. Ubicación dentro del almacén. Funciones. Características.
- Documentos de acompañamiento de la mercancía. Verificación y control de la mercancía.
- La logística inversa. Tratamiento de devoluciones.
- La trazabilidad de las mercancías. Objetivo. Información que proporciona.
- Consolidación y desconsolidación de mercancías. Concepto y objetivos.
- Caducidad de las mercancías.
- Mercancías especiales. Tratamiento que se les tiene que dar.
- Zonificación de almacenes utilizando criterios de eficiencia y optimizando el espacio disponible para minimizar los costes del almacén.
- Rotación de mercancías en el almacén. Importancia de la rotación.

3. Determinación de las condiciones de preparación de pedidos y la expedición de la mercancía:

- Órdenes de pedido. Recepción de pedidos.
- Sistemas de preparación de pedidos. Zona picking. Sistema automático: características y ventajas del mismo.
- Fases en la preparación de pedidos. Extracción, empaquetado, paletización, pesado y etiquetado.
- Localización de mercancías en el almacén. Aplicación de normas y códigos utilizados en la colocación de la mercancía.
- El embalaje de la mercancía. Funciones del embalaje. Tipos de embalaje según mercancía y destino.
- Señalización y rotulado del pedido. Objetivos. Señalización durante el transporte.
- El etiquetado. Funciones. Etiquetas de peligro.

- Normativa de señalización.
- Recomendaciones reconocidas sobre señalización y rotulado.
- Materiales y equipos de embalaje. Necesidad del embalaje. Clasificación del embalaje. Materiales de embalaje.
- La consolidación de mercancías. Consolidación de carga: principios y cualidades.
- Documentación de envíos. Confección de la documentación que acompaña a la mercancía: el albarán.
- El transporte de mercancías. Medios de transporte: ventajas e inconvenientes de cada uno de ellos.
- Los seguros sobre mercancías. Elección del seguro más favorable para la empresa.
- Gestión de residuos de almacén. Implantación y desarrollo de sistemas de reciclaje para la mejora continua del servicio de almacenaje.
- Normativa medioambiental en materia de almacenaje y gestión de residuos.

4. Aplicación de técnicas de gestión de stocks de mercancías:

- Objetivos e importancia de la gestión de stocks.
- Los stocks de mercancías. Concepto.
- Clases de stocks:
 - Stock mínimo. Concepto y cálculo.
 - Stock máximo. Concepto y cálculo.
 - Stock de seguridad. Concepto y cálculo.
- Índices de gestión de stocks:
 - Modelo de Pedido óptimo.
 - Método ABC.
 - Just in time.
- El lote económico. El punto de pedido. Cálculo e interpretación
- Costes de la gestión de stocks:
 - Coste de rotura de stocks.
 - Coste de oportunidad.
- Sistemas de reposición de stocks. Sistema de revisión continua. Sistema de revisión periódica.
- Valoración de existencias. Cálculo del precio de adquisición. Cálculo del coste de producción.
- Criterios de valoración. Valoración de las incidencias.
- Métodos de valoración. Método FIFO. Precio medio ponderado.
- Los inventarios. Concepto y clases.

5. Programación de las actividades del personal del almacén:

- El departamento de logística. Composición y actividades.
- Principales ocupaciones dentro del almacén. Organizar los recursos, humanos y técnicos, del almacén en función del tipo y volumen de actividad a realizar para lograr la máxima eficiencia.
- El trabajo en equipo dentro del almacén. Dirigir al equipo humano del almacén facilitando su implicación y motivación.
- Interdependencia en las relaciones profesionales en el almacén.
- Técnicas de comunicación en el trabajo en equipo del almacén. Establecimiento sistemas de comunicación para la correcta transmisión y recepción de las órdenes sobre las actividades a realizar por los trabajadores del almacén.
- Comunicación verbal y no verbal. Comunicación personal o en grupo. Emisión de comunicados escritos.

- La escucha activa.
- Técnicas de comportamiento asertivo en equipo dentro del almacén.
- Coordinación de equipos de trabajo en el almacén. Técnicas que promuevan la coordinación y el trabajo en equipo en el almacén.
- Necesidades de formación del equipo del almacén. Valorar la implantación y desarrollo de planes de formación para la mejora continua del servicio de almacenaje.

6. Manejo de aplicaciones informáticas de gestión y organización de almacenes:

- La informática en los almacenes. Utilización adecuada de los sistemas y aplicaciones de gestión de almacenes.
- Aplicaciones informáticas específicas utilizadas en la gestión de almacenes.
- Simuladores de tareas.
- Automatización de almacenes.
- Sistemas informáticos de ubicación y seguimiento de la mercancía en el almacén.
- Sistemas de información y comunicación en el almacén.
- Aplicación informática de gestión comercial.
- La calidad del servicio de almacenamiento de mercancías.
- Nivel de servicio al cliente.

7. Aplicación de la normativa de seguridad, higiene y prevención de riesgos laborales en el almacén:

- Normativa de seguridad e higiene en el almacén. Normativa sobre seguridad y salud en los lugares de trabajo. Normativa en materia de señalización de seguridad y salud en el lugar de trabajo.
- Normativa de prevención de riesgos laborales en el almacén. Ley de Prevención de Riesgos Laborales.
- Normativa de seguridad en el almacenamiento de mercancías peligrosas.
- Normativa de seguridad e higiene en el almacenamiento de mercancías perecederas.
- Riesgos laborales en el almacenamiento de mercancías. Derivados de las condiciones de seguridad, derivados de las condiciones ambientales y derivados de la organización del trabajo.
- Señales de seguridad.
- Normativa y recomendaciones de trabajo y seguridad en equipos y en instalaciones del almacén.
- Accidentes de trabajo en la manipulación y el movimiento de mercancías.
- Normativa sobre seguridad y salud relativa a la manipulación de cargas.
- Riesgos de incendios en el almacén. Plan de emergencia contra incendios.

5. Contenidos distribuidos en unidades de trabajo.

UT 1: Logística y planificación del almacén

- 1.1. Logística y cadena de suministro. Funciones de la logística. Objetivos de la logística.
- 1.2. Logística inversa en la cadena de suministro. Nueva logística: Cross Docking.
- 1.3. El almacén: concepto y funciones.
- 1.4. Tipos de almacenes.
- 1.5. Planificación y ubicación de los almacenes. El almacén central

UT 2: Diseño de almacén y equipos de almacenamiento

- 2.1. Implantación del edificio y zonas externas. Zonas de carga y descarga.
- 2.2. Distribución interior del almacén. Pasillos y codificación de zonas.
- 2.3. Medios mecánicos de almacenaje. Equipos con movimiento sin traslado.
- 2.4. Equipos con movimiento y traslado. Transpaletas. Apiladores. Carretillas elevadoras. Transelevadores. Vehículos de guiado automático (AGV)

UT 3: Sistema de almacenaje de mercancías

- 3.1. Almacenaje de mercancías.
- 3.2. Almacenaje en estanterías. Almacenaje convencional, compacto, dinámico y móvil.
- 3.3. Almacenaje de piezas pequeñas. Sistemas de almacenaje “operario hacia el producto”. Sistemas de almacenaje “producto hacia el operario”.
- 3.4. Almacenaje de cargas especiales.
- 3.5. Almacenes autoportantes.

UT 4: Recepción y registro de mercancías

- 4.1. Proceso de recepción. Registro de mercancías. Hoja de recepción.
- 4.2. Clasificación y ubicación de las mercancías. Clasificación ABC.
- 4.3. Etiquetado y codificación de mercancías. Sistema estándar de codificación. El código de barras. Simbología GS1-128.
- 4.4. Simbologías GS1 DataMatrix y GS1 QR-Code.
- 4.5. Etiquetas electrónicas. Códigos EPC/RFID.

UT 5: Técnicas de gestión de stocks

- 5.1. Diferencias entre surtido y stock. Planificación del stock. Tipos de stocks según su finalidad.
- 5.2. Gestión de stocks o existencias. Nivel de servicio y nivel de stock.
- 5.3. Costes de stocks o existencias. Costes de compra o adquisición. Costes de almacenamiento.
- 5.4. Rotación de mercancías en el almacén. El PMM.
- 5.5. Sistemas de reaprovisionamiento. El VOP y el Pp.

UT 6: Valoración de existencias e inventarios

- 6.1. Control de existencias. Normas contables de valoración.
- 6.2. Ficha control de existencias.
- 6.3. Métodos de valoración de existencias. Valoración por el método PMP y FIFO. Registro de devoluciones y mermas.
- 6.4. El inventario: concepto y normativa.
- 6.5. Proceso del inventario físico.
- 6.6. Valoración del inventario.

UT 7: Embalaje y expedición de mercancías

- 7.1. Recepción y preparación de pedidos. Sistemas de extracción y selección de las mercancías.
- 7.2. Orden de picking. Preparación del envío. Documentación que acompaña a la mercancía.
- 7.3. Envases y embalajes: funciones y características. Proceso de envasado- embalado.
- 7.4. Materiales de envases y embalajes. Clasificación de envases y embalajes.
- 7.5. Unidad de carga: paletización y embalaje. Paletización de la unidad de carga.
- 7.6. Legislación sobre envases y embalaje. Gestión de residuos de E+E. Punto Verde.

UT 8: Transporte y entrega de mercancías

- 8.1. Organización del transporte. Etapas y agentes del transporte de mercancías. Estiba de camiones y contenedores.
- 8.2. Formas de contratar el transporte.
- 8.3. Características de los medios de transporte. Transporte por carretera. Transporte por ferrocarril. Transporte marítimo. Transporte aéreo. Transporte multimodal.
- 8.4. Subcontratación: operadores logísticos.
- 8.5. Seguro para transporte de mercancías.

UT 9: Personal del almacén y gestión informática

- 9.1. Departamento de logística y personal de almacén. Recursos humanos del almacén. Puestos y funciones del personal de almacén.
- 9.2. Trabajo en equipo y comunicación. Comunicación y escucha activa. Cronogramas de actuación. Conocimientos y formación del personal.
- 9.3. Sistemas de Gestión de Almacenes (SGA). Integración del SGA y los equipos del almacén.
- 9.4. Software EasyWMS® Basic – Mecalux. Aplicaciones y funciones del EasyWMS® Basic. Funciones del terminal de radiofrecuencia.

UT 10: Normas de seguridad y prevención de riesgos en el almacén

- 10.1. Normas y legislación de seguridad laboral.
- 10.2. Ley de Prevención de Riesgos Laborales.
- 10.3. Factores de riesgo en el almacén. Medidas preventivas de seguridad.
- 10.4. Señalización: colores y símbolos normalizados.
- 10.5. Riesgos durante el manejo de cargas. Condiciones ambientales.
- 10.6. Riesgos durante el almacenaje de mercancías.
- 10.7. Almacenaje de mercancías peligrosas y perecederas.
- 10.8. Prevención de riesgo por incendio. Protección y actuación en caso de incendio.

6. Secuenciación.

Contenidos secuenciados

1ª Evaluación	2ª Evaluación
U.T. 1, 2, 3,4 y 5	U.T. 6, 7, 8, 9 y 10
<ul style="list-style-type: none">• Septiembre: 1 (90%)• Octubre: 1 (10%), 2 (100%), 3 (80%).• Noviembre: 3 (20%), 4 (100), 5 (90%)• Diciembre: 5 (10%) y 6 (50%)	<ul style="list-style-type: none">• Enero: 6 (50%), 7 (100%) y 8 (20%)• Febrero: 8 (80%) y 9 (100%)• Marzo: 10 (100%)

Temporalización

UT	TITULO UNIDADES DE TRABAJO	HORAS
1	Logística y planificación del almacén	9
2	Diseño de almacén y equipos de almacenamiento	15
3	Sistema de almacenaje de mercancías	15
4	Recepción y registro de mercancías	13
5	Técnicas de gestión de stocks	11
6	Valoración de existencias e inventarios	11
7	Embalaje y expedición de mercancías	13
8	Transporte y entrega de mercancías	15
9	Personal del almacén y gestión informática	22
10	Normas de seguridad y prevención de riesgos en el almacén	13
	Pruebas objetivas	10
	TOTAL	147

7. Competencias profesionales, personales y sociales.

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

- a) 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.
- 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: Logística y planificación del almacén

A 1.1.	Organizar la información de las operaciones y flujos previstos en el almacén durante un determinado periodo de tiempo.
A 1.2.	Investigar las causas por las cuales se ha devuelto mercancía al almacén.

UT 2: Diseño de almacén y equipos de almacenamiento

A 2.1.	Organizar la información de las operaciones y flujos previstos en el almacén durante un determinado periodo de tiempo.
A 2.2.	Organizar la descarga de las mercancías de los vehículos, asignándole el muelle correspondiente del almacén.
A 2.3.	Asignar la ubicación adecuada a la mercancía recepcionada, teniendo en cuenta sus

	características de caducidad y rotación, entre otras.
--	---

UT 3: Sistema de almacenaje de mercancías

A 2.1.	Organizar la información de las operaciones y flujos previstos en el almacén durante un determinado periodo de tiempo.
A 2.2.	Organizar la descarga de las mercancías de los vehículos, asignándole el muelle correspondiente del almacén.
A 2.3.	Asignar la ubicación adecuada a la mercancía recepcionada, teniendo en cuenta sus características de caducidad y rotación, entre otras.

UT 4: Recepción y registro de mercancías

A 4.1.	Organizar la descarga de las mercancías de los vehículos, asignándole el muelle correspondiente del almacén.
A 4.2.	Verificar la correspondencia entre la mercancía descargada y la documentación que la acompaña.
A 4.3.	Investigar las causas por las cuales se ha devuelto mercancía al almacén.
A 4.4.	Identificar las instrucciones de descarga y manipulación que contienen las fichas de cada mercancía, de forma que se asegure su integridad y trazabilidad.
A 4.5.	Calcular los tiempos de manipulación de las mercancías, optimizando las operaciones y cumpliendo con la normativa de seguridad y prevención de riesgos laborales.
A 4.6.	Organizar la desconsolidación de la carga y el desembale de las mercancías.
A 4.7.	Asignar la ubicación adecuada a la mercancía recepcionada, teniendo en cuenta sus características de caducidad y rotación, entre otras.

UT 5: Técnicas de gestión de stocks

A 5.1.	Registrar las entradas y salidas de mercancías previstas del almacén en el sistema de gestión de stocks.
A 5.2.	Realizar el control diario del stock del almacén, garantizando las necesidades de los clientes internos o externos.
A 5.3.	Calcular los parámetros de gestión y control de inventarios utilizados habitualmente en el almacén.
A 5.4.	Establecer criterios de cuantificación de las variables que detecten las desviaciones y roturas de stock.
A 5.5.	Establecer normas o protocolos de funcionamiento de almacén que regularicen las diferencias encontradas, en su caso, en la realización de inventarios.

UT 6: Valoración de existencias e inventarios

A 6.1.	Registrar las entradas y salidas de mercancías previstas del almacén en el sistema de gestión de stocks.
A 6.2.	Realizar el control diario del stock del almacén, garantizando las necesidades de los clientes internos o externos.
A 6.3.	Calcular los parámetros de gestión y control de inventarios utilizados habitualmente en el almacén.
A 6.4.	Establecer sistemas de control de inventarios realizados por medios convencionales o informáticos.

A 6.5.	Establecer normas o protocolos de funcionamiento de almacén que regularicen las diferencias encontradas, en su caso, en la realización de inventarios.
A 6.6.	Identificar las causas por las que pueden existir descuadres entre el stock físico y el contable.
A 6.7.	Proponer medidas que corrijan los descuadres de almacén, transmitiendo las incidencias de acuerdo con las especificaciones establecidas.

UT 7: Embalaje y expedición de mercancías

A 7.1.	Transmitir las instrucciones de preparación de pedidos por el sistema de gestión implantado.
A 7.2.	Optimizar la colocación de mercancías en las unidades de carga, minimizando huecos y asegurando la estiba de las mismas.
A 7.3.	Determinar el método de preparación de pedidos y/o embalaje más adecuado a las características de la mercancía y del almacén.
A 7.4.	Diseñar el sistema de abastecimiento de mercancías a la zona de preparación de pedidos, optimizando las operaciones necesarias.
A 7.5.	Realizar la señalización, rotulación, codificación y etiquetado, entre otras tareas, de las mercancías que van a ser expedidas.
A 7.6.	Confeccionar la documentación que acompaña a la mercancía expedida.
A 7.7.	Considerar las condiciones del seguro más favorables para la empresa, en el transporte de la mercancía expedida.

UT 8: Transporte y entrega de mercancías

A 8.1.	Optimizar la colocación de mercancías en las unidades de carga, minimizando huecos y asegurando la estiba de las mismas.
A 8.2.	Considerar las condiciones del seguro más favorables para la empresa, en el transporte de la mercancía expedida.
A 8.3.	Elegir el medio transporte más adecuado para la mercancía expedida.

UT 9: Personal del almacén y gestión informática

A 9.1.	Asignar las tareas diarias del almacén al personal, de acuerdo con los tiempos asignados a cada actividad.
A 9.2.	Transmitir correctamente las órdenes y/o instrucciones de trabajo al personal correspondiente.
A 9.3.	Utilizar medios de comunicación y transmisión electrónicos (EDI) para la coordinación y seguimiento de mercancías en el almacén.
A 9.4.	Determinar el número de trabajadores asignado a cada operación de almacén en función de las órdenes y especificaciones recibidas.
A 9.5.	Asignar trabajadores a cada tarea del almacén, respetando la normativa laboral y de seguridad y prevención de riesgos laborales.
A 9.6.	Establecer sistemas de comunicación de las instrucciones de las órdenes y actividades diarias que tiene que realizar el personal del almacén.
A 9.7.	Establecer métodos de control de desarrollo de órdenes y actividades del personal de almacén, de acuerdo con los sistemas de calidad implantados por la organización.
A 9.8.	Establecer cronogramas para realizar las operaciones habituales del almacén que

	mejoren la productividad.
A 9.9.	Caracterizar las necesidades de información y formación del personal del almacén.
A 9.10.	Incorporar técnicas de comunicación que promuevan en el personal de almacén su integración y trabajo en equipo.
A 9.11.	Determinar las principales tareas del almacén que pueden ser gestionadas de forma eficiente mediante aplicaciones informáticas.
A 9.12.	Determinar cuáles son las aplicaciones informáticas existentes en el mercado que pueden gestionar las tareas del almacén.
A 9.13.	Utilizar aplicaciones informáticas adecuadas para realizar la gestión comercial del almacén.
A 9.14.	Utilizar simuladores adecuados para la optimización de cargas, paletización, embalajes y medios de transporte.
A 9.15.	Determinar soluciones logísticas para la automatización y la eficiencia de las tareas del almacén.
A 9.16.	Utilizar aplicaciones informáticas para la mejora continua del sistema de calidad de la empresa.

UT 10: Normas de seguridad y prevención de riesgos en el almacén

A 10.1.	Determinar las incidencias y accidentes más comunes en el trabajo diario dentro de un almacén.
A 10.2.	Determinar la normativa aplicable en materia de seguridad, higiene y prevención de riesgos laborales en las actividades propias del almacenamiento de mercancías.
A 10.3.	Caracterizar las medidas que hay que adoptar en caso de accidente producido en la manipulación de la mercancía dentro del almacén.
A 10.4.	Establecer el procedimiento que se debe seguir en el caso de accidentes en el almacén.
A 10.5.	Describir las cargas físicas y mentales que se producen en las actividades del almacén.
A 10.6.	Describir las medidas de seguridad que hay que adoptar y los medios de protección necesarios en caso de incendios menores en el almacén.

10. Orientaciones pedagógicas y metodología.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones de gestionar y coordinar las operaciones del almacén, optimizando los recursos disponibles.

La función de gestionar y coordinar las operaciones del almacén incluye aspectos como:

- La determinación de necesidades de recursos humanos y técnicos.
- La selección de equipos, medios y herramientas de almacén.
- Realizar planos de distribución interna de mercancías según métodos y técnicas de almacenamiento.
- El cálculo de coeficientes de utilización e índices de capacidad.
- Realizar y seguir protocolos de almacenaje.
- Realizar presupuestos de almacenaje de mercancías.
- Llevar a cabo la programación de mantenimiento del almacén.
- Relación con el equipo de trabajo.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- El almacenamiento y distribución de mercancías en empresas logísticas y en empresas comerciales, tanto mayoristas como minoristas.

La formación del módulo profesional contribuye a alcanzar los objetivos generales f), q), r), s), t), u), v) y w) del ciclo formativo, y las competencias d), 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 profesional versarán sobre:

- Realizar tareas diarias de las operaciones y flujos de mercancías del almacén.
- Recepcionar la mercancía, inspeccionarla y colocarla en el espacio destinado en el almacén.
- Preparar los pedidos de mercancías realizando las actividades complementarias necesarias.
- Realizar la gestión de las mercancías almacenadas.
- Utilizar el sistema de gestión del almacén implantado por la empresa para la gestión diaria de las operaciones y flujos del almacén.
- Conocer y cumplir las normas de seguridad e higiene en las tareas diarias del almacén.

