


	PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DE DEPARTAMENTO: CICLOS FORMATIVOS				
	MD75010204RG	Rev. 0			

PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DE DEPARTAMENTO CICLOS FORMATIVOS

CURSO: 2016 /2017

DEPARTAMENTO

**CICLO
FORMATIVO**

ACTIVIDADES COMERCIALES

PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DE DEPARTAMENTO

Destino

Entregar al Jefe de Estudios

1.- COMPONENTES DEL DEPARTAMENTO Y LIBROS DE TEXTO		
COMPONENTES	PROFESOR	GRUPO Y MÓDULO
	Esther Ruiz de León Lóriga	<p>1º ACTIVIDADES COMERCIALES: Dinamización del punto de venta</p> <p>2º ACTIVIDADES COMERCIALES Comercio Electrónico Servicios de atención Comercial</p>
	M ^{re} Dolores Guerrero Comino	<p>1º ACTIVIDADES COMERCIALES: Técnicas de Almacén Procesos de venta Aplicaciones informáticas para el comercio</p> <p>2º ACTIVIDADES COMERCIALES Gestión de compras</p>
	Alicia Ruiz Ferrón	<p>1º ACTIVIDADES COMERCIALES: Marketing en la actividad Comercial</p> <p>2º ACTIVIDADES COMERCIALES Venta Técnica Gestión pequeño est. Comerc.</p>
LIBROS DE TEXTO UTILIZADOS	<p>1º Act. Comerciales Técnicas de Almacén Editex S.A 1º Act. Comerciales Procesos de Venta Mc Graw hill 2º Actividades comerciales Gestión de Compras Mc Graw hill 1º Actividades comerciales D. del punto de venta Mc Graw hill</p>	

2.- COMPETENCIAS A DESARROLLAR

2.1.- COMPETENCIA GENERAL DEL CICLO FORMATIVO

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

2.2.- UNIDADES DE COMPETENCIA

- Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización.
- Realizar las operaciones auxiliares a la venta.
- Ejecutar las acciones del Servicio de Atención al Cliente/Consumidor /Usuario.
- Impulsar y gestionar un pequeño comercio de calidad.
- Organizar y animar el punto de venta de un pequeño comercio.
- Garantizar la capacidad de respuesta y abastecimiento del pequeño comercio.
- Gestionar y coordinar las operaciones del almacén.

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

- 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.
- o) Resolver de forma responsable las incidencias relativas a su actividad, identificando las causas que las provocan, dentro del ámbito de su competencia y autonomía.
- p) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.
- q) 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.
- r) 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.
- s) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional.
- t) 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.

3.- OBJETIVOS GENERALES

Los objetivos generales de este ciclo formativo 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.

- 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.

4.- ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Alumnos de admisión tardía:

Tal y como está estructurada la admisión de alumnos, este curso al igual que los pasados, se ha dado esta circunstancia en 1º curso. En la medida de lo posible se ha vuelto a explicar la materia, intentando no retrasar al resto del grupo. Tanto el profesorado como el alumnado estamos realizando un esfuerzo para que se incorporen al ritmo general de clase.

LIBRE CONFIGURACIÓN:

Las tres horas de libre configuración, se dedicaran a realizar actividades dirigidas a favorecer el proceso de adquisición de la competencia general, que el título tiene previstas para, servicios de atención comercial, al que se adscribe, en el idioma inglés ya que por las características de la zona este idioma se considera esencial en la actividad comercial. En la programación de servicios de atención comercial se adaptaran los contenidos del mismo para ser impartidos en ambos idiomas.

Con este planteamiento se profundizará en la competencia general del ciclo:

Gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores, realizando el seguimiento de las operaciones, para asegurar el nivel de servicio prestado.

4.1- PLAN DE RECUPERACIÓN DE CONTENIDOS NO SUPERADOS

Los contenidos tratados en una evaluación parcial se evaluarán en exámenes de uno o varios temas, con las actividades realizadas y/ o en su caso con trabajos, si no fueran superados se podrán recuperar en un examen al final de cada trimestre.

Para las evaluaciones:

La nota de cada parcial será la nota obtenida en las actividades más la nota media de las pruebas escritas realizadas en el trimestre (los % asignados a cada una variará según el módulo) que podrán ser presenciales o a través de la plataforma moodle, siempre y cuando la nota sea igual o superior a 4 en la media de los exámenes del parcial y el alumno tenga entregadas y valoradas como satisfactoria o supera lo esperado el 80 % de las actividades. Si en alguno de los exámenes realizados en el parcial o en su recuperación, obtiene una nota inferior a 4 o no tiene entregadas el 80% de las actividades, la calificación que aparecerá en ese parcial será cómo máximo de 4 y tendrá que recuperar todo el parcial en la convocatoria ordinaria.

