



I.E.S. "LAS LLAMAS"

**PROCESOS DE VENTAS
CICLO FORMATIVO DE GRADO MEDIO**

CURSO 2018-2019

PROFESORA: AMPARO LAVÍN CANALES

COD. 1232

INDICE

1. INTRODUCCIÓN	3
2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL MÓDULO . 6	
3. CONTENIDOS	11
4. DISTRIBUCIÓN TEMPORAL	11
005.054000CIC	11
5. METODOLOGÍA DIDÁCTICA	12
6. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD	13
7. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS	14
8. UTILIZACIÓN DE ESPACIOS Y EQUIPAMIENTO	15
9. CONCRECIÓN DEL DESARROLLO DE DESDOBLES	15
10. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES	15
11. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE 16	
12. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	17
Prueba extraordinaria	19
13. ASPECTOS CURRICULARES MÍNIMOS PARA SUPERAR EL MÓDULO	20
14. RELACIÓN CON OTROS PLANES, PROGRAMAS O PROYECTOS	21
15. EVALUACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA Y DE LA PRÁCTICA DOCENTE	21

1. INTRODUCCIÓN.

La evolución sufrida por el comercio en España en las últimas décadas del siglo XXy en la primera del siglo XXI, con la implantación de grandes empresas de distribución internacional y con la creación de cadenas de franquicias en todos los ámbitos del comercio, ha provocado por una parte una concentración del comercio en grandes centros comerciales y por otra una progresiva modernización y especialización del pequeño comercio minorista.

Se requiere, por tanto, que el sector del comercio cuente con profesionales con formación suficiente en habilidades de comunicación, que les permita transmitir seguridad y confianza al consumidor de productos y/o servicios utilizando como herramienta el merchandising comercial, que les permita animar el establecimiento para que sea atractivo a los clientes potenciales.

Teniendo en cuenta los aspectos citados la programación tendrá en cuenta el centro en el que se imparte este ciclo, así como las características del grupo al que se va a impartir este módulo.

El módulo de Procesos de Ventas corresponde a un módulo muy práctico que pretende, de forma sencilla, proporcionar al alumno conocimientos básicos para la adquisición de herramientas y habilidades necesarias para desempeñar funciones de apoyo y colaboración en la aplicación y seguimiento de las técnicas de ventas.

Esta función de apoyo y colaboración en la aplicación y seguimiento de las técnicas de venta incluye aspectos como:

- Análisis del mercado y el entorno de la empresa.
- Configuración del sistema de información de mercados (SIM).
- Análisis de las características y atributos de productos, servicios y líneas de productos para su adecuación a las necesidades y perfil de los clientes.
- Evaluación de las oportunidades de mercado para el lanzamiento de un producto o servicio.

- Aplicación de técnicas de marketing para la venta y distribución de productos.
- Cálculo del precio de venta del producto.
- Selección de la forma y/o canal de distribución de un producto, línea o gama de productos.

A través de contenidos teóricos reforzados mediante casos prácticos y actividades, se pretende conseguir un acercamiento del alumno a su entorno de trabajo real, fundamental en el ámbito de la formación profesional específica. Muchos de los ejemplos expuestos, que en todo momento se intentan relacionar con la actualidad empresarial, pretenden que el alumno llegue a conocer las principales actividades de marketing que se desarrollan en una empresa así como la dinámica de trabajo diaria.

Las normativas que regulan el título de Técnico en Actividades Comerciales son:

- 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 (BOE 27/11/11).
- 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.

Datos identificativos del módulo:

FAMÍLIA: COMERCIO Y MARKETING			
CICLO: Técnico en Actividades Comerciales	Grado Medio	CINE-3b	H. TOTALES: 2000
ENSEÑANZAS MÍNIMAS: Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre. BOE 27/12/2011			
MÓDULO PROFESIONAL: Procesos de Venta	CÓDIGO:	HORAS: MIN.: 90 MÁX.: 160	
ESPECIALIDAD DEL PROFESORADO PARA IMPARTIR ESTE MÓDULO: Organización y gestión comercial.			