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:

- 1227. Gestión de un pequeño comercio.
- 1229. Gestión de compras.

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:

- 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:

Crterios 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 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.

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 **23 horas lectivas** (15% de 147 horas=22,05) 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 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. 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.

Se recomienda el texto de Mc Graw Hill “Técnicas de Almacén” de Aurea Campo Varela, Ana María Hervás Exojo y María Teresa Revilla Rivas.

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.

Sé 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 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 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. 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 segundo curso se celebrará en función de las fechas que se establezcan por la Consejería siendo, como cada año, en junio.

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.

<i>Código</i>	1230
<i>Módulo profesional</i>	Venta Técnica
<i>Curso</i>	2º Ciclo de Grado Medio Actividades Comerciales
<i>Duración total del módulo profesional</i>	105
<i>Horas semanales</i>	5
<i>Asociado a unidad de competencia</i>	Sí
<i>Profesor</i>	María Isabel Iglesias Misas
<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 final del curso.
21. Evaluación de los procesos de enseñanza y de la acción docente.

1. Introducción

En la presente programación, se han empleado los resultados de aprendizaje recogidos en la normativa anterior, ya que la nueva legislación no establece modificaciones significativas en estos aspectos. A pesar de la actualización normativa, el Proyecto de Decreto actual para los ciclos formativos de grado superior en Castilla y León se centra en aspectos generales de la estructura y desarrollo curricular, ajustándose a las nuevas directrices del Sistema de Formación Profesional sin especificar cambios concretos en los resultados de aprendizaje.

Esta programación se alinea con la legislación vigente, recogida en:

- Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de Ordenación e Integración de la Formación Profesional.
- Real Decreto 500/2024, de 21 de mayo, que establece los cambios necesarios en la ordenación de los títulos de Formación Profesional de grado superior para su adaptación al marco definido por el Real Decreto 659/2023, de 18 de julio.

Asimismo, la Consejería de Educación de la Junta de Castilla y León ha presentado su Proyecto de Decreto para el currículo de los ciclos formativos de grado superior, correspondiente a la oferta de Grado D y Nivel 3, que adapta las enseñanzas a la nueva normativa sin introducir cambios sustanciales en los resultados de aprendizaje previamente establecidos.

Esta programación del módulo Venta Técnica 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.

R 1. RESULTADO DE APREDIZAJE: Elabora ofertas comerciales de productos industriales y del sector primario, adaptando los argumentos de venta a los distintos tipos de clientes (minoristas, mayoristas e institucionales).	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UNIDADES DE TRABAJO
CE 1.1 Se han realizado búsquedas de fuentes de <u>información de clientes industriales</u> y mayoristas.	1
CE.1.2 Se han elaborado <u>argumentarios de ventas centrados en la variable producto</u> , tales como atributos físicos, composición, utilidades y aplicaciones de dichos productos.	1
CE 1.3 Se han realizado <u>propuestas de ofertas de productos</u> a un cliente institucional, industrial o mayorista.	1
CE 1.4 Se han destacado las <u>ventajas de nuevos materiales, componentes e ingredientes</u> de los productos ofertados.	1
CE 1.5 Se han seleccionado subvariables de producto, tales como el <u>envase</u> , el <u>etiquetado</u> , la <u>certificación</u> y la <u>seguridad</u> , como herramientas de marketing para	1

R 1. RESULTADO DE APREDIZAJE: Elabora ofertas comerciales de productos industriales y del sector primario, adaptando los argumentos de venta a los distintos tipos de clientes (minoristas, mayoristas e institucionales).

<i>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</i>	UNIDADES DE TRABAJO
potenciar los beneficios del producto ofertado.	

R 2. RESULTADO DE APREDIZAJE: Confecciona ofertas comerciales de servicios, adaptando los argumentos de venta a las características específicas del servicio propuesto y a las necesidades de cada cliente.

<i>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</i>	UNIDADES DE TRABAJO
CE 2.1 Se han identificado <u>características intrínsecas de los servicios</u> , como son caducidad inmediata, demanda concentrada puntualmente, intangibilidad, inseparabilidad y heterogeneidad.	2
CE 2.2 Se han estructurado y jerarquizado los <u>objetivos de las ofertas de servicios</u> entre logros económicos y sociales, si los hubiera.	2
CE 2.3 Se ha <u>encuestado</u> a los clientes para conocer su grado de comprensión y aceptación del servicio ofrecido.	2
CE 2.4 Se ha medido la <u>efectividad de las encuestas</u> una vez aplicadas por la organización.	2
CE 2.5 Se han analizado <u>estrategias para superar las dificultades</u> que conlleva la aceptación de una oferta de prestación de servicios.	2
CE 2.6 Se han confeccionad <u>argumentos</u> de ventas de servicios públicos y privados.	2
CE 2.7 Se han elaborado <u>propuestas para captar clientes</u> que contraten prestaciones de servicios a largo plazo.	2

R 3. RESULTADO DE APREDIZAJE: Realiza actividades propias de la venta de productos tecnológicos, aplicando técnicas de venta adecuadas y recopilando información actualizada de la evolución y tendencias del mercado de este tipo de bienes.

<i>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</i>	UNIDADES DE TRABAJO
CE 3.1 Se han analizado <u>carteras de productos/servicios tecnológicos</u> ofertados en los distintos canales de comercialización.	3
CE 3.2. Se han obtenido <u>datos del mercado</u> a través de la información y sugerencias recibidas de los clientes.	3
CE 3.3 Se ha organizado la información obtenida sobre <u>innovaciones del mercado</u> , centrándose en las <u>utilidades</u> de productos, <u>nuevos usos</u> , <u>fácil manejo</u> , accesorios, complementos y compatibilidades.	3
CE 3.4 Se ha argumentado la posibilidad de introducir nuevos productos y/o servicios, modificaciones o variantes de modelos que complementen la cartera de productos, ajustándose a las <u>nuevas modas y tendencias</u> .	3

R 3. RESULTADO DE APREDIZAJE: Realiza actividades propias de la venta de productos tecnológicos, aplicando técnicas de venta adecuadas y recopilando información actualizada de la evolución y tendencias del mercado de este tipo de bienes.

<i>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</i>	UNIDADES DE TRABAJO
CE 3.5 Se han proporcionado datos al superior inmediato sobre la <u>existencia de segmentos de clientes comercialmente rentables</u> , proponiendo <u>nuevas líneas de negocio</u> , fomentando el espíritu emprendedor en la empresa.	3
CE 3.6 Se han detectado <u>áreas de mejora en grupos de clientes poco satisfechos</u> , que pueden ser cubiertos con la oferta de un producto/servicio que se adapte mejor a sus necesidades.	3
CE 3.7 Se han elaborado <u>ofertas de productos tecnológicos</u> , utilizando herramientas informáticas de presentación.	3

R 4. RESULTADO DE APRENDIZAJE: Desarrolla actividades relacionadas con la venta de productos de alta gama, aplicando técnicas que garanticen la transmisión de la imagen de marca de calidad y reputación elevada.

<i>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</i>	UNIDADES DE TRABAJO
CE 4.1 Se han establecido las causas que determinan la <u>consideración de un producto como de alta gama</u> , tales como precio, características innovadoras y calidad entre otras.	4
CE 4.2 Se ha determinado el procedimiento de <u>transmisión de una imagen de alto posicionamiento</u> a través del lenguaje verbal y no verbal, la imagen personal y el trato al cliente.	4
CE 4.3 Se ha confeccionado un <u>argumentario de ventas centrado en la variable comunicación</u> , tales como imagen de marca, origen, personalidad, reconocimiento social, pertenencia a un grupo o clase y exclusiva cartera de clientes.	4
CE 4.4 Se han seleccionado los <u>argumentos</u> adecuados en operaciones de venta de productos de alto posicionamiento.	4
CE 4.5 Se ha realizado el <u>empaquetado y/o embalaje del producto con rapidez y eficiencia</u> , utilizando distintas técnicas acordes con los parámetros estéticos de la imagen corporativa.	4
CE 4.6 Se ha realizado el <u>etiquetaje</u> de productos de alto valor monetario, siguiendo la normativa aplicable en cada caso.	4
CE 4.7 Se ha revisado la <u>seguridad de la mercancía</u> con sistemas antihurto, comprobando la concordancia etiqueta-producto y el funcionamiento de las cámaras de videovigilancia.	4
CE 4.8. Se han analizado las <u>pautas de actuación establecidas por la organización al detectar un hurto</u> .	4

R 5. RESULTADO DE APRENDIZAJE: Prepara diferentes acciones promocionales de bienes inmuebles, aplicando técnicas de comunicación adaptadas al sector.

<i>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</i>	UNIDADES DE TRABAJO
CE 5.1 Se han elaborado <u>mensajes publicitarios</u> con la información de los inmuebles que se ofertan.	5
CE 5.2 Se han comparado las <u>ventajas e inconvenientes de los distintos soportes</u> de difusión.	5
CE 5.3 Se ha <u>gestionado la difusión del material promocional</u> utilizando diversos medios de comunicación.	5
CE 5.4 Se han <u>seleccionado las fuentes de información disponibles</u> para la captación de potenciales demandantes–clientes de inmuebles en venta o alquiler.	5
CE 5.5 Se han determinado las <u>necesidades y posibilidades económico–financieras</u> de los potenciales demandantes–clientes, aplicando los instrumentos de medida previstos por la organización	5
CE 5.6 Se han registrado los datos del posible cliente, cumpliendo con los criterios de <u>confidencialidad</u> y con la <u>normativa sobre protección de datos</u> .	5
CE 5.7 Se han realizado estudios comparativos para <u>seleccionar el elemento de nuestra cartera de inmuebles</u> que mejor se ajuste a las expectativas y posibilidades económicas del cliente.	5

R 6. RESULTADO DE APRENDIZAJE: Desarrolla actividades relacionadas con el proceso de venta de inmuebles, cumplimentando los documentos generados en este tipo de operaciones

<i>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</i>	UNIDADES DE TRABAJO
CE 6.1 Se han <u>seleccionado los inmuebles</u> más en consonancia con las necesidades y deseos de los potenciales clientes, presentando la información en forma de dossier.	6
CE 6.2 Se ha <u>informado de forma clara y efectiva a los clientes de las características y precios de los inmuebles</u> previamente seleccionados.	6
CE 6.3 Se han seleccionado los <u>parámetros esenciales en las visitas a los inmuebles</u> que más se ajustan a los intereses de los potenciales clientes.	6
CE 6.4 Se han transmitido a los posibles clientes del producto inmobiliario <u>las condiciones de la intermediación de la operación</u> .	6
CE 6.5 Se han programado <u>procesos de negociación comercial</u> para alcanzar el cierre de la operación comercial.	6
CE 6.6 Se han cumplimentado <u>hojas de visita, precontratos, contratos y documentación anexa</u> .	6
CE 6.7 Se ha realizado el <u>seguimiento de las operaciones</u> a través de un sistema de comunicación continua capaz de planificar nuevas visitas y de registrar las variaciones en los datos de la oferta.	6

R 7. RESULTADO DE APRENDIZAJE: Desarrolla actividades de telemarketing en situaciones de venta telefónica, captación y fidelización de clientes y atención personalizada, aplicando las técnicas adecuadas en cada caso.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UNIDADES DE TRABAJO
CE 7.1 Se han identificado los distintos <u>sectores donde se ha desarrollado el telemarketing</u> .	7
CE 7.2 Se han analizado las diversas <u>funciones que cumple</u> esta herramienta de comunicación comercial en la empresa.	7
CE 7.3 Se ha analizado el <u>perfil que debe tener un buen teleoperador</u> .	4
CE 7.4 Se han caracterizado las <u>técnicas de atención personalizada</u> , captación y fidelización del cliente a través del telemarketing.	7
CE 7.5 Se han identificado las distintas <u>etapas del proceso de venta telefónica</u> .	7
CE 7.6 Se han elaborado <u>guiones</u> para la realización de llamadas de ventas.	7
CE 7.7 Se han <u>previsto las objeciones</u> que pueden plantear los clientes y la forma de afrontarlas con éxito.	7
CE 7.8 Se han realizado <u>simulaciones</u> de operaciones de telemarketing en casos de captación, retención o recuperación de clientes.	7

Son criterios de evaluación de especial interés para la adquisición de los resultados de aprendizaje los siguientes: CE 1.2, CE 1.3, CE 2.1, CE 2.3, CE 2.6, CE 2.7, CE 3.3, CE 3.7, CE 4.1, CE 4.2, CE 4.3, CE 4.5, CE 4.7, CE 4.8, CE 5.1, CE 5.6, CE 5.7, CE 6.2, CE 6.4, CE 6.5, CE 6.6, CE 6.7, CE 7.1, CE 7.3, CE 7.4, CE 7.6, CE 7.7.

3. Contenidos básicos.

Los contenidos básicos del Ciclo Formativo de Grado Medio en Actividades Comerciales los podemos encontrar en el 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:

Elaboración de ofertas comerciales de productos industriales:

- Técnicas de venta aplicadas al cliente industrial.
- Agentes comerciales. Fomento del encuentro comprador–vendedor.
- Materiales, composición e ingredientes.
- El envase y el embalaje como argumento de ventas.
- La certificación como herramienta de marketing.
- La seguridad del producto como parámetro para mantener la confianza del cliente industrial.
- Facilitadores: aseguradoras y entidades financieras.

Confección de ofertas comerciales de servicios:

- Tipología de servicios.
- Objetivos en la prestación de servicios. Objetivos sociales y económicos.
- Planificación de los servicios según las necesidades de los usuarios.
- Características inherentes a los servicios.
- La intangibilidad y las propuestas para contrarrestar este factor.
- La inseparabilidad y modos de superarla.
- La heterogeneidad y la lucha en la empresa por reducirla. La caducidad inmediata y las soluciones para evitar la pérdida total.
- La concentración de la demanda en periodos puntuales y estrategias para combatirla.
- Sistemas de control de satisfacción de los usuarios en la ejecución de la oferta de servicios.

Realización de actividades propias de la venta de productos tecnológicos:

- El espíritu emprendedor en la búsqueda de nuevos nichos de mercado.
- La innovación y el lanzamiento de nuevos productos.
- Agrupación de funciones, nuevos usos y utilidades, novedades en el manejo, desarrollo de accesorios y complementos, y compatibilidades en sistemas y productos.
- Catálogos y manuales de instrucciones.
- Gestión de clientes poco satisfechos y sugerencias de mejora.
- Elaboración de presentaciones de novedades.
- Análisis del fenómeno de la moda y las tendencias. Previsión.
- El cliente prescriptor como punta de lanza en el mercado.
- Flexibilidad de la empresa para adaptarse a entornos cambiantes.

Desarrollo de actividades relacionadas con la venta de productos de alta gama:

- La comunicación del posicionamiento.
- El cliente que busca la marca.
- La distribución selectiva.
- La utilización de caras conocidas en la publicidad.
- Producto: los objetos exclusivos, las series limitadas y los modelos de autor.
- Imagen de marca e imagen personal.
- El análisis de marca.
- Técnicas de empaquetado.
- Normativa de etiquetado.
- Sistemas de alarma para productos.
- Políticas antihurto.

Preparación de acciones promocionales de bienes inmuebles:

- La figura del agente comercial y del asesor comercial inmobiliario.
- La promoción de inmuebles: medios y canales.
- Comercialización de inmuebles: presencial, por teléfono y por ordenador.
- La capacidad de compra o alquiler de los potenciales clientes.
- Legislación vigente en materia de protección de datos.
- Protección al consumidor en operaciones de compraventa y alquiler de inmuebles.
- Política de confidencialidad de datos de la organización.
- La cartera de inmuebles. Clasificación por filtros: zona, precio, estado de habitabilidad y características.

Desarrollo de actividades relacionadas con el proceso de venta de inmuebles:

- Tipos de inmuebles: vivienda libre, de protección oficial y cooperativas de viviendas.
- LAU. Ley de arrendamientos urbanos.
- Presentación, visita y demostración del producto inmobiliario.
- La visita a los inmuebles en cartera.
- Documento de visita.
- Documento de reserva de compra o alquiler.
- Escritura pública de la operación.
- Normativa reguladora de las operaciones inmobiliarias.
- Gastos de formalización de contrato.
- Obligaciones, desgravaciones y bonificaciones fiscales.
- Garantías reales y personales.

Desarrollo de actividades de telemarketing:

- Concepto de telemarketing.
- Evolución hasta el BPO (business process outsourcing).
- Ventajas y factores de éxito del telemarketing.
- Sectores económicos de desarrollo del telemarketing.
- El profesiograma del teleoperador.
- Pautas para la excelencia en la comunicación telefónica.
- Tipología de interlocutores.
- Aplicaciones del uso del teléfono en operaciones comerciales.
- Investigación comercial por teléfono.
- El proceso de la venta telefónica.
- Los ratios en la medición de la excelencia, calidad y eficiencia del servicio en las actuaciones de telemarketing.

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, y son los siguientes:**

1. Elaboración de ofertas comerciales de productos industriales:

- 1.1. Mercados del sector primario: cosechas, ganado y pesca.
- 1.2. Mercados industriales: materias primas, componentes y productos semielaborados.
- 1.3. Técnicas de venta aplicadas al cliente industrial: minoristas, mayoristas e institucionales.
- 1.4. Agentes comerciales. Fomento del encuentro comprador-vendedor.
- 1.5. Atributos del producto: materiales, composición e ingredientes.
- 1.6. El envase y el embalaje como argumento de ventas.
- 1.7. La certificación como herramienta de marketing. Certificados de calidad, medioambientales y de control de riesgos laborales.
- 1.8. La seguridad del producto como parámetro para mantener la confianza del cliente industrial.
- 1.9. Facilitadores: aseguradoras y entidades financieras.

2. Confección de ofertas comerciales de servicios:

- 2.1. Tipología de servicios.
 - 2.2. Objetivos en la prestación de servicios. Objetivos sociales y económicos.
 - 2.3. Planificación de los servicios según las necesidades de los usuarios.
 - 2.4. Características inherentes a los servicios.
 - 2.5. La intangibilidad y las propuestas para contrarrestar este factor.
 - 2.6. La inseparabilidad y modos de superarla.
 - 2.7. La heterogeneidad y la lucha en la empresa por reducirla. La caducidad inmediata y las soluciones para evitar la pérdida total.
 - 2.8. La concentración de la demanda en periodos puntuales y estrategias para combatirla.
 - 2.9. Sistemas de control de satisfacción de los usuarios en la ejecución de la oferta de servicios.
3. Realización de actividades propias de la venta de productos tecnológicos:
 - 3.1. El espíritu emprendedor en la búsqueda de nuevos nichos de mercado.
 - 3.2. La innovación y el lanzamiento de nuevos productos.
 - 3.3. Agrupación de funciones, nuevos usos y utilidades, novedades en el manejo, desarrollo de accesorios y complementos, y compatibilidades en sistemas y productos.
 - 3.4. Catálogos y manuales de instrucciones.
 - 3.5. Gestión de clientes poco satisfechos y sugerencias de mejora.
 - 3.6. Elaboración de presentaciones de novedades.
 - 3.7. Análisis del fenómeno de la moda y las tendencias. Previsión.
 - 3.8. El cliente prescriptor como punta de lanza en el mercado.
 - 3.9. Flexibilidad de la empresa para adaptarse a entornos cambiantes.
4. Desarrollo de actividades relacionadas con la venta de productos de alta gama:
 - 4.1. Producto: los objetos exclusivos, las series limitadas y los modelos de autor.
 - 4.2. Imagen de marca e imagen personal.
 - 4.3. El análisis de marca.
 - 4.4. La comunicación del posicionamiento.
 - 4.5. El cliente que busca la marca.
 - 4.6. La distribución selectiva.
 - 4.7. La utilización de caras conocidas en la publicidad.
 - 4.8. Técnicas de empaquetado.
 - 4.9. Normativa de etiquetado.
 - 4.10. Sistemas de alarma para productos.
 - 4.11. Políticas antihurto.
5. Preparación de acciones promocionales de bienes inmuebles:
 - 5.1. Operaciones en las que intervienen los agentes inmobiliarios.
 - 5.2. La figura del agente comercial y del asesor comercial inmobiliario.
 - 5.3. La promoción de inmuebles: medios y canales.
 - 5.4. Comercialización de inmuebles: presencial, por teléfono y por ordenador.
 - 5.5. La capacidad de compra o alquiler de los potenciales clientes.
 - 5.6. Legislación vigente en materia de protección de datos.
 - 5.7. Protección al consumidor en operaciones de compraventa y alquiler de inmuebles.
 - 5.8. Política de confidencialidad de datos de la organización.
 - 5.9. La cartera de inmuebles. Clasificación por filtros: zona, precio, estado de habitabilidad y características.

