

Hoja informativa para el alumnado del módulo  
profesional: 1230 Venta técnica

2º Curso del Ciclo Formativo de Grado Medio de Técnico en  
Actividades Comerciales

Curso 2020 – 2021

---

Amparo Lavín Canales  
Comercio y Marketing  
IES Las Llamas  
Santander

## Índice.

1. Unidades didácticas del módulo profesional.....	3
2. Distribución temporal.....	4
3. Resultados de aprendizaje.....	5
4. Procedimientos e instrumentos de evaluación del aprendizaje.....	6
4.1. Principios.....	6
4.2. Técnicas.....	6
4.3. Instrumentos.....	6
4.4. Indicadores.....	7
4.5. Criterios comunes y específicos de evaluación.....	7
5. Criterios de calificación.....	8
6. Aspectos curriculares mínimos para superar el módulo.....	11
7. Materiales y recursos didácticos.....	14

## **1. UNIDADES DIDÁCTICAS DEL MÓDULO PROFESIONAL.**

Unidad didáctica 0. Introducción al módulo.

Unidad didáctica 1. Elaboración de ofertas comerciales de productos industriales.

Unidad didáctica 2. Confección de ofertas comerciales de servicios.

Unidad didáctica 3. Realización de actividades propias de la venta de productos tecnológicos.

Unidad didáctica 4. Desarrollo de actividades relacionadas con la venta de productos de alta gama.

Unidad didáctica 5. Preparación de acciones promocionales de bienes inmuebles.

Unidad didáctica 6. La comercialización de inmuebles.

Unidad didáctica 7. El proceso de venta de inmuebles.

Unidad didáctica 8. Tele marketing.

## 2. DISTRIBUCIÓN TEMPORAL.

El módulo de Venta Técnica tiene asignada una carga horaria de 120 horas, tal y como se recoge en la Orden ECD/82/2014, de 25 de junio, que establece el currículo del ciclo formativo de Grado Medio correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales en la Comunidad Autónoma de Cantabria.

En consonancia con los acuerdos de la Comisión de Coordinación Pedagógica del Centro, los contenidos del módulo se repartirán a lo largo de cada uno de los dos trimestres naturales del curso. Su reparto se realizará del siguiente modo:

	UNIDAD	Horas
1 <sup>er</sup> TRIMESTRE	Unidad didáctica 0. Introducción al módulo.	2
	Unidad didáctica 1. La venta de productos industriales.	18
	Unidad didáctica 2. La venta de servicios: características.	14
	Unidad didáctica 3. La venta de servicios: confección de ofertas comerciales.	12
	Unidad didáctica 4. La venta de productos tecnológicos.	18
2 <sup>o</sup> TRIMESTRE	Unidad didáctica 5. La venta de productos de alta gama.	14
	Unidad didáctica 6. La comercialización de inmuebles.	18
	Unidad didáctica 7. El proceso de venta de inmuebles.	14
	Unidad didáctica 8. Tele marketing.	12

### **3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE.**

Los resultados de aprendizaje vienen fijados por el Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el Título en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas.

RA 1. 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).

RA 2. Confecciona ofertas comerciales de servicios, adaptando los argumentos de venta a las características específicas del servicio propuesto y a las necesidades de cada cliente.

RA 3. 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.

RA 4. 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.

RA 5. Prepara diferentes acciones promocionales de bienes inmuebles, aplicando técnicas de comunicación adaptadas al sector.

RA 6. Desarrolla actividades relacionadas con el proceso de venta de inmuebles, cumplimentando los documentos generados en este tipo de operaciones.

RA7. Desarrolla actividades de tele marketing en situaciones de venta telefónica, captación y fidelización de clientes y atención personalizada, aplicando las técnicas adecuadas en cada caso.

#### **RESULTADOS DE APRENDIZAJE NO COMPLETADOS POR LAS CIRCUNSTANCIA DERIVADAS DEL ESTADO DE ALARMA DURANTE EL CURSO 2019-2020.**

Módulo Procesos de Venta, resultado de aprendizaje no completado:

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

## 4. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE.

En el escenario 1 con rotación de los alumnos y escenario 2, las actividades de enseñanza se realizarán tanto en el aula como fuera de ella, mientras que las pruebas específicas de evaluación serán presenciales. En el escenario 3, tanto las actividades de enseñanza como las pruebas específicas de evaluación serán telemáticas o como disponga la Consejería.