Este Módulo de 90 horas se encuadra dentro del Ciclo formativo correspondiente al Técnico en Actividades Comerciales.

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

Las competencias profesionales, personales y sociales de este título son:

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.

2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL MÓDULO.

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. 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

4. DISTRIBUCIÓN TEMPORAL.

Este módulo tiene asignadas 90 horas mínimas. Los contenidos se distribuirán en las siguientes unidades didácticas:

<i>Primera Evaluación</i>	<i>Segunda Evaluación</i>	<i>Tercera Evaluación</i>
1.la decisión de compra del consumidor 2.El vendedor	6. Desarrollo de la venta. 7. El contrato de compraventa.	10-11. Documentos de formalización de cobro y pago I y II.
3. Comunicación y Técnicas de venta. 4. El departamento de ventas.	8. Contratos afines al contrato de compraventa.	12. Determinación del precio de venta. 13. El interés en las operaciones comerciales.
5.El Equipo de ventas.	9. Documentos de formalización de la venta.	14. El descuento en las operaciones comerciales.

5. METODOLOGÍA DIDÁCTICA.

Según el Real Decreto 1538/2006, «la metodología didáctica de las enseñanzas de formación profesional integrará los aspectos científicos, tecnológicos y organizativos que en cada caso correspondan, con el fin de que el alumnado adquiera una visión global de los procesos productivos propios de la actividad profesional correspondiente».

Según estos principios tenemos que tener en cuenta lo siguiente:

- El profesor acercará los contenidos del módulo al alumnado de una manera clara y sencilla, con el ánimo de conseguir su involucración, colaboración y participación activa.
- El alumno trabajará determinados contenidos de manera individual, pero se fomentará sobre todo el trabajo en equipos, tal como ocurre en la vida laboral.
- Se preparará al alumno para la actividad en el campo profesional lo que facilitará su adaptación al mundo laboral.
- Se contribuirá al desarrollo personal del alumno, al ejercicio de una ciudadanía democrática y al aprendizaje permanente.
- Se alternarán los contenidos teóricos con los casos prácticos relacionados que ayudaran al alumno a la comprensión y asimilación de la teoría.
- Se realizarán las actividades propuestas, así como los ejercicios de comprueba tu aprendizaje.
- El alumno trabajará cada una de las actividades finales de cada unidad en la que se revisan los contenidos vistos en la misma.

Se procurará que las clases teóricas se limiten a la exposición y explicación de los conceptos esenciales de cada unidad. Se fomentará la participación del alumnado en dichas exposiciones.

Será necesario enfocar el módulo a la resolución de diferentes casos prácticos individuales así como al desarrollo de un proyecto global que integre diferentes aspectos analizados a lo largo de las distintas unidades. De este modo, se pretende que el alumno aplique los

conocimientos adquiridos, potencie una capacidad crítica, estimule su curiosidad y motivación.

El programa de aprendizaje, pretende propiciar la iniciativa del alumno y el proceso de autoaprendizaje, desarrollando capacidades de comprensión y análisis, de relación y búsqueda y manejo de información.

Intenta además conectar el aula con el mundo real, con las empresas, profesionales y organismos administrativos que conforman el entorno profesional y el trabajo del técnico que se quiere formar.

Se utilizarán los medios informáticos para la búsqueda de información relacionada con la materia del módulo (páginas Web). Dicha información será analizada por los alumnos y relacionada con el mundo del comercio y los procesos de venta.

6. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.

El módulo se adaptará a las características del alumnado, con especial atención a los alumnos que presenten una discapacidad.

Se emplearán diferentes recursos de apoyo para prestar una atención adecuada a la diversidad del alumnado. A través de propuestas como, el planteamiento de actividades en orden creciente de dificultad, utilización de materiales complementarios (bibliografía, artículos, recursos on-line), exposiciones de proyectos y trabajos prácticos, se pretenderá que el alumno adquiera los conceptos y destrezas propios del módulo.