6. Desarrollo de actividades relacionadas con el proceso de venta de inmuebles:
 - 6.1. Tipos de inmuebles: vivienda libre, de protección oficial y cooperativas de viviendas.
 - 6.2. LAU. Ley de arrendamientos urbanos.
 - 6.3. Producto inmobiliario: características y precios.
 - 6.4. Presentación, visita y demostración del producto inmobiliario.
 - 6.5. La visita a los inmuebles en cartera.
 - 6.6. Documento de visita.
 - 6.7. Documento de reserva de compra o alquiler.
 - 6.8. Escritura pública de la operación.
 - 6.9. Normativa reguladora de las operaciones inmobiliarias.
 - 6.10. Gastos de formalización de contrato.
 - 6.11. Obligaciones, desgravaciones y bonificaciones fiscales.
 - 6.12. Garantías reales y personales. Las arras.

7. Desarrollo de actividades de telemarketing:
 - 7.1. Concepto de telemarketing.
 - 7.2. Evolución hasta el BPO (business process outsourcing).
 - 7.3. Ventajas y factores de éxito del telemarketing.
 - 7.4. Sectores económicos de desarrollo del telemarketing.
 - 7.5. El profesiograma del teleoperador.
 - 7.6. Pautas para la excelencia en la comunicación telefónica.
 - 7.7. Tipología de interlocutores.
 - 7.8. Aplicaciones del uso del teléfono en operaciones comerciales.
 - 7.9. Investigación comercial por teléfono.
 - 7.10. El proceso de la venta telefónica.
 - 7.11. Las ratios en la medición de la excelencia, calidad y eficiencia del servicio en las actuaciones de telemarketing.

5. Contenidos distribuidos en unidades de trabajo.

UT1. Productos industriales.

- Producción, comercialización y consumo
- Sectores económicos
- División del mercado
- Productos industriales
- El cliente industrial
- Venta de productos industriales
- Gestión de los productos industriales
- Reto profesional inicial resuelto
- Reto profesional

UT2. Servicios.

- Los servicios

- Sector servicios
- Prestación de servicios
- Los clientes
- Oferta de servicios
- Calidad de los servicios
- Reto profesional inicial resuelto
- Reto profesional

UT3. Productos tecnológicos .

- Tecnología
- Productos tecnológicos
- Productos reacondicionados
- Mercado tecnológico
- Innovación y lanzamiento de productos
- Los clientes
- Venta de productos tecnológicos
- Reto profesional inicial resuelto
- Reto profesional

UT4. Productos de alta gama.

- Productos de alta gama
- Mercado de alta gama
- La marca
- Clientes y vendedores
- Sistemas y políticas de seguridad
- Reto profesional inicial resuelto
- Reto profesional

UT5. Promoción de bienes inmuebles.

- Bienes inmuebles
- El mercado inmobiliario
- Agente comercial y asesor inmobiliario
- Operaciones inmobiliarias
- La cartera de inmuebles

- Comercialización y promoción
- Clientes
- Protección y confidencialidad: normativa
- Reto profesional inicial resuelto
- Reto profesional

UT6. Venta de inmuebles.

- Inmuebles: tipología
- Arrendamientos urbanos
- Venta inmobiliaria
- Operaciones inmobiliarias
- Gastos derivados de la formalización del contrato
- Financiación
- Reto profesional inicial resuelto
- Reto profesional

UT7. Telemarketing.

- Telemarketing
- La comunicación telefónica
- Teleoperadores
- Vender por teléfono
- Investigación comercial por teléfono
- Calidad y eficiencia del servicio
- Reto profesional inicial resuelto
- Reto profesional

6. Secuenciación.

Contenidos secuenciados

1ª Evaluación	2ª Evaluación
<p style="text-align: center;">U.T. 1, 2, 3.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Septiembre: 1 (80%) • Octubre: 1 (20%), 2 • Noviembre: 3, 4 (20%) 	<p style="text-align: center;">U.T. 4, 5, 6,7</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diciembre: 4 (80%), 5 (20%). • Enero: 5 (80%), 6 (20%). • Febrero: 6 (80%), 7 (75%) • Marzo: 7 (25%)

Temporalización

TRIMESTRE	UNIDAD DE TRABAJO	HORAS
PRIMER TRIMESTRE 47 horas	UT. 1 Oferta de productos industriales	16
	UT. 2 Oferta comercial de servicios	15
	UT. 3 Venta de productos tecnológicos	16
SEGUNDO TRIMESTRE 58 horas	UT. 4 Venta de productos de alta gama	15
	UT. 5 Promoción de bienes inmuebles	12
	UT. 6 Venta de inmuebles	11
	UT. 7 Telemarketing	20
TOTAL		105

7. Competencias profesionales, sociales y personales.

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

- 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.
- 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.
- 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 los siguientes objetivos generales del ciclo formativo:

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.

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

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

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

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

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

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

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

9. Actividades de enseñanza, aprendizaje/evaluación.

UT. 1: Oferta de productos industriales

CE	A	Actividad
CE 1.1.	A 1.1.	Realizar búsquedas de fuentes de <u>información de clientes industriales y mayoristas</u> .
CE 1.2.	A 1.2.	Elaborar <u>argumentarios de ventas centrados en la variable producto</u> , tales como atributos físicos, composición, utilidades y aplicaciones de dichos productos.
CE 1.3.	A 1.3.	Realizar <u>propuestas de ofertas de productos</u> a un cliente institucional,

		industrial o mayorista.
CE 1.4.	A 1.4.	Destacar las <u>ventajas de nuevos materiales, componentes e ingredientes</u> de los productos ofertados.
CE 1.5.	A 1.5.	Seleccionar subvariables de producto, tales como el <u>envase</u> , el <u>etiquetado</u> , la <u>certificación</u> y la <u>seguridad</u> , como herramientas de marketing para potenciar los beneficios del producto ofertado.

UT. 2: Oferta comercial de servicios

CE	A	Actividad
CE 2.1.	A 2.1.	Identificar <u>características intrínsecas</u> de los servicios, como son caducidad inmediata, demanda concentrada puntualmente, intangibilidad, inseparabilidad y heterogeneidad.
CE 2.2.	A 2.2.	Estructurar y jerarquizado los <u>objetivos de las ofertas de servicios</u> entre logros económicos y sociales, si los hubiera.
CE 2.3.	A 2.3.	Encuestar a los clientes para conocer su grado de comprensión y aceptación del servicio ofrecido.
CE 2.4.	A 2.4.	Medir la <u>efectividad de las encuestas</u> una vez aplicadas por la organización.
CE 2.5.	A 2.5.	Analizar <u>estrategias para superar las dificultades</u> que conlleva la aceptación de una oferta de prestación de servicios.
CE 2.6.	A 2.6.	Confeccionar <u>argumentos</u> de ventas de servicios públicos y privados.
CE 2.7.	A 2.7.	Elaborar <u>propuestas para captar clientes</u> que contraten prestaciones de servicios a largo plazo.

UT. 3 Venta de productos tecnológicos

CE	A	Actividad
CE 3.1.	A 3.1.	Analizar <u>carteras de productos/servicios tecnológicos</u> ofertados en los distintos canales de comercialización.
CE 3.2.	A 3.2.	Obtener <u>datos del mercado</u> a través de la información y sugerencias recibidas de los clientes.
CE 3.3.	A 3.3.	Organizar la información obtenida sobre <u>innovaciones del mercado</u> , centrándose en las <u>utilidades</u> de productos, <u>nuevos usos</u> , <u>fácil manejo</u> , accesorios, complementos y compatibilidades.
CE 3.4.	A 3.4.	Argumentar la posibilidad de introducir nuevos productos y/o servicios, modificaciones o variantes de modelos que complementen la cartera de productos, ajustándose a las <u>nuevas modas y tendencias</u> .
CE 3.5.	A 3.5.	Proporcionar datos al superior inmediato sobre la <u>existencia de segmentos de clientes comercialmente rentables</u> , proponiendo <u>nuevas líneas de negocio</u> , fomentando el espíritu emprendedor en la empresa.
CE 3.6.	A 3.6.	Detectar <u>áreas de mejora en grupos de clientes poco satisfechos</u> , que pueden ser cubiertos con la oferta de un producto/servicio que se adapte mejor a sus necesidades.
CE 3.7.	A 3.7.	Elaborar <u>ofertas de productos tecnológicos</u> , utilizando herramientas informáticas de presentación.

UT. 4 Venta de productos de alta gama

CE	A	Actividad
CE 4.1.	A 4.1.	Determinar el procedimiento de <u>transmisión de una imagen de alto posicionamiento</u> a través del lenguaje verbal y no verbal, la imagen

		personal y el trato al cliente.
CE 4.2.	A 4.2.	Confeccionar un <u>argumentario de ventas centrado en la variable comunicación</u> , tales como imagen de marca, origen, personalidad, reconocimiento social, pertenencia a un grupo o clase y exclusiva cartera de clientes.
CE 4.3.	A 4.3.	Seleccionar los <u>argumentos</u> adecuados en operaciones de venta de productos de alto posicionamiento.
CE 4.4.	A 4.4.	Realizar el <u>empaquetado y/o embalaje del producto con rapidez y eficiencia</u> , utilizando distintas técnicas acordes con los parámetros estéticos de la imagen corporativa.
CE 4.5.	A 4.5.	Realizar el <u>etiquetaje</u> de productos de alto valor monetario, siguiendo la normativa aplicable en cada caso.
CE 4.6.	A 4.6.	Revisar la <u>seguridad de la mercancía</u> con sistemas antihurto, comprobando la concordancia etiqueta-producto y el funcionamiento de las cámaras de videovigilancia.
CE 4.7.	A 4.7.	Analizar las <u>pautas de actuación establecidas por la organización al detectar un hurto</u> .
CE 4.8.	A 4.8.	Determinar el procedimiento de <u>transmisión de una imagen de alto posicionamiento</u> a través del lenguaje verbal y no verbal, la imagen personal y el trato al cliente.

UT. 5 Promoción de bienes inmuebles

CE	A	Actividad
CE 5.1.	A 5.1.	Elaborar <u>mensajes publicitarios</u> con la información de los inmuebles que se ofertan.
CE 5.2.	A 5.2.	Comparar las <u>ventajas e inconvenientes</u> de los distintos soportes de difusión.
CE 5.3.	A 5.3.	<u>Gestionar la difusión del material promocional</u> utilizando diversos medios de comunicación.
CE 5.4.	A 5.4.	<u>Seleccionar las fuentes de información disponibles</u> para la captación de potenciales demandantes–clientes de inmuebles en venta o alquiler.
CE 5.5.	A 5.5.	Determinar las <u>necesidades y posibilidades económico–financieras</u> de los potenciales demandantes–clientes, aplicando los instrumentos de medida previstos por la organización
CE 5.6.	A 5.6.	Registrar los datos del posible cliente, cumpliendo con los criterios de <u>confidencialidad</u> y con la <u>normativa sobre protección de datos</u> .
CE 5.7	A 5.7	Realizar estudios comparativos para <u>seleccionar el elemento de nuestra cartera de inmuebles</u> que mejor se ajuste a las expectativas y posibilidades económicas del cliente.

UT. 6 Venta de inmuebles

CE	A	Actividad
CE 6.1.	A 6.1.	<u>Seleccionar los inmuebles</u> más en consonancia con las necesidades y deseos de los potenciales clientes, presentando la información en forma de dossier.
CE 6.2	A 6.2.	<u>Informar de forma clara y efectiva</u> a los clientes de las características y precios de los inmuebles previamente seleccionados.
CE 6.3.	A 6.3.	Seleccionar los <u>parámetros esenciales</u> en las visitas a los inmuebles que más se ajustan a los intereses de los potenciales clientes.

CE 6.4.	A 6.4.	Trasmitir a los posibles clientes del producto inmobiliario <u>las condiciones de la intermediación de la operación.</u>
CE 6.5.	A 6.5.	Programar <u>procesos de negociación comercial</u> para alcanzar el cierre de la operación comercial.
CE 6.6.	A 6.6.	Cumplimentar <u>hojas de visita, precontratos, contratos y documentación anexa.</u>
CE 6.7.	A 6.7.	Realizar el <u>seguimiento de las operaciones</u> a través de un sistema de comunicación continua capaz de planificar nuevas visitas y de registrar las variaciones en los datos de la oferta.

UT. 7 Telemarketing

CE	A	Actividad
CE 7.1.	A 7.1.	Identificar los distintos <u>sectores donde se ha desarrollado el telemarketing.</u>
CE 7.2.	A 7.2.	analizado las diversas <u>funciones que cumple</u> esta herramienta de comunicación comercial en la empresa.
CE 7.3.	A 7.3.	Analizar el <u>perfil que debe tener un buen teleoperador.</u>
CE 7.4.	A 7.4.	Caracterizar las <u>técnicas de atención personalizada</u> , captación y fidelización del cliente a través del telemarketing.
CE 7.5.	A 7.5.	Identificar las distintas <u>etapas del proceso de venta telefónica.</u>
CE 7.6.	A 7.6.	Elaborar <u>guiones</u> para la realización de llamadas de ventas.
CE 7.7.	A 7.7.	<u>Prever las objeciones</u> que pueden plantear los clientes y la forma de afrontarlas con éxito.
CE 7.8.	A 7.8.	Realizar <u>simulaciones</u> de operaciones de telemarketing en casos de captación, retención o recuperación de clientes.

Son actividades de especial interés para la adquisición de los resultados de aprendizaje los siguientes: A 1.2, A 1.3, A 2.1, A 2.3, A 2.6, A 2.7, A 3.3, A 3.7, A 4.1, A 4.2, A 4.3, A 4.5, A 4.7, A 4.8, A 5.1, A 5.6, A 5.7, A 6.2, A 6.4, A 6.5, A 6.6, A 6.7, A 7.1, A 7.3, A 7.4, A 7.6, A 7.7.

10. Orientaciones pedagógicas y metodología.

Se seguirá una metodología adaptada a las características del alumnado y a la naturaleza del módulo, para que el alumno/a pueda construir su propio aprendizaje y lo ponga en práctica en su vida profesional.

Para la impartición del módulo se llevará a cabo una metodología basada en el método activo-participativo, a través del cual se desarrollarán los temas de forma amena, para que propicie el interés de los alumnos/as hacia el transporte internacional. Esta metodología estará formada por actividades de enseñanza-aprendizaje y de evaluación y el uso de equipos informáticos que permitan “aprender haciendo” (metodologías activas) y materiales audiovisuales de apoyo, sin descuidar la actitud del alumnado y fomentando su participación en clase.

De igual manera, se fomentará que los alumnos aprendan por sí mismos muchos de los conceptos y procedimientos para conseguir que “aprendan a aprender” y sean capaces de actualizar sus conocimientos de manera continua en su práctica laboral.

Se llevarán a cabo determinadas técnicas docentes que podrían resumirse en:

- Clases teóricas: uso de pizarra y proyector multimedia.
- Planificación personalizada: se planificará en función del estilo de aprendizaje del grupo.
- Evaluación diagnóstica, se realiza al principio del curso para conocer las condiciones de las que parte cada alumno/a.
- Evaluación formativa a lo largo del curso para comprobar el nivel de aprendizaje.

- Ejercicios y prácticas individuales y grupales que consistirán básicamente en la cumplimentación de documentos oficiales, tanto por escrito como en los equipos informáticos.
- Mapas conceptuales: se usarán mapas conceptuales para conseguir aprendizajes más significativos y menos memorísticos en los alumnos/as.

Con respecto a las estrategias, se plantea seguir las siguientes:

- Dedicar los primeros minutos de cada clase a repasar los contenidos impartidos en la clase anterior, así como plantear lo que se va a hacer en clase durante la actual sesión.
- Dedicar los primeros minutos de cada unidad de trabajo a sondear los conocimientos previos.
- Dedicar las primeras semanas de clase para detectar el estilo de aprendizaje de los alumnos/as y procurar posibles intervenciones individuales, proporcionando información de técnicas de estudio o de cualquier otro tipo necesario.
- Utilizar el refuerzo positivo en el aula como medida general para motivar e incentivar al alumnado.
- Intentar programar actividades de tipo procedimental cuando se tenga que impartir la materia a últimas horas del día. A primeras horas se tratará de explicar teoría ya que el alumnado se encontrará más receptivo, estando más cansado y disperso al final de la jornada educativa.

Se podrá requerir para la realización de prácticas y/o controles la utilización de equipos informáticos (portátiles, notebooks, tablets, etc)

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones de organización de eventos de marketing de la empresa

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Las actividades de supervisión de mercancía de elevado precio en el establecimiento comercial.
- El trabajo en un equipo de ventas y la comunicación a superiores jerárquicos sobre nichos de mercados, sugerencias de diversificación hacia nuevos productos y demandas de los clientes.
- La promoción de venta al por menor de productos y servicios tecnológicos.
- Los procesos de venta al por mayor en establecimiento y fuera de establecimiento al cliente particular, comercial o industrial.
- Las operaciones de promoción de inmuebles en venta o alquiler.
- Las actividades de telemarketing dirigidas a la investigación de mercados, promoción, atención al cliente, venta, retención, recuperación y fidelización del cliente.

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

- Etiquetado de productos.
- Alarmado de productos.
- Empaquetado y embalaje.
- Confección de informes comerciales.
- Análisis de informes de vendedor con las peticiones de los clientes.
- Presentación de novedades al equipo de ventas.
- Confección de argumentarios de venta técnica.

- Simulación de operaciones de venta y grabaciones en vídeo.
- Telemarketing.

Se potenciará la realización de actividades en equipo y colaborativas en las que el alumnado aprenda a poner en valor las competencias profesionales que va adquiriendo mediante el desarrollo de simulaciones de situaciones reales de empresa. De esta forma, las prácticas que realice el alumnado estarán, en la medida de lo posible, contextualizadas en la empresa y responderán a las necesidades que las empresas tienen de contar con personal cualificado profesionalmente con dominio de destrezas organizativas y colaborativas.

En estas actividades se valorará la capacidad del alumnado de trabajar en equipo y cooperativamente. Para facilitar el trabajo y la colaboración entre los miembros de cada equipo, se propondrá el uso de herramientas tecnológicas especialmente destinadas a ello.

11. Coordinación con otros módulos profesionales.

A la hora de impartir 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 venta.
- (1226) Marketing en la actividad comercial.

12. Criterios de evaluación y calificación.

La evaluación se realizará tomando como referencia los objetivos, expresados en resultados de aprendizaje, y los criterios de evaluación de cada uno de los módulos profesionales, así como los objetivos generales del ciclo formativo.

Evaluación del proceso aprendizaje (Alumnado)

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.

Procedimientos e instrumentos de evaluación- Buscando una evaluación lo más diversificada, integral y formativa posible, optaremos por utilizar diferentes procedimientos e instrumentos que permitirán la integración de todas las competencias en un marco de evaluación coherente.

Los procedimientos de evaluación que utilizaremos en esta UT serán los siguientes:

- Observaciones directas
- Pruebas específicas
- Cuestionarios Orales.
- Análisis de las producciones de los alumnos: Ejercicios prácticos.

Los instrumentos de evaluación sirven para obtener la información necesaria para realizar la evaluación y ver el nivel de logro de cada alumno en cada uno de los CE.

- Prueba objetiva parcial de la unidad
- Preguntas y debates.
- Actividades de aula
- Participación en clase
- Tareas grupales

Para realizar una evaluación formativa será esencial el uso de los indicadores de logro o herramientas de evaluación que nos servirán de baremo y nos permitirán obtener una valoración. La representación gráfica de estos baremos es un instrumento de doble entrada que se convierte, a su vez, en un instrumento de calificación: Rúbricas. / Escalas graduadas / Escalas de valoración

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.

La calificación estará determinada por los diferentes instrumentos de evaluación de las actividades que concretan los CE. La calificación trimestral será la media aritmética o ponderada de las UT de ese trimestre teniendo en cuenta las recuperaciones realizadas. La calificación ordinaria de junio será la media de los tres trimestres

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 ponderada de las notas de los parciales, según se comunique previamente, en función del número de unidades de trabajo de cada parcial. En caso de realizarse parciales, el alumno que obtenga una calificación inferior a 5 puntos en el primero tendrá que examinarse de toda la materia en el segundo examen.

b) Actividades en casa/clase: Trabajos, exposiciones en clase por el alumno sobre un tema, comentario de artículos, realización de actividades/ejercicios, preguntas en clase, tests con ayuda del libro o en la plataforma TEAMS, 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. Los trabajos no realizados por no asistencia o no realización serán evaluados con un 0.

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

Criterios de calificación	% de calificación
---------------------------	-------------------

a) Prueba de evaluación	70%
b) Trabajo en casa/clase	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).

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 7 o inferior se redondea a la baja y si es 8 o superior al alza. 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...). 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.

