



HOJA INFORMATIVA PARA LOS ALUMNOS

1. CONTENIDOS.

- La decisión de compra del consumidor.
- El vendedor
- Comunicación y técnicas de venta
- El departamento de ventas
- El equipo de ventas
- Desarrollo de la venta
- El contrato de compraventa
- Contratos afines al contrato de compraventa
- Documentos de formalización de la venta
- Documentos de formalización de cobro y pago
- Determinación del precio de venta
- El interés en las operaciones comerciales
- El descuento en las operaciones comerciales

2. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y ESTÁNDARES DE APRENDIZAJE EVALUABLES.

1. Identificar el proceso de decisión de compra del consumidor y/o usuario, analizando los factores que inciden en el mismo y las tipologías de clientes.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los tipos de consumidores, diferenciando el consumidor final o particular y el industrial u organizacional.
- b) Se ha definido el contenido y los aspectos que comprende el estudio del comportamiento del consumidor y/o usuario.
- c) Se han definido y clasificado las necesidades del consumidor, teniendo en cuenta el orden jerárquico que se establece a la hora de satisfacerlas.

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

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

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

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

h) Se han caracterizado las tipologías de clientes, atendiendo a su comportamiento de compra, su personalidad y sus motivaciones de compra.

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

Criterios de evaluación:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las funciones del departamento de ventas de una empresa y las responsabilidades del director de ventas.
- b) Se han diferenciado las formas de organización del departamento de ventas por zonas geográficas, por productos y por clientes, entre otras.
- c) Se ha calculado el número de vendedores que se requieren para cumplir los objetivos del plan de ventas de la empresa.
- d) Se ha elaborado el programa de ventas del vendedor, definiendo sus propios objetivos y el plan de actuación, en función de los objetivos establecidos en el plan de ventas de la empresa.
- e) Se ha elaborado el argumentario de ventas, incluyendo los puntos fuertes y débiles del producto, resaltando sus ventajas respecto a los de la competencia y presentando soluciones a los problemas del cliente.
- f) Se han aplicado técnicas de prospección de clientes, atendiendo a las características del producto/servicio ofertado.
- g) Se ha determinado el número de visitas comerciales que se van a realizar a los clientes reales y potenciales y el tiempo de duración de las visitas.
- h) Se han planificado las visitas a clientes, aplicando las rutas de ventas que permite optimizar los tiempos del vendedor y reducir los costes.

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

Criterios de evaluación:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

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

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

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

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

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

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

Criterios de evaluación:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Criterios de evaluación:

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

- b) Se ha calculado el precio de venta del producto, aplicando un margen comercial expresado en forma de un porcentaje sobre el precio de venta.
- c) Se ha determinado el importe total de una operación de venta, aplicando los descuentos y gastos acordados y el IVA correspondiente.
- d) Se ha calculado el interés de diferentes operaciones, definiendo las variables que lo determinan y aplicando un determinado tipo de interés.
- e) Se ha calculado el descuento de diferentes operaciones, aplicando un determinado tipo de descuento.
- f) Se ha calculado el descuento y el efectivo resultante de una remesa de efectos.
- g) Se han cumplimentado facturas de negociación de efectos comerciales, aplicando un determinado tipo de descuento y la correspondiente comisión.

3. COMPETENCIAS DEL CURSO RESPECTIVO PARA CADA MÓDULO.

Las competencias c), m), n), ñ), o), p), q), r) y s) 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.
- 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.

4. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE QUE SE VAN A UTILIZAR.

La evaluación del módulo profesional se realizará en el momento de finalización del mismo. Su calificación será expresada en cifras de 1 a 10 sin decimales. Se considerarán positivas las puntuaciones iguales o superiores a cinco.

En cada evaluación se realizará uno o varias pruebas. Se calculará la nota media de las distintas pruebas que tendrán que alcanzar como mínimo un 4. Esta parte tendrá un valor del 70% de la nota de la evaluación.

Los trabajos, ejercicios y actitud se valoraran con un máximo del 30% de la puntuación final.

La **evaluación** de los conocimientos adquiridos por el alumno se llevará a cabo por el sistema de evaluación continua y atenderá a los siguientes criterios:

- Pruebas objetivas periódicas.
- Actividades desarrolladas en clase.
- Asistencia a clase

Las pruebas objetivas consistirán en exámenes teórico-prácticos en función de los objetivos mínimos exigidos y tendrán una valoración del 70% de la nota. El 30% restante lo componen las actividades desarrolladas en clase y la actitud.