Las tres vías existentes para el tratamiento de la diversidad: **adaptaciones curriculares**, **espacio de opcionalidad** y **diversificación curricular** no deben ser consideradas, en ningún caso, como alternativas excluyentes, sino más bien como caminos que se complementan y que deben ser practicados simultáneamente. Para atender la diversidad de los alumnos, las **medidas a tomar que se proponen** son las siguientes:

- En primer lugar, debemos **analizar al alumno al comienzo de éste Módulo**, para detectar las diferencias existentes en su formación que condicionen el logro de las capacidades a desarrollar.

- Durante la fase de exposición de la materia, **el profesor invitará a que los alumnos consulten dudas o soliciten resoluciones**, sobre todo a los alumnos que requieran una atención especial. Esta práctica consultiva puede aportar buenos resultados al eliminar las posibles diferencias entre los alumnos en favor de un mayor conocimiento.
- **Apoyar a cada alumno de forma individualizada**, en las actividades de aprendizaje, supervisando de forma continuada el estado del trabajo de cada alumno.

7. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.

Los espacios, materiales y recursos didácticos básicos que se necesitan para poder impartir las clases son:

- El aula.
- Pizarra.
- Ordenador del profesorado, con dispositivo de proyección.
- Pantalla para proyección.
- Altavoces.
- Televisor, video, u otros medios de reproducción audiovisual.
- Ordenadores para el alumnado.
- Biblioteca del aula.
- Revistas y prensa especializada.

Como manual recomendado a los alumnos se utilizará el libro de la editorial Mc Graw Hill, elaborado para este módulo.

8. UTILIZACIÓN DE ESPACIOS Y EQUIPAMIENTO.

En cuanto al uso de espacios y equipos diremos que las clases serán impartidas en la primera y segunda planta del centro, siguiendo la asignación realizada desde la jefatura de estudios. Concretamente, el módulo que nos ocupa será desarrollado en el aula 204.

Estos espacios están dotados de mesas, sillas, pizarras y proyector. También destacaremos el uso y los equipos de las aulas de informática. Se utilizarán tanto el aula situada en la primera planta como el aula situada en la segunda planta. En estos espacios se desarrollarán las actividades en las que sea necesaria la búsqueda de información on line, así como la utilización del procesador de textos, hoja de cálculo etc...Estas aulas están dotadas de mesas, sillas, pizarras, proyector, ordenadores e impresora.

9. CONCRECIÓN DEL DESARROLLO DE DESDOBLES.

No existen razones de seguridad, de disponibilidad de equipamiento u otras que hagan necesaria la existencia de desdobles, agrupaciones flexibles o apoyos docentes (Art. 23.7 del Decreto 4/2010, de 28 de enero, por el que se regula la ordenación general de la Formación Profesional en el sistema educativo de la Comunidad Autónoma de Cantabria). No se contempla por tanto la utilización de este tipo de medidas en el módulo.

10. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.

El Plan Anual del Centro, que es aprobado por el Consejo Escolar, reflejará la programación de las actividades complementarias y extraescolares que vayan a realizarse a lo largo del curso, de acuerdo con los criterios señalados en el Proyecto Curricular y dentro del marco del Proyecto de Centro.

11. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

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

La evaluación formativa consiste en constatar el proceso de aprendizaje de cada alumno, a través de la observación sistemática por el profesor, con el fin de modificar o reforzar los contenidos que no hubiesen sido suficientemente asimilados.

La evaluación formativa de los alumnos se realizará mediante un examen, el seguimiento de sus trabajos diarios, la entrega de las actividades propuestas por el profesor, resolución de los casos prácticos, la realización de las actividades finales de cada unidad, exposiciones orales, la participación en clase y entrega de cualquier tipo de trabajo en la fecha solicitada por el docente.

Se valorarán, además, los siguientes aspectos:

- Capacidad de organización del trabajo.
- Grado de participación en los trabajos de grupo.
- Calidad final de trabajo.

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.