La nota final se redondeará de la siguiente manera: Si el primer decimal es 0,7 o inferior se redondea a la baja y si es 0,8 o superior al alza 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.

Los alumnos que no superen la evaluación serán informados con suficiente antelación sobre las materias, exámenes o prácticas pendientes de recuperar, explicándole la fecha y el modo de recuperación.

Si el suspenso se debe a la no presentación de las actividades, bastará con que entregue las no realizadas o suspensas. La nota que debe obtener para recuperar la evaluación será de 5 puntos

El examen final de febrero (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:

En caso de no superar el examen final de la primera convocatoria de febrero, el alumno deberá presentarse a la segunda convocatoria en mayo (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 16 horas lectivas (15% de 105 horas=15,75) 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. Este examen supondrá solamente un 70% de la nota, al calificarse el otro 30% correspondiente a asistencia y trabajo en clase como no presentado, a no ser que se haya realizado algún trabajo externo propuesto a instancias del alumno con asesoramiento del profesor. 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 0,7 se redondearán al entero más bajo. Los superiores o iguales a 0,8 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 mayo 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.

Se seguirá el texto de editorial Editex “Venta Técnica” de Juan José Castaño y Susana Jurado. Para determinados contenidos no incluidos en el manual anterior, se entregará a los alumnos documentos propios que los desarrollan.

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’S 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.

-- EXTRAESCOLARES.

Los alumnos participarán en todas las actividades extraescolares planteadas por el Departamento y propuestas por los diferentes profesores que quedan incluidas en la programación del departamento. Entre ellas puede destacarse:

- Ecommerce Tour León 2024.
- Acudir a charlas o coloquios relacionados con el sector comercial.

-- COMPLEMENTARIAS.

Las incluidas en la programación del departamento y los alumnos podrán sumarse a las propuestas por otros departamentos cuando estas sean adecuadas y contemplen actividades que estén relacionados con los objetivos del módulo de Venta Técnica.

18. Medidas de atención a la diversidad.

En el artículo 15 del Real Decreto 659/2023, de 18 de julio se hace mención de la Atención a las diferencias individuales y garantiza el derecho a todo alumno a cursar la FP independientemente de que presenten alguna discapacidad.

Para llevar a cabo el desarrollo del tratamiento de la diversidad es preciso analizar cada caso para aplicar la medida apropiada, con la finalidad principal de:

- Prevenir la aparición o evitar la consolidación de dificultades en el aprendizaje.
- Facilitar el proceso de integración de alumnos/as, tanto para aquellos que son inmigrantes, por la adaptación cultura y costumbres, vocabulario, como para los trabajadores en activo que no tienen el hábito de estudio.
- Favorecer actitudes de respeto entre compañeros/as y profesor.
- Favorecer el desarrollo profesional y laboral del alumno/a.

Si bien no se observa entre el alumnado necesidades educativas especiales ni necesidades específicas de apoyo educativo, tampoco es destacable la presencia de diferentes ritmos de aprendizaje. En cualquier caso, si a lo largo del curso de advirtieran cambios en lo que a ritmos de aprendizaje se refiere, se podrían tomar las siguientes medidas:

- **El trabajo en equipo**, los agrupamientos que se formen en clase, serán heterogéneos en cuanto que alumnos más aventajados ayuden a los alumnos con mayor dificultad en el aprendizaje, resaltando la figura del alumno ayudante, para favorecer la interacción entre ellos, y reforzando así medidas de atención para los alumnos inmigrantes, donde el nivel académico, procedencia alumnos y costumbres, no sean barrera de aprendizaje.
- **Atención individualizada del profesor**, será muy importante por parte del profesor la aclaración de conceptos, uso de materiales específicos, revisión a diario de tareas, preguntar si lo han entendido, etc. con el fin de ayudar en el proceso de enseñanza-aprendizaje a los alumnos.
- **Actividades de ampliación**, dirigidas principalmente para alumnos aventajados, se realizan en grupo o de manera individual, tienen un mayor nivel de exigencia y se centran en los aspectos complementarios y profundizan en los contenidos, se llevarán a cabo a lo largo de todas las unidades de trabajo.

- **Actividades de refuerzo:** Se centran en los aspectos más básicos de los contenidos, y tienen un menor nivel de exigencia, se hace imprescindible la utilización de determinados procedimientos, como son la realización de resúmenes y esquemas, de las distintas unidades de trabajo, de las charlas y visitas realizadas durante el curso.

Se realizará un plan individualizado para alumnos repetidores. En este caso para el presente curso no se cuenta con ningún alumno/a repetidor/a. Si lo hubiera, se le propondrían actividades diferenciadas a las realizadas en el curso anterior, aunque debiera superar igualmente los resultados de aprendizaje fijados en este módulo, mediante la utilización de la metodología específica y métodos aprobados.

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

No hay alumnos de cursos anteriores con la materia pendiente. Existe un alumno repetidor.

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

La segunda sesión de evaluación final del segundo curso 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. 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 0,7 se redondearán al entero más bajo. Los superiores o iguales a 0,8 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.

<i>Código</i>	1234
<i>Módulo profesional</i>	Servicios de atención comercial
<i>Curso</i>	2º Ciclo de Grado Medio Actividades Comerciales
<i>Duración total del módulo profesional</i>	105
<i>Asociado a unidad de competencia</i>	Sí
<i>Horas semanales</i>	5
<i>Profesor</i>	María del Pilar Parejo Peña
<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 Servicios de atención comercial 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: Desarrolla actividades de atención/información al cliente, procurando transmitir la imagen más adecuada de la empresa u organización.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UNIDADES DE TRABAJO
CE 1.1. Se han identificado las funciones del departamento de atención al cliente de distintos tipos de empresas y organizaciones.	2,4
CE 1.2. Se han identificado diferentes tipos de organización del departamento de atención al cliente según características de la empresa u organización.	1
CE 1.3. Se han definido las relaciones del departamento de atención al cliente con el de marketing, el de ventas y otros departamentos de la empresa.	2,4
CE 1.4. Se han confeccionado organigramas de empresas comerciales, teniendo en cuenta su tamaño, estructura y actividad.	1
CE 1.5. Se han diferenciado las áreas de actividad y acciones del servicio de atención al cliente, teniendo en cuenta la legislación vigente.	2,4
CE 1.6. Se han identificado las funciones de los Contact Centers	1
CE 1.7. Se han identificado las funciones de los servicios que prestan a las empresas u organizaciones	1

RA 2. RESULTADO DE APREDIZAJE: Utiliza técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente/consumidor/ usuario, proporcionando la información solicitada.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UNIDADES DE TRABAJO
CE 2.1. Se ha descrito el proceso de comunicación, los elementos que intervienen y las barreras y dificultades que pueden surgir en el mismo	2
CE 2.2. Se han identificado los canales de comunicación, interna y externa, de las empresas y organizaciones.	2

RA 2. RESULTADO DE APREDIZAJE: Utiliza técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente/consumidor/ usuario, proporcionando la información solicitada.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UNIDADES DE TRABAJO
CE 2.3. Se han descrito las fases del proceso de información al cliente y las técnicas utilizadas en los diferentes canales de comunicación	2
CE 2.4. Se ha solicitado la información requerida por el cliente al departamento u organismo competente, a través de distintos canales de comunicación.	2,3
CE 2.5. Se ha facilitado información a supuestos clientes, utilizando la escucha activa y prestando especial atención a la comunicación no verbal	2,3
CE 2.6 Se han mantenido conversaciones telefónicas para informar a supuestos clientes, utilizando actitudes, normas de protocolo y técnicas adecuadas	2,3
CE 2.7 Se han redactado escritos de respuesta a solicitudes de información en situaciones de atención al cliente, aplicando las técnicas adecuadas	2,3
CE 2.8. Se ha utilizado el correo electrónico y la mensajería instantánea para contestar a las consultas de clientes, respetando las normas de protocolo y adoptando una actitud adecuada	2,3

RA 3. RESULTADO DE APREDIZAJE: Organiza la información relativa a la relación con los clientes, aplicando técnicas de organización y archivo tanto manuales como informáticas.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UNIDADES DE TRABAJO
CE 3.1. Se han descrito las técnicas de organización y archivo de la información, tanto manuales como informáticas.	5
CE 3.2. Se han descrito las técnicas más habituales de catalogación y archivo de documentación, analizando sus ventajas e inconvenientes.	5
CE 3.3. Se han clasificado distintos tipos de documentación en materia de atención al cliente/consumidor/usuario.	5
CE 3.4. Se han elaborado, actualizado y consultado bases de datos con la información relativa a los clientes.	5
CE 3.5. Se han manejado herramientas de gestión de las relaciones con los clientes (CRM), de acuerdo con las especificaciones recibidas.	1,4
CE 3.6. Se ha registrado la información relativa a las consultas o solicitudes de los clientes en la herramienta de gestión de las relaciones con clientes	4

RA 3. RESULTADO DE APREDIZAJE: Organiza la información relativa a la relación con los clientes, aplicando técnicas de organización y archivo tanto manuales como informáticas.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UNIDADES DE TRABAJO
CE 3.7. Se han aplicado métodos para garantizar la integridad de la información y la protección de datos, de acuerdo con la normativa vigente.	5

RA 4. RESULTADO DE APREDIZAJE: Identifica los organismos e instituciones de protección y defensa del consumidor y usuario, analizando las competencias de cada uno de ellos.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UNIDADES DE TRABAJO
CE 4.1. Se ha definido el concepto del consumidor y usuario, diferenciando los consumidores finales y los industriales.	1
CE 4.2. Se ha identificado la normativa nacional, autonómica y local que regula los derechos del consumidor y usuario	1
CE 4.3. Se han identificado las instituciones y organismos, públicos y privados, de protección al consumidor y usuario, describiendo sus competencias.	1
CE 4.4. Se ha interpretado la normativa aplicable a la gestión de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario en materia de consumo.	4
CE 4.5. Se han descrito las fuentes de información que facilitan información fiable en materia de consumo.	1

...

RA 5. RESULTADO DE APREDIZAJE: Realiza trámites de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor, aplicando técnicas de comunicación y negociación para su resolución.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UNIDADES DE TRABAJO
CE 5.1. Se han identificado los tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo	4
CE 5.2. Se ha descrito el procedimiento que hay que seguir, así como las fases, la forma y los plazos del proceso de tramitación de las reclamaciones del cliente.	4
CE 5.3. Se ha informado al cliente de sus derechos y los posibles mecanismos de solución de la reclamación, de acuerdo con la normativa vigente.	4
CE 5.4. Se han aplicado técnicas de comunicación en la atención de las quejas y reclamaciones, utilizando la escucha activa, la empatía y la asertividad.	4

RA 5. RESULTADO DE APREDIZAJE: Realiza trámites de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor, aplicando técnicas de comunicación y negociación para su resolución.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UNIDADES DE TRABAJO
CE 5.5. Se han utilizado técnicas de negociación y actitudes que faciliten el acuerdo para resolver las reclamaciones del cliente.	4
CE 5.6 Se han identificado y cumplimentado los documentos relativos a la tramitación de las quejas, reclamaciones y denuncias.	4
CE 5.7 Se ha cumplimentado la documentación necesaria para cursar la reclamación hacia el departamento u organismo competente	4
CE 5.8 Se ha informado al reclamante de la situación y del resultado de la queja o reclamación, de forma oral y/o escrita, y/o por medios electrónicos.	4

.....

RA 6. RESULTADO DE APREDIZAJE: Colabora en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención al cliente, aplicando técnicas de evaluación y control de la eficacia del servicio

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UNIDADES DE TRABAJO
CE 6.1. Se han identificado los métodos aplicables para evaluar la eficacia del servicio de atención/información al cliente.	6
CE 6.2. Se ha realizado el seguimiento del proceso de tramitación de las quejas y reclamaciones, evaluando la forma y los plazos de resolución	6
CE 6.3. Se han identificado las principales incidencias y retrasos en el servicio de atención al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones.	6
CE 6.4. Se han descrito las principales medidas aplicables para solucionar las anomalías detectadas y mejorar la calidad del servicio	6
CE 6.5. Se han aplicado técnicas para medir el nivel de satisfacción del cliente y la eficacia del servicio prestado	6
CE 6.6. Se han redactado informes con los resultados y conclusiones de la evaluación de la calidad, utilizando herramientas informáticas	6
CE 6.7 Se han aplicado las acciones establecidas en el plan de mejora de la calidad del servicio, utilizando aplicaciones informáticas	6
CE 6.8 Se han desarrollado las acciones establecidas en el plan de fidelización de clientes, utilizando la información disponible en la herramienta de gestión de las relaciones con los clientes (CRM).	6

.....

Son criterios de evaluación de especial interés para la adquisición de los resultados de aprendizaje los siguientes: CE 1.3, CE 1.4, CE 2.2, CE 2.4, CE 2.6, CE 3.2, CE 3.5, CE 3.6, CE 4.1, CE 4.3, CE 4.6, CE 5.2, CE 5.3, CE 6.2, CE 6.4, CE 6.4

3. Contenidos básicos.

Los contenidos básicos del Ciclo Formativo de Grado Medio en Actividades Comerciales 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:

Contenidos:

Desarrollo de actividades de atención/información al cliente:

- La atención al cliente en las empresas y organizaciones.
- Gestión de las relaciones con clientes.
- La identidad corporativa y la imagen de marca.
- Servicios de atención al cliente/consumidor/usuario.
- El departamento de atención al cliente en las empresas y organizaciones.
- Relaciones con otros departamentos de la empresa u organización.
- Estructuras organizativas: organigramas.
- Tipos de organigramas.
- Los contact centers. Funciones que desarrollan en la relación con los clientes.

Tipología. Servicios que prestan a las empresas. Utilización de técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente:

- La comunicación en la empresa. Información y comunicación.
- El proceso de comunicación.
- Tipos de comunicación.
- Técnicas de comunicación en situaciones de información al cliente.
- La empatía.
- La asertividad.
- La comunicación oral. La comunicación telefónica. La comunicación no verbal.
- La comunicación escrita. Tipos de cartas comerciales. Comunicaciones formales (instancia, recurso, certificado, declaración y oficio). Informes. Otros documentos escritos.
- La comunicación escrita a través de la red (Internet/Intranet).
- El correo electrónico. La mensajería instantánea.
- Comunicación en tiempo real (chat y videoconferencia) y comunicación diferida (foros).

Organización de la información relativa a la relación con los clientes:

- Técnicas de organización y archivo de documentación. Sistemas de clasificación, catalogación y archivo de documentos.
- Tipos de archivos.
- Organización de documentos de atención al cliente.
- Ficheros de clientes.
- Las bases de datos.
- Bases de datos documentales.
- Herramientas de gestión de las relaciones con clientes (CRM).
- Manejo de bases de datos de clientes.

- Transmisión de información en la empresa. Elaboración de informes.
- Normativa legal en materia de protección de datos.

Identificación de los organismos e instituciones de protección y defensa del consumidor y usuario:

- Concepto de consumidor y usuario.
- Consumidores y usuarios finales e industriales.
- Derechos del consumidor.
- La defensa del consumidor. Normativa legal.
- Instituciones públicas de protección al consumidor. Tipología. Competencias.
- Entidades privadas de protección al consumidor. Tipología. Competencias.

Realización de la tramitación de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor:

- Tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo.
- Normativa vigente en materia de consumo aplicable a la gestión de reclamaciones y denuncias.
- Fases del proceso de tramitación de reclamaciones y denuncias.
- Procedimiento de recogida de las reclamaciones.
- Proceso de tramitación de las reclamaciones.
- Las reclamaciones ante la Administración.
- Las técnicas de comunicación en situaciones de quejas y reclamaciones.
- Tratamiento al cliente ante las quejas y reclamaciones. La escucha activa. La empatía. La asertividad
- La negociación en la resolución de quejas y reclamaciones.
- El plan de negociación. Fases: preparación y estrategia, desarrollo y acuerdo.
- Técnicas de negociación en las reclamaciones.

Colaboración en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención al cliente/consumidor/usuario:

- Incidencias, anomalías y retrasos en el proceso de atención/información al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones.
- Tratamiento de las anomalías.
- Procedimientos de evaluación y control del servicio de atención al cliente.
- Normativa aplicable en la atención al cliente.
- Estrategias y técnicas de fidelización de clientes.

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., y son los siguientes:

1. Desarrollo de actividades de atención/información al cliente:

- La atención al cliente en las empresas y organizaciones.
- Gestión de las relaciones con clientes. El triángulo del servicio al cliente.
- La identidad corporativa y la imagen de marca. Influencia en el posicionamiento y diferenciación de la empresa.

- Servicios de atención al cliente/consumidor/usuario: seguimiento de la venta. Servicios postventa. Información y asesoramiento. Atención y satisfacción del cliente. Atención de quejas y reclamaciones.
- El departamento de atención al cliente en las empresas y organizaciones: funciones y organización.
- Relaciones con otros departamentos de la empresa u organización: con la fuerza de ventas, con el departamento de marketing, con el servicio técnico, con la dirección de la empresa u organización.
- Estructuras organizativas: organigramas.
- Tipos de organigramas: horizontales, verticales, mixtos, circulares.
- Los Contact Centers. Funciones que se desarrollan en la relación con los clientes.

2. Utilización de técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente:

- La comunicación en la empresa. Información y comunicación.
- El proceso de comunicación. Elementos. Fases del proceso. Barreras a la comunicación. Errores en la comunicación.
- Tipos de comunicación: interna y externa, formal e informal, verbal y no verbal.
- Técnicas de comunicación en situaciones de información al cliente.
- La empatía.
- La asertividad.
- La comunicación oral. Normas de comunicación oral. El proceso de comunicación oral. Las barreras a la comunicación oral.
- La comunicación telefónica: normas básicas para la comunicación telefónica. Tratamiento de las llamadas recibidas. Tratamiento de las llamadas emitidas. Utilización de las nuevas tecnologías en la comunicación telefónica.
- La comunicación no verbal: elementos de la comunicación no verbal, el lenguaje corporal, la voz, el espacio personal.
- La comunicación escrita. Reglas para la comunicación escrita eficaz.
- La correspondencia comercial: tipos de cartas comerciales. Estructura de la carta comercial. Contenido de las cartas comerciales. Redacción de cartas comerciales.
- Comunicaciones formales (instancia, recurso, certificado, declaración y oficio). Informes. Otros documentos escritos.
- La comunicación escrita a través de la red (Internet/Intranet).
- El correo electrónico. La mensajería instantánea.
- Comunicación en tiempo real (chat y videoconferencia) y comunicación diferida (foros).

3. Organización de la información relativa a la relación con los clientes:

- Técnicas de organización y archivo de documentación. Finalidad y funciones del archivo.
- Sistemas de clasificación, catalogación y archivos de documentos: alfabética, numérica, geográfica, temática, cronológica.
- Tipos de archivos. Archivos centralizados y por departamentos. Archivos temporales y definitivos. Archivos manuales e informáticos.
- Organización de documentos de atención al cliente.
- Ficheros de clientes. Elaboración y actualización de ficheros de clientes.
- Las bases de datos. Estructura. Funciones. Tipos.
- Bases de datos documentales.
- Herramientas de gestión de las relaciones con clientes (CRM).
- Manejo de bases de datos de clientes. Tratamiento de la información: gestión de datos y acceso a la información.
- Transmisión de información en la empresa. Elaboración de informes.

- La protección física de los datos.
- Normativa legal en materia de protección de datos.

4. Identificación de los organismos e instituciones de protección y defensa del consumidor y usuario:

- Concepto de consumidor y usuario.
- Consumidores y usuarios finales e industriales.
- Derechos del consumidor.
- La defensa del consumidor.
- Normativa legal. Normativa europea. Artículo 51 de la Constitución. Texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias. Ley sobre la Defensa de los Consumidores y Usuarios de Castilla y León. Competencias de las administraciones locales.
- Instituciones públicas de protección al consumidor. Tipología. Competencias.
- Entidades privadas de protección al consumidor. Tipología. Competencias.
- Asociaciones de consumidores y usuarios. Cooperativas de consumo.
- El portal de consumo de la Junta de Castilla y León: estructura y servicios.

5. Realización de la tramitación de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor:

- Tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo.
- Normativa vigente en materia de consumo aplicable a la gestión de reclamaciones y denuncias.
- Fases del proceso de tramitación de reclamaciones y denuncias.
- Procedimiento de recogida de las reclamaciones. Elementos formales.
- Documentos necesarios o pruebas. Cumplimentación documental.
- Proceso de tramitación de las reclamaciones. Plazos. Presentación ante los organismos competentes.
- El sistema arbitral de consumo.
- Las reclamaciones ante la Administración. El acto administrativo.
- El Defensor del Pueblo y el Procurador del Común de Castilla y León.
- Las técnicas de comunicación en situaciones de quejas y reclamaciones.
- Comunicación oral, escrita y telefónica.
- Tratamiento al cliente ante las quejas y reclamaciones. La escucha activa. La empatía. La asertividad.
- La negociación en la resolución de quejas y reclamaciones. Objetivos. Aspectos que hay que negociar.
- El plan de negociación. Fases: preparación, estrategia, desarrollo y acuerdo.
- Técnicas de negociación en las reclamaciones.