Tanto en primero como en segundo al final del tercer parcial y segundo parcial se hará un trabajo en común con otros módulos para que el alumno tenga una visión integral de todos los contenidos estudiados durante el curso. Este trabajo será en grupo y se expondrá en el aula. Por este motivo en el tercer y segundo parcial las **actividades** tendrán un valor diferente.

4.2- Para la prueba ordinaria:

Los alumnos con algún parcial pendiente de recuperar podrán presentarse a la prueba ordinaria. Esta prueba se realizará en el mes de junio. La calificación de la evaluación ordinaria es la media de las calificaciones de todos los parciales.

Asimismo, los alumnos de primero que deban ir a la convocatoria de ordinaria con algún parcial pendiente tendrán la obligación de asistir a clase durante el mes de Junio.

Los alumnos que hayan superado todos los parciales, podrán asistir a clase, durante el mes de junio, para subir nota y, realizarán un trabajo general de toda la materia o el examen final de Junio, pudiendo subir hasta un máximo de dos puntos, la media obtenida en los parciales.

Los alumnos de segundo que deban ir a la convocatoria ordinaria con algún parcial pendiente tendrán la obligación de asistir a clase, al menos al 50% de las horas semanales del módulo, desde el 15 de marzo hasta la fecha de la prueba ordinaria de junio, en caso contrario, el profesor podrá optar por no admitirlo al examen.

4.3- Recuperaciones de alumnos con módulos pendientes:

Los alumnos que tengan módulos pendientes del primer curso del ciclo, se matricularán en primero de los módulos pendientes y una vez que los horarios sean definitivos, podrán matricularse de segundo únicamente de los módulos en los que puedan asistir a todas las clases sin coincidencia con las clases de primer curso. La evaluación y la recuperación es la que aparece en los apartados 4.1 y 4.2.

4.4- Alumnos en formación dual empresa/Centro educativo:

Los alumnos de la formación profesional dual:

- Los de primer curso tras haber terminado su formación inicial en el Centro educativo el día 23 de diciembre, se incorporarán a la empresa durante la segunda semana del mes de enero, para continuar su formación en alternancia en la empresa y en el Centro educativo.
- Los de segundo curso tras terminar la formación inicial en el centro educativo a primeros de noviembre se incorporan a la empresa para continuar su formación en alternancia.

Adjunto a esta programación, aparecen las programaciones específicas de cada módulo profesional.

5.- ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES

5.1.- Actividades complementarias:

- Actividades del día de los enamorados.
- Decoración de Navidad

5.2.- Actividades Extraescolares:

- Visita a la zona comercial de Marbella.
- Visita a la zona comercial de Málaga.
- Visita a zonas comerciales de Londres
- Visita a la Semana internacional de la moda de Madrid.
- Visita a la feria de muestras de Marbella.
- Visita zona comercial de Madrid
- Visita la escuela Aritidi en Barcelona

6.- PROPUESTAS DE FORMACIÓN DEL PROFESORADO

6.1.- Grupo de Trabajo:

- Red de calidad ISO 9001:2008
- Aprendizaje cooperativo

6.2.- Formación en Centro:

6.3.- Curso:

6.4.- Otros:

7.- PROYECTOS, PROGRAMAS Y GRUPOS DE TRABAJO

(Se indican aquellos en los que uno o más miembros del Departamento están involucrados o interesados en estarlo)

7.1.- Bilingüismo:

7.2.- Red de calidad ISO 9001:2008:

- Esther Ruiz de León Loriga
- Alicia Ruiz Ferrón
- Dolores Guerrero Comino

7.3.- Escuela Espacio de Paz:

7.4.- Erasmus / Leonardo:

7.5.- Grupo de trabajo:

Aprendizaje cooperativo

7.6.- Otros: Proyecto de formación Profesional dual

- Esther Ruiz de León Loriga
- M^a Dolores Guerrero Comino
- Alicia Ruiz Ferrón

8.- PLAN DE REUNIONES DEL DEPARTAMENTO (El que se fija en el horario al grabarlo en Séneca)

Reuniones, los martes a las 17 horas.

9.- MECANISMOS SEGUIMIENTO PROGRAMACIÓN.

Cada profesor del departamento entrega al final de cada trimestre, el DC75010201 seguimiento de la programación de cada módulo impartido, (documento del sistema de gestión de calidad) y en junio, el jefe/a del departamento, entrega a Jefatura de Estudios, el MD75010303 Memoria final del Departamento, en la cual, también aparece el seguimiento de la programación.