### 4.1. Principios.

La evaluación de este módulo y de sus componentes formativos se realizará a lo largo de todo el proceso de aprendizaje, siguiendo tres fases:

- ✚ Evaluación inicial, al comienzo de cada unidad, para preparar la situación de partida, ajustando los diseños en función de las necesidades. Para llevar a cabo esta tarea haremos uso de la observación a través de diálogos y entrevistas.
- ✚ Evaluación procesual con intención formativa, que se llevará a cabo durante todo el proceso de enseñanza-aprendizaje. Supondrá recoger datos y llevar un seguimiento continuo de las actividades de los alumnos. Se evaluarán procedimientos, conceptos y actitudes.
- ✚ Evaluación final con intención sumativa, al final del proceso, analizando las desviaciones entre los objetivos programados y los resultados obtenidos e intentando buscar solución a los problemas surgidos.

### 4.2. Técnicas.

#### Técnicas para identificación de conocimientos previos.

- ✚ Cuestionarios escritos y cuestionarios con Kahoot!
- ✚ Diálogos.

#### Técnicas para la adquisición de nuevos contenidos:

- ✚ Exposición-presentación de cada una de las unidades.
- ✚ Exploraciones bibliográficas y normativas.
- ✚ Resolución de actividades y casos prácticos.
- ✚ Exposición de los trabajos realizados.
- ✚ Utilización de las nuevas tecnologías de la información.

### 4.3. Instrumentos.

- ✚ Cuaderno del profesor.
- ✚ Listas de control.
- ✚ Escalas de observación.

#### 4.4. Indicadores.

- ✚ Participación en las actividades realizadas en el aula.
- ✚ Asistencia y puntualidad.
- ✚ Respeto hacia los compañeros y profesores.
- ✚ Valoración de sus propios aprendizajes.
- ✚ Desarrollo de la capacidad de análisis y el sentido crítico.

#### 4.5. Criterios comunes y específicos de evaluación.

##### Criterios comunes.

- ✚ Asiste regular y puntualmente a clase.
- ✚ Participa activa y positivamente en las tareas y actividades que se desarrollan en clase y en las actividades complementarias y extraescolares.
- ✚ Muestra interés por el estudio y realiza las tareas cumpliendo los plazos.
- ✚ Es autónomo en la toma de decisiones y es capaz de dar razón de los motivos del propio comportamiento, asumiendo el riesgo que comporta toda decisión.
- ✚ Emplea un vocabulario correcto y adecuado a la situación comunicativa.
- ✚ Se expresa oralmente y por escrito de forma ordenada y clara.
- ✚ Comprende lo que lee y escucha distinguiendo lo esencial de lo secundario.
- ✚ Maneja distintas fuentes de información y sabe seleccionarla de forma crítica, discriminando lo relevante de lo irrelevante.
- ✚ Presenta la información de manera inteligible y ordenada.

##### Criterios específicos.

- ✚ Los recogidos en cada resultado del aprendizaje.

## 5. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.

Los criterios a aplicar para calificar el módulo serán los siguientes.

**Asistencia a clase.** La asistencia a clase es obligatoria.

**Ejercicios.** Al final de cada unidad se plantearán ejercicios y tareas que deberán ser presentados en el plazo señalado, bien individualmente o en grupo.

**Pruebas objetivas.** Las pruebas objetivas consistirán en exámenes con un contenido teórico-práctico restantes en función de los objetivos mínimos exigidos, agrupados por unidades según el siguiente esquema:

	Unidad	Número de pruebas	Valor
1ª EVALUACIÓN	1. La venta de productos industriales.	1 Prueba	50%
	2. La venta de servicios: características.		
	3. La venta de servicios: confección de ofertas comerciales.	1 Prueba	50%
	4. La venta de productos tecnológicos.		
2ª EVALUACIÓN	5. La venta de productos de alta gama.	1 Prueba	50%
	6. La comercialización de inmuebles.		
	7. El proceso de venta de inmuebles.	1 Prueba	50%
	8. Tele marketing.		

### Crterios de calificación para la evaluación continua.

La aplicación del proceso de evaluación continua del alumnado requiere de su asistencia regular a las clases y actividades programadas.

La calificación de cada alumno será sobre la base de:

- La correcta asimilación de las materias impartidas demostrada en las pruebas propuestas.
- Participación e intervención en las cuestiones o polémicas planteadas en clase, por lo que la asistencia es de suma importancia.
- Realización satisfactoria durante el curso de los trabajos propuestos.
- Las pruebas individuales realizadas durante la evaluación.

Las proporciones que intervienen en la calificación son las siguientes:

- Pruebas objetivas: 80%.
- Ejercicios prácticos: 15%.



- Participación y asistencia: 5%.