6. Colaboración en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención al cliente/consumidor/usuario:

- Incidencias, anomalías y retrasos en el proceso de atención/información al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones.
- Tratamiento de las anomalías. Medidas correctoras. Forma. Plazos.
- Procedimientos de evaluación y control del servicio de atención al cliente.
- Criterios y métodos de evaluación. Métodos para medir el nivel de satisfacción del cliente. Parámetros y técnicas de control. Aplicación de medidas correctoras.
- Normativa aplicable en la atención al cliente. Ley de ordenación del Comercio Minorista. Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y el Comercio Electrónico. Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal.
- Estrategias y técnicas de fidelización de clientes.

- Programas de fidelización de clientes.

5. Contenidos distribuidos en unidades de trabajo.

UT 1: La actividad comercial de las empresas

- 1.1. La empresa comercial.
- 1.2. Descripción de organigramas elementales.
- 1.3. El departamento de atención al cliente.
- 1.4. Importancia de la atención al cliente en la imagen empresarial.
- 1.5. Gestión informática de las relaciones con los clientes.
- 1.6. El consumidor y sus derechos: normativa aplicable.
- 1.7. Instituciones públicas y privadas de protección al consumidor.

UT 2: Comunicación presencial en la atención al cliente

- 2.1. Elementos y fases de la comunicación en la empresa.
- 2.2. Tipos de comunicación en la empresa.
- 2.3. El proceso de atención al cliente.
- 2.4. Técnicas de comunicación presencial con el cliente.

UT 3: Comunicación no presencial en la atención comercial

- 3.1. La comunicación no presencial.
- 3.2. La comunicación telefónica. Elementos y tipos.
- 3.3. Técnicas de comunicación telefónica.
- 3.4. La comunicación escrita. Elementos y tipos.
- 3.5. Documentos de comunicación escrita.
- 3.6. Nuevas formas de comunicación escrita.

UT 4: Detección, atención y tramitación de quejas y reclamaciones

- 4.1. La satisfacción del cliente con la atención recibida.
- 4.2. La hoja de reclamaciones.
- 4.3. Gestión de quejas y reclamaciones.
- 4.4. Intervención de la Administración en consumo: mediación, arbitraje denuncia.
- 4.5. Reclamaciones presenciales.
- 4.6. La negociación con el cliente. Técnicas y herramientas de negociación.

UT 5 Organización y archivo de la documentación

- 5.1. El archivo empresarial.
- 5.2. Tipos de archivos empresariales.
- 5.3. Clasificación y archivo de documentación.
- 5.4. Gestión, tratamientos y archivo físico de documentación en papel.
- 5.5. Archivo informático de datos: las bases de datos.
- 5.6. La gestión informática de las relaciones con los clientes.
- 5.7. La protección de datos. La LOPD en las relaciones con los clientes.

UT 6: Control de la calidad y mejora del servicio

- 6.1. La calidad del servicio de atención al cliente. Importancia para la empresa.
- 6.2. La calidad del servicio. Cómo medirla.
- 6.3. Tratamiento y solución de errores y anomalías en el servicio.
- 6.4. La fidelización del cliente. Estrategias de fidelización.
- 6.5. Normalización y certificación de la calidad del servicio

UT 7: Caso práctico de simulación

- 7.1. La actividad comercial de las empresas.
- 7.2. Comunicación presencial en la atención al cliente.
- 7.3. Comunicación no presencial en la atención al cliente.
- 7.4. Detección, atención y tramitación de quejas y reclamaciones.
- 7.5. Organización y archivo de la documentación.
- 7.6. Control y mejora en la calidad del servicio.

6. Secuenciación.

Contenidos secuenciados

1ª Evaluación	2ª Evaluación
U.T. 1, 2, 3, la mitad del 7 <ul style="list-style-type: none">• Septiembre: 1• Octubre: 1 y 2• Noviembre: 2 y 3• Diciembre: la mitad del 7	U.T. 4, 5, 6, la mitad del 7 <ul style="list-style-type: none">• Enero: 4 y 5• Febrero: 5 y 6• Marzo: la mitad 7

Temporalización

UT	TITULO UNIDADES DE TRABAJO	HORAS
1	La actividad comercial de las empresas	13
2	Comunicación no presencial en la atención al cliente	15
3	Comunicación no presencial en la atención comercial	15
4	Detección, atención y tramitación de quejas y reclamaciones	12
5	Organización y archivo de la documentación	10
6	Control de la calidad y mejora del servicio	13
7	Caso práctico de simulación	12

UT	TITULO UNIDADES DE TRABAJO	HORAS
	Pruebas objetivas: exámenes parciales, finales, revisiones de exámenes, excursiones....	15
	TOTAL	105

7. Competencias profesionales, personales y sociales.

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

En el presente módulo el alumno adquirirá las siguientes competencias profesionales, personales y sociales, de las citadas en el RD Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales:

Las competencias profesionales, personales y sociales de este título son las que se relacionan a continuación:

- 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.
- 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

8. Objetivos generales del ciclo.

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

Los objetivos generales del presente ciclo son los siguientes:

- 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.
- ñ) 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.
- o) 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.
- p) 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.
- q) Analizar y utilizar los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación para aprender y actualizar sus conocimientos, reconociendo las posibilidades de mejora profesional y personal, para adaptarse a diferentes situaciones profesionales y laborales.
- r) Desarrollar trabajos en equipo y valorar su organización, participando con tolerancia y respeto, y tomar decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía.

- s) Adoptar y valorar soluciones creativas ante problemas y contingencias que se presentan en el desarrollo de los procesos de trabajo, para resolver de forma responsable las incidencias de su actividad.
- t) Aplicar técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a su finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia del proceso.
- u) Analizar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional, relacionándolos con las causas que los producen, a fin de fundamentar las medidas preventivas que se van 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.

9. Actividades de enseñanza, aprendizaje/evaluación.

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

- Utilización de técnicas de comunicación en situaciones de información y asesoramiento al cliente y en la gestión de quejas y reclamaciones.
- Aplicación de técnicas de negociación en situaciones de reclamación en materia de consumo.
- Tratamiento, organización y archivo de documentación.
- Elaboración de informes.
- Manejo de bases de datos y herramientas informáticas de gestión de las relaciones con los clientes.
- Análisis de consultas y reclamaciones en materia de consumo para establecer las líneas de actuación de acuerdo con la legislación y procedimientos establecidos.
- Aplicación de métodos de evaluación y control de calidad del servicio de atención/información al cliente.
- Planteamiento de acciones de fidelización de clientes.

10. Orientaciones pedagógicas y metodología.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar funciones relacionadas con el servicio de atención al cliente y con la gestión de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario, tales como:

- Desarrollo de acciones de información al cliente/consumidor/usuario.
- Organización, tratamiento y archivo de documentación relativa al servicio de atención al cliente.
- Aplicación de técnicas de comunicación en situaciones de información al cliente y gestión de consultas, quejas y reclamaciones.
- Aplicación de técnicas de negociación en situaciones de reclamaciones.

- Aplicación de métodos de evaluación y control de calidad de los servicios de atención/información al cliente/consumidor/usuario.
- Desarrollo de acciones previstas en planes de calidad y mejora del servicio de atención al cliente.
- Desarrollo de acciones previstas en programas de fidelización de clientes.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Los departamentos de atención al cliente/consumidor/usuario de empresas y organizaciones públicas y privadas.

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

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:

- Módulo profesional: Procesos de venta. Código: 1232

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 acuden regularmente a clase los que no tengan más de un 15% de las clases sin asistir y sin justificar correctamente)

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. En caso de realizarse parciales, el alumno que obtenga una calificación inferior a 5 puntos en el primero tendrá que examinarse de toda la materia en el segundo examen. Para que se considere aprobada esta parte será obligatoria sacar un 5 o más. Siendo fundamental para tener en cuenta el resto de pruebas y actividades evaluables para la valoración de la materia
- Actividades en casa/clase:** Trabajos, realización de actividades/ejercicios, y 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. Esta actividad la vamos a evaluar a través de la entrega de un portafolio, que se deberá entregar en la fecha indicada y con el formato establecido, con la totalidad de las actividades propuestas. Siendo fundamental sacar un 5 o más para evaluar la materia.
- Actividad oral:** En todas las evaluaciones se van a realizar al menos una actividad oral, que va a suponer uno de los criterios de evaluación. Siendo obligatorio también sacar como mínimo un 5 para considerar el resto de pruebas.

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) Actividad Oral	10%

Si por motivos del desarrollo de las clases en alguna evaluación no es posible la realización de la parte b) o c) del sistema de evaluación, la nota será la obtenida en la parte a).

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). Así como sacar un mínimo de 5 puntos en cada uno de los criterios de evaluación.

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.

No se corregirán los exámenes de aquellos alumnos que hayan tenido conductas inapropiadas en el examen: si el alumno se ha comunicado de alguna forma con otro alumno durante la prueba, ha utilizado el móvil, chuletas o cualquier otro medio no permitido.

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 dos evaluaciones. Se hará media aritmética entre las notas definitivas de cada evaluación, si y solo si, 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 evaluación.

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 **16 horas lectivas** (15% de 105 horas=15.70) 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 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. 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.

Se utilizará como manual el libro de texto “Servicios de atención comercial” de Juan Manuel Ariza Ramírez y Francisco Javier Ariza Ramírez de la editorial Mc Graw Hill.

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

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 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.

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:

- Búsqueda y selección de información a través de internet
- Lectura de páginas Web oficiales de los organismos relacionados con la materia
- Lectura de prensa y revistas on-line especializadas en el sector.
- Búsqueda en bases de datos de la normativa aplicable al sector.
- Realización de trabajos con procesador de textos y presentaciones como Canva, Genially o similar
- Realización de videos y podcast

- Visionado de videos en YouTube
- Web del Centro
- 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.

Sé 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 de 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 “Servicios de atención comercial” 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 segundo curso 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. 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 revisará 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.

<i>Código</i>	1235
<i>Módulo profesional</i>	Comercio electrónico
<i>Curso</i>	2º Ciclo formativo de Grado Medio de Actividades Comerciales
<i>Duración total del módulo profesional</i>	105
<i>Asociado a unidad de competencia</i>	No
<i>Horas semanales</i>	5
<i>Profesor</i>	Raúl Alijas Rodríguez
<i>Curso académico</i>	2024/2025
<i>I.E.S.</i>	León Felipe, Benavente (Zamora)

Índice

1. Introducción
2. Objetivos generales del módulo.
3. Competencias profesionales, personales y sociales.
4. Contenidos básicos.
5. Contenidos del currículo de Castilla y León.
6. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.
7. Contenidos, resultados de aprendizaje y criterios de evaluación distribuidos en unidades de trabajo.
8. Secuenciación
9. Orientaciones pedagógicas y metodología.
10. Actividades de enseñanza, aprendizaje/evaluación.
11. Recursos didácticos y organizativos.
12. Uso de las TIC'S en el aula.
13. Coordinación con otros módulos profesionales.
14. Criterios de evaluación y calificación en evaluación continua.
15. Criterios de recuperación en evaluación continua.
16. Pérdida del derecho a evaluación continua y procedimiento a seguir para evaluar a estos alumnos.
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.

1. INTRODUCCIÓN

Esta programación del módulo “Comercio electrónico” 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. OBJETIVOS GENERALES DEL MÓDULO

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 las siguientes:

- k) Seleccionar datos e introducirlos en la página web desde 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.
- q) Analizar y utilizar los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación para aprender y actualizar sus conocimientos, reconociendo las posibilidades de mejora profesional y personal, para adaptarse a diferentes situaciones profesionales y laborales.
- r) Desarrollar trabajos en equipo y valorar su organización, participando con tolerancia y respeto, y tomar decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía.
- s) Adoptar y valorar soluciones creativas ante problemas y contingencias que se presentan en el desarrollo de los procesos de trabajo, para resolver de forma responsable las incidencias de su actividad.
- t) Aplicar técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a su finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia del proceso.

3. Competencias profesionales, personales y sociales.

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

- 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.
- 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.

4. CONTENIDOS BÁSICOS

Los contenidos básicos del Módulo “Comercio electrónico” 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.

Contenidos básicos:

a) Aplicación de las directrices del plan de marketing digital:

- Plan de marketing digital: las políticas del e-marketing mix.
- Alta en buscadores y en directorios especializados.
- Características específicas del cliente online.
- Boletines electrónicos enviados con email marketing.
- Diseño de blogs corporativos: modalidades. Objetivos alcanzables con un blog.
- Marketing en buscadores: SEM, SEO y campañas en páginas afines. Selección de palabras clave. Cómo alcanzar un buen posicionamiento natural SEO y de pago SEM.
- Normativa sobre comunicaciones electrónicas y privacidad.
- Pagos con dinero electrónico y pagos en línea: seguridad y protección contra el fraude.
- Marketing de afiliación.
- Marketing relacional y la gestión de la relación con los clientes (CRM).
- Cross marketing.
- Marketing viral: blogs, buzz, marketing, comunidades virtuales y online networking.
- Marketing one-to-one.
- Aplicaciones del mobile marketing y TDT, entre otros. Banca móvil, pagos con el móvil, compras inalámbricas y publicidad dirigida, entre otros.
- Internet TV, videoblogs y web TV, entre otros. Sistemas de publicidad poco aconsejables: el spam y la publicidad no deseada. La ley contra el spam.

b) Realización de acciones de compraventa online:

- Idea y diseño de una tienda virtual: gestión y mantenimiento.
- Catálogo de productos online.
- Selección y registro de dominio.
- Modelos de negocio digital: portales horizontales, B2B y B2C, entre otros.
- Escaparate web. Catálogo electrónico.
- Control logístico de las mercancías vendidas online.
- La reclamación como instrumento de fidelización del cliente: la gestión de la satisfacción como garantía de recuperación de clientes.
- Medios de pago electrónico: las tarjetas para pagos online. Otros medios de pago electrónicos.
- Períodos de reflexión y cancelaciones.
- Seguridad en las transacciones electrónicas: cifrado, firma digital, certificados digitales y DNI electrónico. Entidades certificadoras raíz. El spyware (programas espías).
- Encriptación. Protocolos de seguridad: SSL (secure socket layer), SET (secure electronic transaction) y 3D secure.
- Negocios electrónicos: e-shop, e-mail, e-procurement, e-marketplace y e-auction, entre otros.

c) Realización del mantenimiento de la página web:

- Estructurar una página web corporativa.
- Lenguaje HTML.
- Creación de páginas web con los editores web más usuales: trabajar con textos. El estilo y el formato de múltiples páginas web al mismo tiempo. El color y el diseño web. Trabajar con imágenes. Crear hipervínculos y páginas interactivas. Trabajar con formularios. Agregar contenido multimedia.

- Elección del servidor para alojar páginas web: tener una dirección propia o recurrir a una gratuita.
- Publicación de páginas web vía FTP.
- Alta en buscadores.
- Programas de diseño gráfico y otras utilidades para la web: mantenimiento de la información publicada.
- Catálogo online: verificación, procesado, efectividad, eficiencia y ambiente de compra.
- Flujos de caja y financiación de la tienda online.
- Zonas calientes y zonas de usuario.
- El carrito de la compra online.

d) Establecimiento de relaciones con otros usuarios de la red:

- Los grupos de conversación o chat: programas IRC y programas webchat.
- Servicio de mensajería instantánea.
- Telefonía por Internet. Videoconferencia.
- Los foros: leer y escribir en un foro.
- Los grupos de discusión.
- Redes sociales.
- Weblogs, blogs o bitácoras. Distintas modalidades de weblogs.
- Redes sociales para empresas.
- Añadir elementos a una página de una red social. Mensajes en el muro. Compartir mensajes. Responder y borrar un mensaje del muro. Crear perfiles.
- Utilizar elementos fotográficos y audiovisuales en una página de una red social.
- Añadir aplicaciones profesionales a una página. Organizar eventos. Realizar encuestas.
- Buscar un grupo interesante.
- Crear una red de contactos influyentes. Gestionar equipos de trabajo.
- Comprar y vender en redes sociales.

e) Utilización de entornos Web 2.0:

- Concepto y características.
- Funcionalidades: opiniones y foros de usuarios.
- Reputación corporativa online.
- Objetivos que hay que alcanzar: transparencia, utilidad, participación y fidelización.
- Herramientas del marketing online utilizadas en la Web 2.0: marketing en medios sociales (SMM). Mail. Blog. Páginas web editadas por muchos usuarios (wikis). Banner. Widget. Gadget. Contenidos actualizados de una web (RSS). Vídeo. Ficheros de audio en MP3 (podscat). Foros.
- Webs integradas: comparadores de precios, webs de subastas, sistemas para opinar sobre productos, herramientas sociales de recomendación y ventas cruzadas.
- Redes sociales que integran a los consumidores como prescriptores.
- Los consumidores como participantes activos (prosumidores): opiniones de otros compradores, ofertas cruzadas y comparativas, entre otras.
- Implementación de estrategias de seguridad informática: robo de datos, suplantación de identidad y propagación de virus.

5. CONTENIDOS DEL CURRÍCULUM 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. Aplicación de las directrices del plan de marketing digital

- Plan de marketing digital. Concepto de comercio electrónico. Peculiaridades del e-marketing mix: producto, precio, distribución y comunicación en la red
- Alta en buscadores y en directorios especializados. Posicionamiento en buscadores. Navegadores principales.
- Características específicas del cliente online. El internauta como cliente potencial y real. Proceso de decisión de compra.
- Boletines electrónicos enviados con email marketing.
- Diseño de blogs corporativos: modalidades. Objetivos de los blogs.
- Marketing en buscadores: SEM, SEO y campañas en páginas afines.
- Normativa sobre comunicaciones electrónicas y privacidad. Marketing online no intrusivo. Obligaciones en materia de protección de datos. Regulación legal del comercio electrónico.
- Pagos con dinero electrónico y pagos en línea: Seguridad y protección contra el fraude.
- Marketing de afiliación o asociación. Concepto y tipos.
- Marketing relacional y la gestión de la relación con los clientes (CRM). Tipos de CRM. Etapas en la implantación de un CRM.
- Cross marketing. Concepto y aplicaciones.
- Marketing viral. Concepto. Elementos de una estrategia de marketing viral. Tipos de marketing viral.
- Marketing one-to-one. Ventajas que aporta el «business-to-business» para las empresas.
- Aplicaciones del mobile marketing y TDT, entre otros
- Internet TV, videoblogs y web TV, entre otros.

2. Realización de acciones de compraventa online:

- Idea y diseño de una tienda virtual: diseño de la misión de la empresa. Análisis del entorno externo e interno. Desarrollo de acciones. Gestión y mantenimiento. Aspectos generales sobre tiendas virtuales.
- Catálogo de productos online. Oferta y demanda electrónica. El servicio en la tienda y la entrega del material. La trastienda virtual o backend.
- Selección y registro de dominio. Selección del proveedor de acceso a Internet. Ubicación del servidor. Creación del sitio.
- Modelos de negocio digital: portales horizontales, B2B y B2C, entre otros. Ventajas y características.
- Escaparate web. Catálogo electrónico. Acciones promocionales y banners.
- Control logístico de las mercancías vendidas online. La importancia económica de las compras.
- La reclamación como instrumento de fidelización del cliente: la gestión de la satisfacción como garantía de recuperación de clientes.
- Medios de pago electrónico. Concepto y tipos. Seguridad y confidencialidad.
- Períodos de reflexión y cancelaciones.
- Seguridad en las transacciones electrónicas: cifrado, firma digital, certificados digitales y DNI electrónico. Protocolos de seguridad.
- Encriptación. Concepto y funciones. Protocolos de seguridad.
- Negocios electrónicos: e-shop, e-mail, e-procurement, e-marketplace y e-auction, entre otros.

3. Realización del mantenimiento de la página web:

- Estructurar una página web corporativa.
- Lenguaje HTML. Conceptos generales.
- Creación de páginas web con los editores web más usuales. Etapas para el diseño. Gestor de contenidos CMS. Tipos de CMS. Páginas comerciales.
- Elección del servidor para alojar páginas web.
- Publicación de páginas web vía FTP. Clientes de FTP y gestores de descarga.
- Alta en buscadores. Posicionamiento en buscadores o SEO.
- Programas de diseño gráfico y otras utilidades para la web.
- Catálogo online.
- Flujos de caja y financiación de la tienda online.
- Zonas calientes y zonas de usuario.
- El carrito de la compra online: software de asistencia al cliente. Los archivos log.