Siguiendo el proceso de evaluación descrito, la calificación de los alumnos, para cada evaluación, se obtiene sumando las calificaciones asignadas a los mismos por los siguientes conceptos:

NOTAS DE GRUPO Y REALIZACIÓN DE TAREAS: 20%

Calificaciones obtenidas por aquellas actividades y trabajos que se realicen en grupos. Se valora: calidad y organización de los trabajos, claridad de conceptos, exposiciones, participación en los debates, etc.

Respecto a la realización de tareas, realizadas dentro y fuera del centro, se valorará: contenido, cumplimentación puntual, presentación, participación en el grupo, interés mostrado, originalidad...

PARTICIPACIÓN EN CLASES: 10%

Se trata de valorar la participación del alumno en la clase, sus intervenciones y explicaciones sobre actividades y ejercicios propuestos, teniéndose en cuenta su grado de interés y dedicación.

RESOLUCIÓN DE EJERCICIOS Y CUESTIONARIOS, Y REALIZACIÓN DE ACTIVIDADES, TRABAJOS Y PRUEBAS INDIVIDUALES (ORALES Y/O ESCRITOS). ELABORACIÓN DE EXAMENES: 70%

Se trata de evaluar, según los casos:

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

Recuperación:

En aquellos casos en que el proceso del aprendizaje no sea progresivo, es decir, cuando la evaluación positiva de una unidad no implique la superación de las deficiencias y fallos anteriormente detectados, y por lo tanto no pueda llevar implícito la recuperación de las unidades anteriores, se realizarán actividades específicas de recuperación.

En estos casos, cuando algún alumno no haya alcanzado una valoración suficiente en algunos de los conceptos evaluados para los que se considere necesaria su consecución, se establecerán actividades específicas de recuperación que se realizarán a lo largo de las unidades siguientes.

Estas actividades consistirán en un examen que se calificará como sigue: La nota del examen de recuperación será el 60% de la calificación, siendo el 40% restante la obtenida a lo largo de la evaluación que se va a recuperar.

Calificación final del módulo

Deberá tenerse en cuenta todas las calificaciones obtenidas por el alumno en las diferentes evaluaciones. La nota final del módulo será aquella que resulte una vez aplicada la media aritmética de las notas de todas las evaluaciones. Para aprobar las evaluaciones se hará la media de todas las notas tomadas a lo largo de la evaluación. Se considera superado el módulo siempre que estén todas las evaluaciones aprobadas.

Como requisito indispensable para superar el módulo, el alumno al final de curso por grupos o individualmente tendrá que presentar y exponer la presentación y venta de un producto.

Prueba extraordinaria.

Se celebrará en septiembre, los alumnos que la realicen se examinarán de toda la asignatura.

Los alumnos pendientes para superar el módulo deberán realizar una prueba objetiva que se valorará con un 80% del final de la nota, constituyendo el 20% restante, un trabajo a realizar por el alumno y cuyo seguimiento realizará el profesor.

Los contenidos mínimos son los contenidos puestos en su apartado correspondiente. Al menos la mitad de los contenidos de la prueba se ajustarán a los contenidos mínimos. El resto de la prueba se completará con los criterios de evaluación de cada tema.

Modelo de prueba:

La prueba estará compuesta de una parte teórica y una práctica con ejercicios semejantes a los realizados en clase.

Calificación:

Solo se evaluarán los contenidos. La nota será de una puntuación máxima de “10”. Superarán la prueba los alumnos que hayan alcanzado la puntuación de “5”.

Debido al carácter eminentemente práctico del módulo, se utilizarán los siguientes instrumentos para la evaluación del aprendizaje:

1. Realización de **pruebas objetivas**: consistirán en la resolución de casos prácticos y la respuesta a una serie de preguntas teóricas. El contenido podrá incluir cualquier asunto que haya sido impartido en el módulo hasta ese momento, sea de ese trimestre o de anteriores.
2. Realización **de una prueba o exposición oral**, sobre un tema propuesto, ayudado de una presentación de diapositivas previamente elaborada.
3. **Actividades de evaluación continua**: las actividades serán entregadas directamente al profesor. Únicamente podrán ser presentadas durante las fechas solicitadas.
4. **La actitud, participación e intervención del alumno en clase**: se valorarán las intervenciones en clase siempre que sean correctas y adecuadas respecto a los contenidos que se estén tratando o se realicen aportaciones a los contenidos vistos en clase y/o ejercicios extras.
5. **OBJETIVOS EXPRESADOS EN TÉRMINOS DE RESULTADOS DE APRENDIZAJE.**

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