La nota de las pruebas objetivas de cada evaluación será la media ponderada, con el peso señalado en el cuadro de las pruebas planteadas. Para poder acceder a este cálculo se deberá haber obtenido en cada prueba objetiva un 4/10 como mínimo.

Los alumnos que no realicen los ejercicios prácticos que se indiquen como imprescindibles en cada unidad didáctica no podrán presentarse a las pruebas objetivas (exámenes).

La calificación final de cada evaluación tendrá una cuantificación numérica entre 1 y 10, sin decimales. Serán positivas las comprendidas entre 5 y 10 y negativas las restantes.

La nota final del módulo será la media aritmética sin decimales de las correspondientes a cada evaluación. Estos criterios se aplicarán siempre que todas ellas tuvieran una evaluación positiva. En cualquier otro caso la calificación será negativa.

#### **Criterios de calificación para alumnos con faltas de asistencia superiores al 15%.**

Los alumnos que tengan un número de faltas injustificadas de asistencia a clase igual o superior al 15% (18 horas) del total de horas lectivas del módulo profesional se someterán, al finalizar el curso, a una prueba única que contendrá todos los contenidos programados teórico-prácticos para el presente curso escolar.

La nota final del módulo será en este caso la suma de la prueba con una ponderación del 85%, más los ejercicios prácticos desarrollados a lo largo del curso y participación con una ponderación del 15%.

#### **Recuperación de evaluaciones pendientes.**

Al finalizar la primera evaluación se realizará una prueba de recuperación para el alumnado que no haya superado la materia mediante exámenes parciales. En dicha prueba se evaluarán los contenidos de las cuatro primeras unidades del módulo profesional.

A la finalización del curso se realizará una prueba de recuperación a la que deberán acudir aquellos alumnos que no obtengan calificación positiva en una evaluación. La prueba objetiva incluirá todas las unidades correspondientes a la evaluación no superada.

#### **Recuperación del módulo tras la primera evaluación final.**

Cuando un alumno/a no supere el módulo profesional en la evaluación final ordinaria deberá realizar una prueba de recuperación en el mes de junio en la que se examinará de todos los contenidos del módulo.

Para facilitar la realización de las pruebas de recuperación, se le informará sobre el programa de recuperación que deberá seguir y las actividades que deberá realizar en las pruebas de recuperación.

La nota final del módulo será la suma de la prueba con una ponderación del 85% más las actividades y ejercicios prácticos propuestos con una ponderación del 15%.

Con el fin de facilitar al alumnado la recuperación de los aprendizajes en el módulo profesional no superado, siguiendo los criterios establecidos por el equipo docente, se organizará un programa de recuperación que contendrá las actividades que deberá realizar el alumno/a para superar las dificultades que ocasionaron la calificación negativa del módulo correspondiente.

Este programa incorporará las actividades que el alumnado realizará durante el tercer trimestre del año académico, con docencia directa por parte del profesor responsable del módulo profesional.

**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.

## 6. ASPECTOS CURRICULARES MÍNIMOS PARA SUPERAR EL MÓDULO.

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 tele marketing:

- Concepto de tele marketing.
- Evolución hasta el BPO (business process outsourcing).
- Ventajas y factores de éxito del tele marketing.
- Sectores económicos de desarrollo del tele marketing.
- El profesiograma del tele operador.
- 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 tele marketing.

## 7. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.

Como recursos metodológicos con los que poder aplicar los principios metodológicos anteriormente señalados podemos distinguir entre los personales, materiales y ambientales:

### Personales.

- Explicaciones del profesor de cada uno de los temas.
- Apuntes que el profesor proporcione a los alumnos a lo largo del curso.
- Fotocopias de interés y de procedencia muy variada: artículos, ejercicios, cuadros explicativos, esquemas.

### Materiales.

El libro de texto que se utilizará para la impartición del módulo es el siguiente:

- “Venta técnica”. MARÍA MERCEDES GÓMEZ-CALCERRADA, TERESA NOGUERA VIDAL, CARMEN RUÍZ MOYA Y EMILIA SOLANO GARCÍA. Ed. McGrawhill. Madrid.

### Audiovisuales/ Informáticos.

- A principio de curso se creará un aula en Google Classroom donde se incluirá a todos los alumnos y donde se añadirán vídeos, material complementario, tareas a realizar, etc.
- Cañones de proyección para la proyección de videos relacionados con el tema y software de aplicaciones relacionadas con la materia.
- Equipo informático para la consulta de páginas Web.
- Aplicaciones informáticas como Prezi o Kahoot!

### Ambientales.

- Estructurales o propios del ámbito escolar: aulas de informática y biblioteca.