4. Establecimiento de relaciones con otros usuarios de la red:

- Los grupos de conversación o chat: programas IRC y programas webchat. Chat y salas de charla.
- Servicio de mensajería instantánea. Clientes más utilizados en la mensajería instantánea.
- Telefonía por Internet. Videoconferencia.
- Los foros: leer y escribir en un foro.
- Los grupos de discusión.
- Redes sociales como herramientas de negocio en Internet.
- Weblogs, blogs o bitácoras. Concepto, objetivos y aplicaciones
- Redes sociales para empresas
- Añadir elementos a una página de una red social.
- Utilizar elementos fotográficos y audiovisuales en una página de una red social.
- Añadir aplicaciones profesionales a una página.
- Cómo buscar un grupo interesante.
- Crear una red de contactos influyentes.
- Comprar y vender en redes sociales. Conflictos y reclamaciones de clientes.

5. Utilización de entornos Web 2.0:

- Concepto y características.
- Funcionalidades: opiniones y foros de usuarios.
- Reputación corporativa online.
- Objetivos que hay que alcanzar. Costes y rentabilidad de la comercialización online.
- Herramientas del marketing online utilizadas en la Web 2.0. Intermediarios del marketing online.
- Webs integradas.

- Redes sociales que integran a los consumidores como prescriptores
- Los consumidores como participantes activos (prosumidores): opiniones de otros compradores, ofertas cruzadas y comparativas, entre otras.
- Implementación de estrategias de seguridad informática. Opciones de seguridad.
- Exploración y filtrado.

6. 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. Aplica las directrices del plan de marketing digital de la empresa, participando en su ejecución y sostenimiento.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UNIDADES DE TRABAJO
CE 1.1. Se han examinado las características generales y particulares de un plan de marketing digital capaz de alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.	1
CE 1.2 Se han ejecutado los procesos de posicionamiento y marketing online.	2
CE 1.3 Se han ejecutado los procesos de publicidad y promoción online ajustados a la normativa legal existente.	2
CE 1.4 Se han identificado los elementos que configuran el marketing de buscadores.	2
CE 1.5 Se han evaluado los desafíos del marketing electrónico: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad.	1
CE 1.6 Se han gestionado electrónicamente las relaciones con los clientes, definiendo el programa de fidelización y las herramientas que se van a utilizar.	2
CE 1.7 Se han reconocido las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente en el marketing digital.	2

RA 2. RESULTADO DE APREDIZAJE: Realiza las acciones necesarias para efectuar ventas online, aplicando las políticas de comercio electrónico definidas por la empresa.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UNIDADES DE TRABAJO
CE 2.1. Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio online.	3
CE 2.2. Se han definido acciones de captación de clientes enfocadas al comercio electrónico.	3
CE 2.3. Se han identificado los modelos de negocio convencionales y electrónicos existentes en la red.	3
CE 2.4. Se ha diseñado una tienda virtual.	3

CE 2.5. Se ha planificado la gestión de los pedidos recibidos y todo el proceso logístico.	3
CE 2.6. Se han establecido los medios de pago que se van a utilizar.	3
CE 2.7. Se han seleccionado los sistemas de seguridad que garanticen la privacidad e invulnerabilidad de las operaciones.	3

RA 3. RESULTADO DE APREDIZAJE: Realiza el mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online, utilizando aplicaciones informáticas y lenguajes específicos.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UNIDADES DE TRABAJO
CE 3.1. Se han redactado sentencias en lenguaje de etiquetas de hipertexto (HTML)	4
CE 3.2. Se han utilizado programas comerciales para crear los ficheros que componen las páginas web.	4
CE 3.3. Se ha registrado la dirección de páginas web con dominio propio o con alojamiento gratuito.	4
CE 3.4. Se han enviado los ficheros web creados al servidor de Internet mediante programas especializados en esta tarea.	4
CE 3.5. Se han utilizado programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido.	5
CE 3.6. Se ha construido una página web eficiente para el comercio electrónico.	5
CE 3.7. Se han incluido en la web enlaces de interés capaces de generar tráfico orientado e interesado en lo que se ofrece.	5

RA 4. RESULTADO DE APREDIZAJE: Establece foros de comunicación entre usuarios, utilizando las redes sociales de ámbito empresarial.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UNIDADES DE TRABAJO
CE 4.1. Se han utilizado programas web para mantener cibercharlas de texto.	6
CE 4.2. Se han manejado aplicaciones de mensajería instantánea.	6
CE 4.3. Se han aplicado sistemas de comunicación oral que utilizan solo sonido o sonido e imagen.	6
CE 4.4. Se han propuesto temas de contenido profesional a través de blogs temáticos.	6
CE 4.5. Se han establecido contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional.	6
CE 4.6. Se han efectuado comunicaciones, publicidad y ventas con otros usuarios de la red a través de redes sociales.	7
CE 4.7. Se han generado contenidos audiovisuales y fotográficos de la actividad, productos y procesos comerciales.	7

RA 5. RESULTADO DE APREDIZAJE: Utiliza entornos de trabajo dirigidos al usuario final (Web 2.0), integrando herramientas informáticas y recursos de Internet.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UNIDADES DE TRABAJO
CE 5.1. Se han definido los modelos y funcionalidades Web 2.0. existentes en la red.	8
CE 5.2. Se han utilizado los recursos gratuitos y libres incluidos en los sitios Web 2.0.	8
CE 5.3. Se han aplicado los resultados obtenidos en el entorno Web 2.0 mediante la información (feedback) proporcionada por los usuarios.	8
CE 5.4. Se han realizado las tareas necesarias para que la empresa esté presente, además de en su propio sitio web, en buscadores, redes sociales, blogs y chats y foros, entre otros.	8
CE 5.5. Se han seleccionado las acciones necesarias para integrar el comercio electrónico con funcionalidades propias de la Web 2.0.	8

7. CONTENIDOS, RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN DISTRIBUIDOS EN UNIDADES DE TRABAJO.

U.T. 1. ¿Qué es un plan de marketing digital? RA/CE: 1.1, 1.5,

- 1.1. Marketing digital.
- 1.2. Las relaciones con los clientes.
- 1.3. Confianza en los medios de pago y seguridad.

U.T.2. ¿Cómo se aplican las herramientas de marketing digital? RA/CE: 1.2, 1.3, 1.4, 1.6, 1.7

- 2.1. Marketing en buscadores.
- 2.2. Marketing de afiliación y cross marketing.
- 2.3. Marketing relacional y la gestión de la relación con los clientes (CRM).
- 2.4. Marketing viral y marketing one to one.
- 2.5. Comunidades virtuales y on-line networking.
- 2.6. RSS (sindicación de contenidos) y licencias Creative Commons.
- 2.7. Aplicaciones de marketing móvil y TDT.
- 2.8. Internet TV, videoblogs y web TV.
- 2.9. Sistemas de publicidad poco aconsejables.

U.T. 3. ¿Cómo se diseña una tienda virtual? RA/CE:: 2.1, 2.2, 2.3, 2.4, 2.5, 2.6, 2.7

- 3.1. Tienda virtual.
- 3.2. Periodo de reflexión y cancelación: la reclamación.
- 3.3. Modelos de negocio electrónico y tipos.
- 3.4. Selección y registro de dominio.

U.T. 4. ¿Cómo se hace el mantenimiento de una página web? (I). RA/CE: 3.1, 3.2, 3.3, 3.4,

- 4.1. Estructurar una página web.
- 4.2. Lenguaje HTML.
- 4.3. Creación de páginas web.
- 4.4. Elección de servidor para alojar páginas web.
- 4.5. Publicación de páginas web vía FTP.

U.T. 5. ¿Cómo se hace el mantenimiento de una página web? (II). RA/CE: 3.5, 3.6, 3.7

- 5.1. Catálogo on-line.
- 5.2. Zona caliente.
- 5.3. Zona de usuario.
- 5.4. Ofertas y promociones.
- 5.5. El carrito de la compra on-line.
- 5.6. Programas de diseño gráfico y otras utilidades.
- 5.7. Posicionamiento en redes sociales.
- 5.8. Gestor de banners y publicidad.
- 5.9. Newsletter.
- 5.10. Seguridad en Internet.

U.T. 6. ¿Cómo se establecen relaciones con otros usuarios? RA/CE: 4.1, 4.2, 4.3, 4.5

- 6.1. La comunicación on-line.
- 6.2. Servicio de mensajería instantánea.
- 6.3. Los grupos de discusión.
- 6.4. Weblogs, blogs o bitácoras.

U.T. 7. ¿Qué son las redes sociales? RA/CE: 4.6, 4.7

- 7.1. Redes sociales.
- 7.2. Añadir elementos en una red social.
- 7.3. Añadir aplicaciones profesionales.
- 7.4. Como buscar un grupo interesante.
- 7.5. Crear una red de contactos influyentes.
- 7.6. Comprar y vender en las redes sociales.

U.T. 8. Como utilizar los entornos Web 2.0 e integrar en ellos a los consumidores. CE 5.1, 5.2, 5.3, 5.4, 5.5,

- 8.1. Web 2.0: características, objetivos y herramientas.
- 8.2. Reputación corporativa on-line.
- 8.3. Funcionalidades: opiniones y foros de usuarios.
- 8.4. Fundamentos de los blogs y microblogs.
- 8.5. Redes sociales que integran a los consumidores como prescriptores.
- 8.6. Los consumidores como participantes activos.
- 8.7. Webs integradas: comparadores de precios, webs de subastas.

8. SECUENCIACIÓN.

Contenidos secuenciados

1ª Evaluación	2ª Evaluación
U.T. 1- 4	U.T. 5-8

Temporalización

UT	TITULO UNIDADES DE TRABAJO	HORAS
1	U.T. 1. ¿Qué es un plan de marketing digital?	11
2	U.T. 2. ¿Cómo se aplican las herramientas de marketing digital?	13
3	U.T. 3 ¿Cómo se diseña una tienda virtual?	20
4	U.T. 4 ¿Cómo se hace el mantenimiento de una página web? (I).	12

UT	TITULO UNIDADES DE TRABAJO	HORAS
5	U.T. 5 ¿Cómo se hace el mantenimiento de una página web? (II).	12
6	U.T.6 ¿Cómo se establecen relaciones con otros usuarios?	11
7	U.T. 7 ¿Qué son las redes sociales?	12
8	U.T. 8 Como utilizar los entornos Web 2.0 e integrar en ellos a los consumidores.	14
	TOTAL	105

9. ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS Y METODOLOGÍA.

La orientación metodológica de esta UT está enfocada a las necesidades del alumnado y los objetivos previamente establecidos para el proceso de enseñanza-aprendizaje, otorgando una especial importancia a la metodología **interactiva, dinámica y a la práctica directa** mediante técnicas expositivas y participativas con la utilización de recursos didácticos específicos, con el fin de que el alumno observe e interprete la actividad diaria en el ejercicio de la compraventa a nivel internacional a través de textos, imágenes, mapas, videos, informaciones estadísticas y casos prácticos.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para el desempeño de actividades relacionadas con la venta de productos/servicios a través de Internet.

La función de ventas por Internet incluye aspectos como:

- La colaboración en la aplicación del plan de marketing digital.
- La realización de acciones encaminadas a la venta por Internet.
- El mantenimiento de la página web de la empresa.
- La actualización en tiempo real del catálogo online de productos.
- La gestión de la tienda virtual.
- La utilización de redes sociales para potenciar las ventas.
- La inclusión de la empresa en entornos de ventas Web 2.0.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- La realización de ventas online.
- La confección de escaparates virtuales.
- En la programación de carritos de la compra online.
- La inclusión de nuestro comercio en redes sociales empresariales.

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

- Aplicación de técnicas de marketing digital.
- Gestión del catálogo digital de artículos y/o servicios.
- Atención de las ventas gestionadas desde la tienda virtual.
- Utilización de aplicaciones informáticas de creación y mantenimiento de páginas web.
- Inclusión de contenidos comerciales en redes sociales.

10. ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA/EVALUACIÓN, ESTRATEGIAS ENSEÑANZA /APRENDIZAJE.

ACTIVIDADES

Iniciales y de motivación: al comienzo de cada unidad se realizará una pequeña actividad basada en un cuestionario oral o, en ocasiones, a través de la aplicación Kahoot para detectar las ideas previas.

Actividades de desarrollo - indagación: permiten al alumnado adquirir los contenidos de la unidad y desarrollar las competencias. Se realizarán las actividades previstas en el libro de texto y otras propuestas por el docente.

Actividades de refuerzo y de ampliación. Amplían los conocimientos del alumnado con ritmos de aprendizaje más rápido, y atienden a las necesidades del alumnado con mayores dificultades de aprendizaje por lo que suponen una excelente medida de atención a la diversidad. Serán variadas adaptándose al nivel cognitivo de nuestro alumnado, y podrán establecerse diferentes niveles de profundidad. . Se realizarán las actividades previstas en el libro de texto y otras propuestas por el docente.

Actividades de síntesis y repaso: consistirán en una recopilación o repaso de los contenidos básicos y se realizarán siempre al final de cada unidad, dedicándoles una parte de esta sesión. Para dinamizarlas se puede establecer una dinámica de concurso de preguntas y respuestas tipo Trivial. Además, todas las semanas los alumnos seleccionarán y expondrán en el aula noticias relacionadas con la temática semanal, con ello se pretende favorecer la expresión oral, la búsqueda adecuada de información en los diferentes sistemas de información: web, prensa, Tv y la síntesis y resumen de textos.

De evaluación y autoevaluación: permiten determinar el grado de consecución de los objetivos propuestos. Cualquier actividad de las antes citadas nos informa de qué y cómo aprende el alumno, no obstante, realizaremos actividades específicas de evaluación: exámenes orales y escritos, y preguntas a lo largo de la unidad sobre los contenidos abordados previamente.

Actividades cooperativas: persiguen la integración del grupo-clase, el desarrollo de actitudes solidarias, la preocupación por los compañeros y el aprendizaje entre iguales.

ESTRATEGIAS para el desarrollo del proceso de enseñanza / aprendizaje

E1: Acciones necesarias para saber cuáles son los conocimientos previos de los alumnos sobre los contenidos de la unidad con el fin de tener una visión sobre los conceptos que ellos manejan, como, por ejemplo: qué entienden por compraventa, coste y riesgo mediante preguntas, debates, cuestionarios orales...

E2: Utilización de mapas conceptuales para realizar un esquema de la unidad para que los alumnos tengan una visión general de la misma, de los apartados que la componen y así poder llevar una guía del ritmo de clase.

E3: Diseño de actividades para trabajar tanto en el aula como fuera, de las que se realizará un control y seguimiento, así como trabajos en los que los alumnos deberán trabajar fuera del centro (biblioteca, casa, etc.) para reforzar lo explicado en clase.

E4: Fomento de la expresión oral, mediante exposiciones de las tareas, potenciando los debates y comentarios de noticias.

E5: Desarrollo del trabajo individual, en grupos y en pequeños grupos. Se diseñará una variedad de actividades con el fin de que el alumno adquiera las habilidades adecuadas para trabajar con un compañero, con varios a la vez o de forma individual.

E6: Utilización imágenes, fotos, impresiones y modelos reales. Es un aliciente para el alumnado llevar a cabo el proceso de E/A a través de la visualización de documentos reales como los encontrarán en su futuro laboral.

E7: Evaluación gamificada a través de juegos de preguntas y respuestas como Kahoot.

Además, se trabajará para que el alumnado se acostumbre a: Actuar siempre con respeto hacia el profesorado, el alumnado, las normas, y los medios materiales de los espacios en que se desarrolle la actividad docente. Mostrar interés por desarrollar todas las actividades de E/A que se le propongan con rigor y diligencia. Valorar la importancia que tienen el sector del transporte para el desarrollo económico de un país. Mostrar interés por minimizar el impacto ambiental de la actividad de transporte, procurando así su sostenibilidad. Mostrar predisposición a cumplir con diligencia la normativa que afecte a su futura actividad profesional.

11. RECURSOS DIDÁCTICOS Y ORGANIZATIVOS.

ORGANIZACIÓN ESPACIAL

El espacio principal será el Aula de referencia que cuenta con una pizarra tradicional y una pizarra digital. Además, dispone de ordenadores individuales para cada alumno.

RECURSOS MATERIALES

Los materiales y recursos didácticos se organizan en 3 categorías: impresos, audiovisuales y digital. Todos ellos contribuirán al desarrollo de las competencias.

Materiales y recursos impresos.

- Libro de texto recomendado Comercio electrónico de la editorial Mc-Graw Hill Education..

La editorial aporta además la guía docente y el solucionario.

- Manuales de Marketing y Comercio electrónico del Departamento de Comercio.

Materiales audiovisuales:

- Mapas políticos, mapas murales impresos o digitales. Globo terráqueo.
- Videos de Youtube.

Materiales y recursos digitales

- Ordenador y la pizarra digital en el transcurso ordinario de las clases para la presentación de contenidos y búsqueda de información en internet.
- Páginas y recursos didácticos procedentes de Internet: Facilitados por el profesorado o buscados por el alumnado bajo las orientaciones e indicaciones del profesorado: <http://www.icex.es>, <https://www.iccspain.org>.

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.

12. USO DE LAS TIC'S 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 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.

13. COORDINACIÓN CON OTROS MÓDULOS PROFESIONALES.

La correspondencia de las unidades de competencia con los módulos profesionales que forman las enseñanzas del título de Técnico en Actividades Comerciales para su convalidación o exención queda determinada en el anexo V A) de este real decreto.

La correspondencia de los módulos profesionales que forman las enseñanzas del título de Técnico en Actividades Comerciales con las unidades de competencia, para su acreditación, queda determinada en el anexo V B) de este real decreto.

El módulo Comercio Electrónico (1235) por su relación sería aconsejable la coordinación con los siguientes módulos:

- 1233. Aplicaciones informáticas para el comercio.

14. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN EN EVALUACIÓN CONTINUA.

El proceso de evaluación deberá cumplir con los requisitos establecidos en el art 43 de la LOMLOE que nos habla de la evaluación en FP y el art. 51 del RD 1147/2011.

La evaluación se realizará tomando como referencia los objetivos, expresados en resultados de aprendizaje, y los criterios de evaluación de cada uno de los módulos profesionales, así como los objetivos generales del ciclo formativo.

EVALUACIÓN DEL PROCESO DE APRENDIZAJE (Alumnado)

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.

Procedimientos e instrumentos de evaluación- Buscando una evaluación lo más diversificada, integral y formativa posible, optaremos por utilizar diferentes procedimientos e instrumentos que permitirán la integración de todas las competencias en un marco de evaluación coherente.

Los procedimientos de evaluación que utilizaremos en esta UT serán los siguientes:

- Observaciones directas
- Pruebas específicas
- Cuestionarios Orales.
- Análisis de las producciones de los alumnos: Ejercicios prácticos.

Los instrumentos de evaluación sirven para obtener la información necesaria para realizar la evaluación y ver el nivel de logro de cada alumno en cada uno de los CE.

- Prueba objetiva parcial de la unidad
- Preguntas y debates.
- Actividades de aula
- Participación en clase
- Tareas grupales

Para realizar una evaluación formativa será esencial el uso de los indicadores de logro o herramientas de evaluación que nos servirán de baremo y nos permitirán obtener una valoración. La representación gráfica de estos baremos es un instrumento de doble entrada que se convierte, a su vez, en un instrumento de calificación: **Rúbricas. / Escalas graduadas / Escalas de valoración**

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

La calificación estará determinada por los diferentes instrumentos de evaluación de las actividades que concretan los CE. La calificación trimestral será la media aritmética o ponderada de las UT de ese trimestre teniendo en cuenta las recuperaciones realizadas. La calificación ordinaria de junio será la media de los tres trimestres

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 en casa/clase:** Trabajos, exposiciones en clase por el alumno sobre un tema, comentario de artículos, realización de actividades/ejercicios, preguntas en clases, tests en Moodle 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. Los trabajos que no se realicen por ausencia a clase o por no realización serán calificados con un 0.

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) Presentaciones orales	10%

Si por motivos del desarrollo de las clases en alguna evaluación no es posible la realización de la parte b) del sistema de evaluación, la nota será la obtenida en la parte a).

Es requisito para aprobar una evaluación obtener un mínimo de 5 puntos como resultado de la ponderación descrita de las partes a) y b).

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 7 o inferior se redondea a la baja y si es 8 o superior al alza. 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...). 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.

15. CRITERIOS DE RECUPERACIÓN EN EVALUACIÓN CONTINUA.

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

Aquellos alumnos que no superen las pruebas parciales o no se presenten a algún parcial, podrán recuperarlas junto con el examen final de la evaluación.

Los alumnos que no superen la evaluación serán informados con suficiente antelación sobre las materias, exámenes o prácticas pendientes de recuperar, explicándole la fecha y el modo de recuperación.

Si el suspenso se debe a la no presentación de las actividades, bastará con que entregue las no realizadas o suspensas.

Será necesario obtener un 5 para recuperar la evaluación.

Aquellos alumnos que no hayan superado el módulo profesional en la convocatoria de marzo podrán presentarse a la convocatoria que se celebrará durante el mes de mayo.