La asistencia a clase es obligatoria, por tanto, en el caso de que algún alumno supere el 15% de faltas de asistencia a clase, se considerará que no puede alcanzar los objetivos mínimos planteados.

12. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.

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 necesario 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.

2ª Evaluación final ordinaria.

Se celebrará en la segunda quincena de junio, 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”.

Fraudes en las pruebas y procesos de evaluación académica.

En caso de sorprender a algún alumno realizando prácticas fraudulentas se aplicará lo contenido en el documento de normas sobre prácticas fraudulentas aprobado por el Departamento de Comercio y Marketing del IES Las Llamas y recogido en el Proyecto Curricular de la familia de Comercio y Marketing y que se ha dado a conocer al alumnado en las hojas informativas que se les entregan a principio de curso.

13. ASPECTOS CURRICULARES MÍNIMOS PARA SUPERAR EL MÓDULO.

- Identificar los tipos de consumidores, diferenciando el consumidor final o particular y el industrial u organizacional.
- Comprender el estudio del comportamiento del consumidor y/o usuario, así como las necesidades del consumidor.
- Identificar las fases del proceso de compra del consumidor industrial, comparando el proceso con el del consumidor final.
- Identificar las distintas tipologías de clientes, atendiendo a su comportamiento de compra, su personalidad y sus motivaciones de compra.
- Establecer las funciones y responsabilidades de los vendedores en la venta personal.
- Definir el perfil del vendedor profesional, analizando las cualidades personales, habilidades profesionales y conocimientos que debe tener un buen vendedor.
- Describir los distintos puestos de trabajo de ventas y el perfil de los vendedores más adecuados para los mismos.
- Determinar las necesidades de formación, perfeccionamiento y reciclaje del equipo de vendedores.
- Comprender los programas de formación, motivación y retribución de vendedores.

- Concertar y preparar la entrevista de ventas, adaptando el argumentario a las características, necesidades y potencial de compra de cada cliente, de acuerdo con los objetivos fijados.
- Entender el proceso de venta, definiendo las líneas de actuación del vendedor, de acuerdo con los objetivos fijados en el plan de ventas, así como identificar la organización y funciones del departamento de ventas de la empresa.
- Desarrolla entrevistas con supuestos clientes, utilizando técnicas de venta, negociación y cierre adecuadas, dentro de los límites de actuación establecidos por la empresa.
- Formalizar los contratos de compraventa y otros contratos afines, analizando las cláusulas más habituales de acuerdo con la normativa vigente.
- Interpretar la normativa que regula los contratos de compraventa.
- Conocer 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.
- Cumplimentar el contrato de compraventa en el que se recogen los acuerdos entre vendedor y comprador, utilizando un procesador de textos.
- Gestionar y conocer la documentación comercial básica y de pago/cobro de las operaciones de compraventa, cumplimentando los documentos necesarios.
- Conocer el cálculo de los precios y el importe de las operaciones, aplicando el cálculo comercial en los procesos de venta, así como saber calcular el precio final en las operaciones de compraventa aplicando descuentos e impuestos.

14. RELACIÓN CON OTROS PLANES, PROGRAMAS O PROYECTOS.

No se establecen en esta programación relaciones con otros planes, programas o proyectos.

15. EVALUACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA Y DE LA PRÁCTICA DOCENTE

A través de la evaluación del desarrollo de la programación y la práctica docente estaremos intentando corregir errores detectados a lo largo del curso en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Así pues, para mejorar el proceso de enseñanza analizaremos toda la programación, en general, prestando gran atención a algunos apartados como por ejemplo:

- Examinar los contenidos (unidades didácticas). Analizaremos el orden seguido en el proceso de enseñanza-aprendizaje, así como el número de horas asignadas a cada una.
- Comprobar la estructura de la unidad didáctica. Revisaremos el orden seguido en la explicación de los diferentes apartados que componen la unidad.
- Examinar las actividades planteadas al desarrollar los contenidos. Incorporando y eliminando actividades según la aceptación de los alumnos...