El examen final de febrero (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).

El procedimiento a seguir para ser evaluados será el siguiente:

- a. Realizarán un dossier de actividades (40% de la nota final).
- b. Realizarán una prueba teórico-práctica (60% de la nota final).

En caso de no superar el examen final de marzo, el alumno **deberá presentarse a la convocatoria de mayo (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.

16. PÉRDIDA DEL DERECHO A EVALUACIÓN CONTINUA Y PROCEDIMIENTO A SEGUIR PARA EVALUAR A ESTOS ALUMNOS.

El alumno que falte a 16 horas lectivas (15% de 105 horas=16) pierde el derecho a la evaluación continua. Serán evaluados de la siguiente forma:

a) Los alumnos que se presenten a los exámenes parciales y/o evaluación, serán calificados utilizando los siguientes conceptos: 60% nota del examen global relativo a todos los contenidos del módulo, 30% media de los exámenes de las evaluaciones, 10% trabajos y actividades específicos que se irán comunicando. (Los exámenes no realizados se valorarán con un 0 y los suspensos con la nota obtenida)

b) Los alumnos que no se presenten a los exámenes parciales y/o de evaluación, serán calificados: 60% nota de examen global relativo a todos los contenidos del módulo, 40% trabajos y actividades específicos que se irán comunicando.

Si el alumno se ha presentado solamente a alguno de los exámenes de evaluación, el profesor le aplicará ambas vías de calificación a) y b), utilizando la nota que resulte más alta.

Es necesario para aprobar obtener al menos un 5 como resultado de la ponderación.

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 y se valora a la hora de ser evaluado el alumno (ver más arriba).

17. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.

Se participará en todas las actividades complementarias y extraescolares organizadas por el departamento de Comercio y Marketing que se consideren de interés para los alumnos, así como las organizadas por el centro.

18. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.

Las medidas que se aplicarán en el aula para atender a la diversidad en esta UT son de tipo organizativo, muy relacionadas con la metodología aplicada en el aula, la cual propondrá la organización del espacio, del tiempo, de las actividades y del resto de los recursos didácticos que se adecúen más a las necesidades del grupo en cada momento para atender a los distintos ritmos de aprendizaje, motivaciones e intereses de los alumnos.

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.

Para el alumno con movilidad reducida se plantea una adaptación del espacio y del tiempo adaptándose a sus necesidades. Todas las actividades realizadas tanto fuera como dentro del aula serán entregadas a través de la plataforma TEAMS pudiendo utilizar para ello su propio ordenador personal. Las pruebas objetivas escritas también se realizarán a través de TEAMS procurando un formato adaptado al tiempo disponible (pruebas tipo test).

19. ACTIVIDADES EVALUACIÓN Y RECUPERACIÓN DE LOS ALUMNOS CON MATERIAS PENDIENTES DE CURSOS ANTERIORES.

Al ser un módulo impartido en el segundo curso, no se señala actividad ninguna.

20. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN Y RECUPERACIÓN DE LOS ALUMNOS EN LA SEGUNDA CONVOCATORIA DEL CURSO.

Aquellos alumnos que no hayan superado el módulo profesional en primera convocatoria, el procedimiento a seguir para ser evaluados será el siguiente:

- a. Realizarán un dossier de actividades (40 % de la nota final).
- b. Realizarán una prueba teórico-práctica (60 % de la nota final).

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 de trabajo 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.

Para una valoración más objetiva utilizamos un cuestionario que nos indica el nivel de ajuste a la programación, así como los elementos que debemos modificar.

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 revisará 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. La evaluación se realizará a través de un cuestionario estandarizado utilizando la herramienta Microsoft forms.

<i>Código</i>	1237
<i>Módulo profesional</i>	Formación en Centros de Trabajo
<i>Curso</i>	2º Ciclo de Grado Medio Técnico en Actividades Comerciales
<i>Duración total del módulo profesional</i>	380
<i>Asociado a unidad de competencia</i>	No
<i>Horas semanales</i>	40
<i>Profesor/a</i>	Mercedes Arévalo Núñez
<i>Curso académico</i>	2024/2025
<i>I.E.S.</i>	León Felipe, Benavente (Zamora)

Índice

1. Introducción
2. Duración y periodos de realización
3. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación
4. Actividades formativo – productivas
5. Relación de centros de trabajo donde se realizará el módulo
6. Criterios para la asignación de empresas al alumnado
7. Procedimiento para la concesión de autorizaciones de realización del módulo para casos excepcionales
8. Programa formativo
9. Evaluación y criterios de calificación

1. INTRODUCCIÓN

El módulo de la Formación en Centros de Trabajo contribuye a completar las competencias, propias de este título, que se han alcanzado en el centro educativo o a desarrollar competencias características difíciles de conseguir en el mismo.

Características del módulo profesional de «FCT».

1. El módulo profesional de «FCT» consiste en un plan formativo definido por el conjunto de capacidades terminales o resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y actividades formativas a desarrollar en empresas o instituciones en un ámbito productivo real, donde el alumnado podrá observar y desempeñar las funciones relacionadas con los distintos puestos de trabajo de su profesión.
2. La asignación de empresas o instituciones al alumnado se realizará por el profesor tutor del módulo profesional.
3. Durante el desarrollo del módulo profesional de «FCT», la relación entre alumno y el centro de trabajo como consecuencia de esa actividad, no tendrá naturaleza jurídica laboral ni funcionarial. El alumnado no percibirá retribución alguna por su actividad formativa ni por los resultados que puedan derivarse de ella.
4. La representación legal de los trabajadores de la empresa en la que se realice la formación en centros de trabajo, deberá ser informada de esta circunstancia, y en particular, del alumnado que está desarrollando las prácticas, tiempo de duración, contenido y lugar de desempeño de las mismas en el centro de trabajo.
5. La Dirección Provincial de Educación facilitará a los servicios de inspección de trabajo la relación de alumnado que, en cada período de tiempo, esté realizando el módulo profesional de «FCT» en las empresas o instituciones en virtud de los documentos de formalización vigentes, así como la extinción o rescisión de los citados documentos.
6. La información suministrada por la institución o la empresa al alumnado o a la que éste tenga acceso durante el período de formación en el centro de trabajo no podrá ser utilizada con otro propósito que el objeto general recogido en el programa formativo a seguir. El documento en el que se exprese este compromiso de confidencialidad será firmado por el alumno y entregado a la institución o a la empresa con anterioridad a la realización del módulo profesional.

Acceso al módulo profesional de “FCT”.

1. Para la realización del módulo profesional de “FCT”, el alumnado deberá estar matriculado en un centro educativo autorizado para impartir las enseñanzas correspondientes al ciclo formativo de formación profesional inicial.
2. La Dirección General competente en materia de formación profesional podrá establecer períodos extraordinarios de matrícula del módulo profesional de “FCT” para el alumnado

procedente de las pruebas para la obtención de los títulos de técnico y técnico superior, de la oferta parcial de ciclos formativos o cuando concurran otras circunstancias debidamente justificadas.

3. Con carácter general, la incorporación del alumnado al módulo profesional de “FCT” tendrá lugar siempre que haya alcanzado un determinado nivel de competencias profesionales, acreditado por la superación de los demás módulos profesionales, a excepción del módulo profesional de “Proyecto”, y se haya reflejado la promoción o acceso al módulo profesional de “FCT” en el acta de evaluación correspondiente mediante la abreviatura “a FCT”.

4. Con carácter excepcional, podrá acceder al módulo profesional de “FCT” el alumnado que tenga un solo módulo profesional pendiente de superación, a excepción del módulo profesional de “Proyecto” correspondiente a los ciclos formativos de grado superior, siempre que no esté asociado a unidades de competencia. El equipo educativo podrá adoptar esta decisión en la sesión de evaluación en la que se decida el acceso al módulo profesional de “FCT”, valorando individualmente para cada alumno el grado de adquisición de la competencia general del título, los objetivos generales del ciclo formativo y el aprovechamiento que pueda hacer del módulo profesional de “FCT”. La decisión de acceso al módulo profesional, en estos casos, incluirá un plan personalizado de actividades de recuperación del módulo profesional pendiente. Estas circunstancias quedarán reflejadas en el correspondiente informe de evaluación individualizado que deberá adjuntarse al acta de evaluación y al expediente del alumno.

5. Cuando las actividades del módulo profesional de “FCT” estén condicionadas por un proceso natural o sujetas a estacionalidad y exijan la realización en un primer intervalo del módulo profesional, con anterioridad a la finalización de los módulos profesionales que se desarrollan en el centro educativo, se realizará una evaluación previa, por el equipo educativo, para decidir qué alumnado puede acceder a realizar este período del módulo profesional de “FCT”.

Podrán tener acceso a este período en atención al momento de su realización:

a) El alumnado que ha promocionado a segundo curso de acuerdo con los criterios establecidos en el artículo 32 de 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 cursan enseñanzas de formación profesional inicial en la Comunidad de Castilla y León, cuando el período del primer intervalo comience al inicio del segundo curso.

b) El alumnado que, en el momento de la evaluación tenga superados todos los módulos profesionales o que el equipo considere que pueda superarlos a lo largo del curso escolar, cuando el período del primer intervalo comience en otro momento del curso diferente al indicado en el anterior párrafo a).

6. En los ciclos formativos en los que previa autorización o porque así lo establece el currículo del título, se lleve una “FCT” simultánea debido a que la realización del módulo profesional de “FCT” se efectúa a lo largo del segundo curso junto con los módulos profesionales que se desarrollan en el centro educativo, tendrán acceso al módulo profesional de “FCT” los alumnos que hayan promocionado a segundo curso. Para el

alumnado que tenga módulos profesionales pendientes de primero, el equipo educativo elaborará un plan personalizado de actividades de recuperación de los módulos pendientes de superar, que se reflejarán en un informe individualizado que se incorporará al expediente del alumno.

7. La decisión de acceso al módulo profesional de “FCT” se podrá adoptar en las sesiones de evaluación siguientes:

- a) En primera o en la segunda sesión de evaluación final del primer curso, o en la sesión de evaluación inicial del segundo curso, para el alumnado de los ciclos formativos que de acuerdo con el currículo del título comiencen el módulo profesional de “FCT” en el primer trimestre del segundo curso.
- b) En sesión de evaluación del primer trimestre del segundo curso o en la primera sesión de evaluación final del segundo curso, para el alumnado de los ciclos formativos de 2.000 horas que de acuerdo con el currículo del título comiencen el módulo profesional de “FCT” en el segundo trimestre.
- c) En sesión de evaluación del segundo trimestre del segundo curso, o en la primera sesión de evaluación final del segundo curso, para el alumnado de los ciclos formativos de 2.000 horas que de acuerdo con el currículo del título tengan que realizar el módulo profesional de “FCT” en el tercer trimestre.
- d) En otras sesiones de evaluación distintas a las establecidas en los párrafos anteriores, cuando el alumnado haya comenzado el curso con módulos profesionales pendientes cuya evaluación final, de acuerdo con la programación establecida en el centro, se realice en momentos distintos al establecido de manera general para el ciclo formativo o en aquellos casos en los que proceda realizar una sesión de evaluación excepcional en la que se pueda tomar esta decisión.»

La gestión del módulo: sistema cicerón

1. De conformidad con el artículo 21 de la Orden EDU/1205/2010, de 25 de agosto, por la que se regula el desarrollo de los módulos profesionales de «Proyecto» y de «Formación en centros de trabajo» de los ciclos formativos de formación profesional inicial, en la Comunidad de Castilla y León, la gestión del módulo profesional de «FCT» se realizará, por los centros educativos públicos, a través de la aplicación informática vía web denominada «Sistema Cicerón de gestión del módulo profesional de FCT vía internet» (en adelante «Sistema Cicerón») a la que se accede a través de las direcciones de Internet: www.ciceron-fft.com y www.ciceron-fft.org.
2. El «Sistema Cicerón» contiene la información necesaria para el correcto manejo de la aplicación y desde el mismo se puede realizar la descarga de los manuales de usuario de cada uno de los agentes implicados en la gestión del módulo profesional de «FCT».
3. Los diferentes perfiles de usuario del sistema establecen el nivel de acceso a la información disponible, que está protegida por un nombre de usuario y una contraseña que el sistema genera de forma automática.
4. Las direcciones de los centros educativos facilitarán al profesorado, la gestión del módulo profesional de «FCT».
5. La Dirección Provincial de Educación, a través del Área de Programas Educativos, programará cursos formativos para las personas responsables de la tutoría del módulo profesional de «FCT», en el marco del Programa Provincial de Formación, y acciones de información a las empresas e instituciones sobre la importancia de su colaboración en el desarrollo del citado módulo profesional y de su incorporación al «Sistema Cicerón».
6. En el «Sistema Cicerón» figurarán las empresas y los puestos formativos ofertados para la realización del módulo profesional de «FCT», los datos relativos a los centros, estudios, grupos, profesorado y alumnado que vaya a realizar el módulo profesional de «FCT».
7. Los centros de trabajo que quieran ofertar algún puesto formativo deberán figurar en el «Sistema Cicerón», para ello podrán solicitar el alta bien a través del propio Sistema o bien cumplimentando la ficha técnica para la introducción de datos en dicho Sistema, conforme al modelo del Anexo I. La ficha, una vez cumplimentada, será remitida a la Cámara de Comercio o Dirección Provincial de Educación de la provincia en la que se encuentre la empresa o, en el caso de que la empresa se encuentre ubicada fuera de la Comunidad de Castilla y León, de la provincia en la que se encuentre ubicado el centro educativo.
8. Los datos del alumnado de centros educativos públicos se trasladarán de forma automática desde el «Programa de gestión IES 2000» al «Sistema Cicerón», en los siguientes plazos:
 - a) La segunda semana de noviembre: datos del alumnado que comenzará el módulo

profesional de «FCT» a partir del 1 de enero del correspondiente curso escolar.

b) La tercera semana de mayo: datos del alumnado que comenzará el módulo profesional de «FCT» a partir del 1 de septiembre del curso escolar siguiente.

9. Los datos que figuran en el «Sistema Cicerón» deberán ser revisados periódicamente por los diferentes agentes implicados en la gestión del módulo profesional de «FCT», en la forma que se indica a continuación:

a) La Dirección Provincial de Educación, a través del Área de Programas Educativos, facilitará a los centros educativos públicos y privados que realicen la gestión del módulo profesional «FCT» a través del «Sistema Cicerón» de su provincia las claves de acceso al citado Sistema; revisará los datos relativos a los centros educativos de la provincia que figuran en el «Sistema Cicerón», así como los datos relativos al módulo profesional de «FCT» que, en su respectivo ámbito provincial, figuran en el Sistema y adoptará las medidas oportunas para su actualización.

10. El «Sistema Cicerón» permite la generación de la documentación que para el desarrollo del módulo profesional de «FCT» se establece en el artículo 16 de la Orden EDU/1205/2010, de 25 de agosto, en la forma siguiente:

a) Tres ejemplares del «Documento de formalización Centro Educativo-Centro de Trabajo» y de la «Relación de Alumnado», destinados al centro educativo, la empresa o institución y la Inspección Provincial de Trabajo.

b) Dos ejemplares del «Programa Formativo», destinados al centro educativo y a la empresa o institución.

c) Un ejemplar de la «Ficha individual de seguimiento y evaluación», del «Informe valorativo del responsable del centro de trabajo» y de las «Hojas semanales del alumno», destinado al centro educativo.

11. En atención a lo establecido en el artículo 8.2 y 17.4 de la Orden EDU/1205/2010, de 25 de agosto, el profesor tutor del módulo profesional de «FCT» u órgano que corresponda en los centros privados y centros no dependientes de la consejería competente en materia de educación, será el encargado de realizar la correspondencia entre el alumnado y los puestos formativos ofertados en el «Sistema Cicerón» que mejor se adapten a su perfil, establecer el periodo de realización y concretar, junto con el jefe del departamento de familia profesional, el programa formativo redactando las actividades formativas a realizar y asociándolas a las capacidades terminales o resultados de aprendizaje y a los criterios de evaluación disponibles en el sistema. Cualquier modificación sobre los datos inicialmente introducidos en el citado Sistema para un determinado alumno, deberá introducirse manualmente.

12. El alumnado cumplimentará las «Hojas semanales del alumno» a las que se hace referencia en el artículo 18. 1 de la Orden EDU/1205/2010, de 25 de agosto, a través del «Sistema Cicerón». Las

hojas serán supervisadas semanalmente por el responsable del centro de trabajo y el profesor tutor u órgano que corresponda en los centros privados y centros no dependientes de la consejería competente en materia de educación a través del «Sistema Cicerón», o por cualquiera de los medios que se establezcan.

13. El responsable del centro de trabajo y el profesor tutor u órgano que corresponda en los centros privados y centros no dependientes de la consejería competente en materia de educación, podrán cumplimentar a través del «Sistema Cicerón» los documentos «Ficha individual de Seguimiento y Evaluación» e «Informe valorativo del responsable del centro de trabajo» a los que se refiere el artículo 19.4 de la Orden EDU/1205/2010, de 25 de agosto.

14. Una vez finalizado el desarrollo del módulo profesional de «FCT» el profesor tutor deberá reflejar el resultado de la evaluación del citado módulo profesional en el «Sistema Cicerón» en un plazo no superior a 30 días.

Las tareas del tutor

A cada grupo de alumnos del curso correspondiente a la realización del módulo profesional de «FCT» se le asignará un profesor que actuará como tutor docente y realizará el seguimiento del módulo profesional de «FCT». Para ello tendrá asignadas las siguientes tareas:

- Informar al alumnado de cuantos trámites y plazos les pudieran afectar, periodos de realización, exenciones, renunciaciones y otros.
- Informar al alumnado, previamente al comienzo del módulo profesional de «FCT», auxiliado por el Departamento de Orientación y el profesorado de la especialidad de Formación y Orientación Laboral (FOL), sobre los aspectos generales del módulo profesional, la documentación que ha de cumplimentar y de todo lo relacionado con las condiciones concretas y las características de su realización convenidas con el centro de trabajo.
- Mantener contactos periódicos con la persona responsable del centro de trabajo, a fin de realizar el seguimiento y evaluación del programa formativo, cumplimentando la «Ficha individual de Seguimiento y Evaluación».
- Atender al alumnado en el centro educativo, durante el período de realización del módulo profesional de «FCT» periódicamente, al menos una vez cada quince días y auxiliado, por el Departamento de Orientación y el profesorado de la especialidad de Formación y Orientación Laboral (FOL), con objeto de exponer las experiencias positivas, atender a los problemas de aprendizaje que se presenten, valorar el desarrollo de las actividades correspondientes al programa formativo, supervisar las «Hojas semanales del alumnado» y organizar los apoyos en el centro educativo que sean necesarios.
- Evaluar y calificar el módulo profesional de «FCT», teniendo en cuenta el informe valorativo del responsable del centro de trabajo sobre las actividades realizadas por el alumnado comprobando la evidencia de competencia mostrada en relación con el Programa Formativo acordado.

- Elaborar una memoria de fin de curso que incluirá como mínimo los datos básicos de participación, una valoración sobre el desarrollo del módulo profesional de «FCT», sus resultados y logros, incidencia de accidentalidad y responsabilidad civil del alumnado, propuestas de nuevas líneas de acción y un estudio sobre la inserción laboral del alumnado que cursó el ciclo formativo en ese centro en el curso anterior. Esta memoria que el tutor elevará al director del centro educativo a los efectos de evaluar el desarrollo y funcionamiento de los módulos profesionales de «FCT», será incluida en la memoria fin de curso del ciclo formativo correspondiente.

Una vez finalizado el desarrollo del módulo profesional de «FCT» el profesor tutor deberá reflejar el resultado de la evaluación del citado módulo profesional en el «Sistema Cicerón» en un plazo no superior a 30 días.

La coordinación del profesor tutor con la Jefatura de Estudios

Corresponde al jefe de estudios, o, en su caso, al jefe de estudios adjunto, coordinar, dirigir y supervisar las actuaciones a llevar a cabo por el profesorado tutor para realizar el seguimiento del módulo profesional de «FCT», de acuerdo con el Plan de Orientación Académica y Profesional y el Plan de Acción Tutorial, para lo que convocarán, por lo menos, una reunión mensual con ellos. Asimismo, coordinará y facilitará los procedimientos de gestión de la documentación relativa al módulo profesional de «FCT».

2. DURACIÓN Y PERÍODOS DE REALIZACIÓN

El módulo profesional de Formación en Centros de Trabajo tendrá una duración de 380 horas.

Según establece el currículo del Título de Técnico en Actividades Comerciales el módulo profesional de Formación en Centros de Trabajo se desarrollará a lo largo de 2º curso durante 380 h. El módulo profesional de «FCT», se realizará, de forma ininterrumpida, en horario comprendido entre las 6:00 y las 22:00 horas, de acuerdo con el calendario escolar establecido para el correspondiente curso académico, respetándose los períodos vacacionales previstos.

Con carácter general, la estancia diaria del alumnado en el centro de trabajo será similar a la jornada laboral ordinaria de la entidad colaboradora sin que pueda sobrepasar el límite que venga establecido por la normativa laboral. Se considerarán inhábiles los días fijados en el calendario oficial de fiestas laborales de la localidad en la que se realice el módulo profesional.

Habrán dos periodos de realización del módulo:

- - Alumnos con las FCT pendientes por haber superado los exámenes en junio: de septiembre a diciembre.
- Para el resto de alumnos: a partir del día que indique la instrucción pendiente de publicación.

(1) Excepcionalmente el alumno podría acudir al centro de trabajo el sábado si la empresa y el alumno están de acuerdo y se informa al tutor de FCT de tal situación.

3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

El «Programa Formativo», conforme al modelo establecido en el Anexo V, que será concertado entre el profesor tutor y el responsable del centro de trabajo, cumplimentado por el profesor tutor, con el visto bueno del Área de Inspección Educativa de la Dirección Provincial de Educación, deberá recoger los Resultados de Aprendizaje y los Criterios de Evaluación y será individualizado para cada alumno, teniendo en cuenta las características del centro de trabajo.

4. ACTIVIDADES FORMATIVO-PRODUCTIVAS

El alumno que curse la FCT de Actividades Comerciales deberá realizar actividades formativo-productivas inspiradas en situaciones de trabajo reales correspondientes a su perfil profesional y relacionadas con los contenidos del módulo profesional de FCT.

Estas actividades formativo-productivas tienen una doble finalidad:

- Estrictamente formativa, en cuanto que complementan la competencia profesional que el alumno ha ido adquiriendo en el centro educativo y desarrollan su capacidad de adaptación a un entorno productivo.
- De evaluación y verificación, toda vez que reproducen situaciones que permiten al alumno demostrar la competencia profesional que le debe ser acreditada tanto en el centro de trabajo como en el centro educativo.

5. RELACIÓN DE CENTROS DE TRABAJO DONDE SE REALIZARÁ EL MÓDULO

En el Ciclo Formativo de Actividades comerciales, la F.C.T. se realizará a principios del mes de abril, por lo que todavía no están designadas las empresas al no estar evaluados los alumnos, ya que no podrán realizar este módulo si no han superado los otros, por ello, todavía, no ha habido el contacto con los centros de trabajo.

Cabe la posibilidad que, en alguna, al ponerse el tutor en contacto con ella pueda decir que no, ya que, en estos últimos cursos, se ha dado el caso de que dicen que no tienen trabajo suficiente y que han tenido que despedir a sus trabajadores y no creen correcto colaborar con nosotros. Otras de un curso a otro, pueden incluso haber cerrado. Y también puede ser que algún alumno, tenga alguna empresa conocida con la que podamos hacer nuevo convenio.

Centros de trabajo que ofertan plazas para el ciclo de Actividades Comerciales, en Benavente o en poblaciones próximas, y en los que existe posibilidad de realizar la FCT:

EMPRESA	POBLACIÓN
TOY PLANET	Benavente
Cuchillería Javier Benavente	Benavente
La cortina	Benavente
Flor de lis	Benavente
Tendam Retail SA Springfield, Women´s Secret	Benavente
Danisa Euronics	Benavente
Carla Vazquez	Benavente
Electro Benavente	Benavente
Bicis Clemente	Benavente

6. CRITERIOS PARA LA ASIGNACION DE LAS EMPRESAS AL ALUMNADO

Con el fin de que el alumno obtenga un buen aprovechamiento de sus prácticas, será necesario relacionar al mismo con la empresa donde éste vaya a realizar las mismas. Para ello es conveniente que el alumno *encaje* con el puesto de formación al que se le destina.

Por tanto, deberá seleccionarse al alumno más idóneo y adecuado, teniendo en cuenta las posibilidades que ofrece cada empresa.

Consideraremos las características del alumno, tanto personales como de actitud e incluso de aptitud. Se evitará con ello las posibles frustraciones de realización personal, como de entendimiento necesario entre alumno y empresa.

La selección de los alumnos y empresas la realizará el profesor-tutor de la FCT, colaborando en la misma el equipo educativo.

Los datos del alumno los contemplaremos desde dos puntos de vista:

a) *Características personales:*

- Capacidad de diálogo y comunicación.
- Actitudes personales.
- Carácter introvertido o extrovertido.
- Deseos personales de realización.
- Facilidad de aprendizaje.

b) Sus conocimientos básicos:

- Conocimientos tecnológicos aprendidos en la materia de estudio.
- Conocimientos teóricos necesarios.
- Nivel de formación adquirido.
- Grado de habilidad manual e intelectual.
- Valoración de resultados académicos.

Este proceso de selección de empresa y alumno más adecuado para cada puesto de trabajo puede conducirnos a un grado de satisfacción mutua entre la empresa, centro de formación y alumno; y por ello, a la consecución de una mayor eficacia en la realización y resultado de las prácticas realizadas.

7. PROCEDIMIENTO PARA LA CONCESIÓN DE AUTORIZACIONES DE REALIZACIÓN DEL MÓDULO PARA CASOS EXCEPCIONALES

Procedimiento para la concesión de autorizaciones:

1. En los casos previstos en los artículos 10 y 12 de la ORDEN EDU/1205/2010, de 25 de agosto, en los que sea necesaria la autorización de la Dirección Provincial de Educación, el procedimiento a seguir será el siguiente:

a) Presentación de solicitud motivada por parte del director del centro educativo en la Dirección Provincial de Educación correspondiente con 20 días de antelación a la fecha de inicio del período de realización del módulo profesional, acompañada, de la siguiente documentación:

1º) Justificación razonada del profesorado tutor en la que deberá figurar claramente: causa que lo motiva, relación del alumnado para el que se solicita la autorización, ciclo formativo, empresa y su localización, período concreto para el que se solicita la autorización, horario propuesto y sistema y condiciones para el seguimiento y control tutorial.

2º) En el caso del alumnado que se encuentre desarrollando una actividad laboral que deba compatibilizar con el desarrollo del módulo profesional de «FCT», previsto en el artículo 12.2.f), copia del contrato laboral vigente durante el periodo previsto para la realización del módulo profesional, con indicación de turnos y horarios, o acreditación de esa circunstancia por cualquier de los medios admitidos en derecho.

3º) En el caso de existir relación laboral con la empresa o institución en la que se solicita realizar el módulo profesional de «FCT», previsto en el artículo 10.5, escrito de la empresa en el que se haga constar el departamento, el puesto de trabajo ocupado mediante contrato y el horario laboral, así como el departamento y el horario en el que se propone realizar las actividades formativas correspondientes al módulo profesional.

4º) En el caso de que el alumnado tenga obligaciones de tipo personal o familiar,

course otros estudios que deba compatibilizar con el desarrollo del módulo profesional de «FCT» o alegue problemas graves de salud, de acuerdo con lo previsto en el artículo 12.2.f), acreditación de esas circunstancias por cualquiera de los medios admitidos en derecho.

5º) En el caso de solicitud de realización del módulo profesional de «FCT» en períodos no lectivos, previsto en el artículo 12.2.d).2.º, compromiso expreso del profesorado tutor de realizar el seguimiento de las actividades del programa formativo y en su caso comunicación de la fecha en la que se realizará la sesión de evaluación excepcional.

b) Vista la documentación recibida, el informe del inspector del centro educativo y cuantos informes complementarios se estimen pertinentes, el titular de la Dirección Provincial de Educación resolverá lo que proceda, comunicándose al centro educativo previamente al inicio del período de prácticas.

c) La Dirección Provincial de Educación remitirá trimestralmente a la Dirección General competente en materia de formación profesional una relación con las resoluciones dictadas, en las que deberá constar: centro educativo, ciclo formativo, relación de alumnado, objeto de la autorización, empresa, localidad y provincia y fechas de realización del módulo profesional de «FCT».

2. En los casos previstos en los artículos 10, 11 y 12 de la ORDEN EDU/1205/2010, de 25 de agosto, en los que sea necesaria la autorización de la Dirección General competente en materia de formación profesional, el procedimiento a seguir será el siguiente:

a) Presentación de solicitud motivada por parte del director del centro educativo en la Dirección Provincial de Educación, con 30 días de antelación a la fecha de inicio del período de realización del módulo profesional, acompañada de la siguiente documentación:

1º) Justificación razonada del profesorado tutor en la que deberá figurar claramente: causa que lo motiva, relación del alumnado para el que se solicita la autorización, ciclo formativo, empresa y su localización, periodo concreto para el que se solicita la autorización, horario propuesto y sistema y condiciones para el seguimiento y control tutorial.

2º) En el caso de la realización de prácticas formativas en empresas e instituciones extranjeras, previsto en el artículo 11, referencia al programa europeo reconocido oficialmente o al convenio o acuerdo de colaboración con empresas o instituciones extranjeras y programa formativo concertado con la empresa.

b) Vista la documentación presentada, la Dirección Provincial de Educación, la remitirá a la Dirección General competente en materia de formación profesional, en un plazo de diez días

desde su recepción, junto con un informe emitido por el Área de Inspección Educativa para su valoración.

c) La Dirección General competente en materia de formación profesional resolverá lo que proceda y se lo comunicará a la Dirección Provincial de Educación que remitirá la resolución adoptada al centro educativo con anterioridad al inicio del período solicitado para desarrollar el módulo profesional.

PROCEDIMIENTO PARA LA CONCESIÓN DE AUTORIZACIONES PARA REALIZAR LA FCT EN LOS CASOS EXCEPCIONALES MÁS FRECUENTES		
Procedimiento	Casos excepcionales	Documentos justificativos
Presentación de solicitud motivada por el director del centro educativo en la Dirección Provincial de Educación <i>Plazo: 20 días antes del iniciode la FCT</i>	Realizar FCT en localidades cercanas al centro educativo que pertenezcan a otra comunidad autónoma	• Justificación razonada del profesor tutor
	Realizar FCT en el entorno del domicilio del alumnado, lejos del centro educativo	• Justificación razonada del profesor tutor
	Realizar FCT en la misma empresa con la que el alumno mantiene una relación laboral	• Justificación razonada del profesor tutor • Escrito de la empresa en el que se haga constar el departamento, categoría y horario del puesto ocupado y del puesto en el que se va a realizar la FCT.

8. PROGRAMA FORMATIVO

El programa formativo es un documento donde se concreta cómo se va a desarrollar y evaluar el módulo de FCT que un alumno realiza en un determinado centro de trabajo.

El programa formativo del módulo profesional de «FCT» será individualizado para cada alumno y se elaborará teniendo en cuenta las características del centro de trabajo.

El programa formativo deberá recoger las actividades formativas que deben permitir ejecutar o

completar la competencia profesional correspondiente al título, las capacidades terminales o los resultados de aprendizaje y los criterios de evaluación correspondientes definidos en el currículo del título.

Cuando el alumnado realice la formación en centros de trabajo en más de una empresa se formalizará un programa formativo para cada empresa o centro de trabajo al que acuda.

Las actividades formativas a desarrollar en la empresa irán asociadas a los resultados de aprendizaje y a los criterios de evaluación expresados.

EJEMPLO DE PROGRAMA FORMATIVO INDIVIDUAL



FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO PROGRAMA FORMATIVO

Dirección provincial de **ZAMORA**

ALUMNO/A:	I.E.S. LEON FELIPE	CÓDIGO CENTRO: 49000418	Hoja Nº: 1 de 4
CENTRO EDUCATIVO:		CLAVE: COM01M	
PROFESOR/A-TUTOR/A:	Actividades Comerciales	PERIODO: 29/03/19-18/06/19	TIEMPO/HORAS: 380 horas
CICLO FORMATIVO:	Comercio y Marketing		
FAMILIA PROFESIONAL:	Comercio y Marketing		
CENTRO DE TRABAJO: Mooby Benavente, [490004180131/CCFF - COMERCIAL CASTELLANO LEONESA DE EXTINTORES JUJYMA, S.L.]		ÁREA DE TRABAJO: -	
EL/LA RESPONSABLE DEL CENTRO DE TRABAJO PARA LA FCT:			

ACTIVIDADES FORMATIVAS A DESARROLLAR EN LA EMPRESA	CAPACIDADES TERMINALES / RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> - Identifica la estructura organizativa y funciones que desempeña en la misma. Compara la estructura organizativa con otras del mismo sector. Identifica los elementos que constituyen la red logística: proveedores, clientes, productores, formas de almacenaje. Relaciona las características del servicio con el tipo de clientes. Identifica procedimientos de trabajo en el desarrollo de la prestación del servicio. Valora las competencias de los r.r.h.h (trabajadores) necesaria para un desarrollo óptimo de la actividad. Valora la idoneidad de los canales de difusión más frecuentes en la actividad. 	<ul style="list-style-type: none"> - Identifica la estructura y organización de la empresa, relacionándolas con la producción y comercialización de los productos que obtiene y con el tipo de servicio que presta 	<ul style="list-style-type: none"> - Se ha identificado la estructura organizativa de la empresa y las funciones de cada área de la misma - Se ha comparado la estructura de la empresa con las organizaciones empresariales tipo existentes en el sector. - Se han identificado los elementos que constituyen la red logística de la empresa: proveedores, clientes, sistemas de producción y almacenaje, entre otros - Se han relacionado las características del servicio y el tipo de clientes con el desarrollo de la actividad empresarial. - Se han identificado los procedimientos de trabajo en el desarrollo de la prestación de servicio. - Se han valorado las competencias necesarias de los recursos humanos para el desarrollo óptimo de la actividad - Se ha valorado la idoneidad de los canales de difusión más frecuentes en esta actividad
<ul style="list-style-type: none"> - Tiene actitudes personales (puntualidad y empatía, entre otras) y profesionales (orden, limpieza y responsabilidad, entre otras) necesarias para el puesto de trabajo. - Actuaciones y aplicación de protocolos de Calidad en la actividad profesional - Trabajo en equipo y teniendo en cuenta las jerarquía establecida en la empresa - Identifica normas de prevención de riesgos laborales y aspectos fundamentales de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales L.31/95 del 8 de Noviembre - Mantiene actitud de respeto al medio ambiente. - Comunicación eficaz con el responsable del trabajo y resto de trabajadores 	<ul style="list-style-type: none"> - Aplica hábitos éticos y laborales en el desarrollo de su actividad profesional, de acuerdo con las características del puesto de trabajo y con los procedimientos establecidos en la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Se han reconocido y justificado: &#8226; La disponibilidad personal y temporal necesaria en el puesto de trabajo. &#8226; Las actitudes personales (puntualidad y empatía, entre otras) y profesionales (orden, limpieza y responsabilidad, entre otras) necesarias para el puesto de trabajo. &#8226; Los requerimientos actitudinales ante la prevención de riesgos en la actividad profesional. &#8226; Las actitudes relacionadas con el propio equipo de trabajo y con las jerarquías establecidas en la empresa. &#8226; Las actitudes relacionadas con la documentación de las actividades realizadas en el ámbito laboral. &#8226; Las necesidades formativas para la inserción y reinserción laboral en el ámbito científico y técnico del buen hacer del profesional - Se han identificado las normas de prevención de riesgos laborales y los aspectos fundamentales de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales de aplicación en la actividad profesional - Se han puesto en marcha los equipos de protección individual según los riesgos de la actividad profesional y las normas de la empresa.

1 / 4

9. EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Evaluación del módulo de FCT

La evaluación del módulo profesional de «FCT» se ajustará a lo dispuesto en la Orden EDU/2169/2008, de 15 de diciembre y a la *ORDEN EDU/580/2012, de 13 de julio*, que modifica la anterior en algunos aspectos.

La evaluación y calificación del módulo de FCT se realizará por el profesorado tutor del centro educativo, con la colaboración del tutor de la empresa designado por el correspondiente centro

de trabajo, mediante los mecanismos de contacto que consideren adecuados. El profesor tutor tendrá en cuenta el informe valorativo del responsable del centro de trabajo sobre las actividades realizadas por el alumnado comprobando la evidencia de competencia mostrada en relación con el Programa Formativo acordado.

Para la evaluación se tendrán en cuenta los siguientes documentos:

- a) **Ficha individual de Seguimiento y Evaluación**, cumplimentada durante el desarrollo del módulo y en la que se recoge la valoración de las actividades en ésta indicadas.
- b) **Informe valorativo del responsable del centro de trabajo**, cumplimentado al final del proceso y en el que se indican las áreas, departamentos o puestos dónde se han desarrollado las actividades, si las capacidades han sido adquiridas en el centro de trabajo o no se ha podido demostrar su adquisición, una valoración global de las capacidades terminales o resultados de aprendizaje y, en su caso, las orientaciones que a criterio del responsable del centro de trabajo optimizarían la competencia profesional.

Si el módulo profesional de «FCT» hubiera tenido lugar en varias empresas o centros de trabajo, se cumplimentarán estos documentos por cada una de ellas.

La evaluación del módulo profesional de «FCT» se hará una vez finalizado el periodo de realización establecido en el programa formativo, en la sesión de evaluación correspondiente, de acuerdo a la duración del Título.

Se realizarán evaluaciones del citado módulo profesional al finalizar el primero y el segundo trimestre y antes de comenzar el último período de realización del mismo. El profesor tutor en estas evaluaciones tendrá en cuenta las hojas semanales cumplimentadas por el alumnado y, en su caso, los informes emitidos por el tutor en la empresa. Estas evaluaciones se tendrán en cuenta en la evaluación final del módulo profesional.

Una vez evaluado el módulo profesional de «FCT», toda la documentación generada en su desarrollo convenientemente cumplimentada, firmada y sellada será archivada en el expediente académico del alumno.

Criterios de calificación

1. El módulo profesional de Formación en Centros de Trabajo (FCT) se calificará como «**APTO**», en caso de estar superado, y «**NO APTO**», en caso de no estar superado.
2. Para establecer esta calificación se tendrán en cuenta la Ficha individual de Seguimiento y Evaluación y el Informe valorativo del responsable del centro de trabajo, así como el seguimiento efectuado por el profesortutor durante todo el período de realización del módulo de FCT.

3. Un alumno será calificado como **NO APTO durante el período de realización del módulo profesional de FCT** cuando cometa alguna **falta muy grave** en la empresa de las que se relacionan a continuación:

- a) Más de diez faltas no justificadas de puntualidad cometidas en un período de diez semanas.
- b) Cinco o más faltas injustificadas a la empresa durante un período de diez semanas.
- c) La falsedad, deslealtad, el fraude, el abuso de confianza y el hurto o robo, tanto a compañeros de trabajo como a la empresa o a terceros.
- d) La embriaguez, así como el uso, consumo o invitación al mismo de estupefacientes o drogas durante el tiempo de trabajo.
- e) Violar el secreto de correspondencia o documentos reservados de la empresa, o revelar a extraños a la misma, datos de reserva obligada.
- f) Los malos tratos de palabra u obra, el acoso sexual o falta grave de respeto y consideración a sus jefes, así como a sus compañeros.
- g) El hacer desaparecer, inutilizar, causar desperfectos en máquinas instalaciones, edificios, enseres, documentos, etc., tanto de la empresa como de clientes de la misma.
- h) La continuada y habitual falta de aseo y limpieza de tal índole que produzca quejas justificadas demandas, compañeros de trabajo o terceros.
- i) Cualquier conducta anómala en la empresa que impida el normal desarrollo de las actividades formativas o que genere una desconfianza total de los jefes y de los compañeros.

4. El alumno que cometa cualquiera de las **faltas consideradas como muy graves** enumeradas en el apartado anterior será calificado como **NO APTO** en la FCT y **no continuará su formación en la empresa ni se le cambiará a ningún otro centro de trabajo**. Si procede, tendrá opción a una segunda convocatoria el siguiente curso.

5. Procedimiento que se seguirá en los casos en los que se produzcan faltas graves por parte del alumnado:

- El profesor tutor emitirá un informe en el que conste los hechos que se produjeron en la empresa, la falta cometida y la sanción propuesta. Este informe será firmado también por el tutor de la empresa y será entregado posteriormente al alumno.
- El alumno podrá presentar reclamación por escrito ante la dirección del centro, en un plazo máximo de cinco días lectivos a partir de aquél en el que se le entregue el informe. La solicitud de reclamación contendrá cuantas alegaciones justifiquen la disconformidad con la calificación o con la sanción adoptada.
- El director del centro trasladará la reclamación al departamento correspondiente para que emita el oportuno informe que recogerá la descripción de los hechos y actuaciones

previas que hayan tenido lugar, y la decisión adoptada de ratificación o rectificación en la calificación otorgada y en la sanción.

- Una vez recibido dicho informe, el director del centro comunicará, por escrito, al alumno la decisión tomada, y entregará una copia del escrito cursado al profesor tutor, en un plazo máximo de tres días hábiles.