



PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DE MÓDULO

MD75010205RG

Rev. 0

Página 1 de 26



JUNTA DE ANDALUCÍA
CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN

AENOR



Empresa Registrada

UNE-EN ISO 9001



PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DE MÓDULO

CURSO: 2017 /2018

CICLO FORMATIVO

ACTIVIDADES COMERCIALES

MODULO

PROCESO DE VENTAS

TEMPORALIZACIÓN

HORAS ANUALES

HORAS SEMANALES

reales 124

4

PROFESORADO QUE LA IMPARTE

LOLA GUERRERO COMINO

PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA

1.- OBJETIVOS ASOCIADOS AL MÓDULO:

- 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.
- 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.

COMPETENCIAS PROFESIONALES DEL MÓDULO

- 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.- BLOQUES TEMÁTICOS

	Nº	Título Unidad didáctica	Horas	Trimestre		
				1º	2º	3º
	1	LA DECISIÓN DE COMPRA DEL CONSUMIDOR	8	X		
	2	EL VENDEDOR.	8	X		
	7-8	CONTRATOS DE COMPRAVENTA.CONTRATOS AFINES	8	X		
	12	DETERMINACION DEL PRECIO DE VENTA	8	X		
	13	EL INTERÉS EN LAS OPERACIONES COMERCIALES	9	X		
	14	EL DESCUENTO EN LAS OPERACIONES COMERCIALES	9	X		
	3	COMUNICACIÓN Y TÉCNICAS DE VENTA	12		X	
	4	EL DEPARTAMENTO DE VENTAS	13		X	
	5	EL EQUIPO DE VENTAS	13		X	
	6	DESARROLLO DE LA VENTA	12			X
	9	DOCUMENTOS DE FORMALIZACIÓN DE LA VENTA	12			X
	10-11	DOCUMENTOS DE FORMALIZACIÓN DE COBRO Y PAGO	12			X

3. METODOLOGÍA.

A) METODOLOGÍA DIDÁCTICA:

En todas las unidades, se hará una exposición inicial de los contenidos, intentando conseguir la participación de los alumnos, dando respuesta al caso práctico inicial y después realizando actividades.

1. Se comienza la unidad con **una introducción** en la cual indicaremos que queremos aprender con los contenidos de esa unidad de trabajo, los objetivos y la presentación de un guión o esquema de la unidad y como se va a evaluar dicha unidad de trabajo.
2. El profesor explica los contenidos haciendo hincapié en los **puntos más importantes** y resumiendo aquellos aspectos que resultan fundamentales, tanto en los conceptos, como aquellas partes que serán importantes a la hora de las aplicaciones.
3. El profesor plantea las **actividades a realizar**. Esto se puede hacer al final de los contenidos o en paralelo a las explicaciones conceptuales. Se procurará que en las actividades o ejercicios de cálculo más simples los alumnos trabajen de forma individual, pero para los más complejos se podrán agrupar en equipos de trabajo .
4. Los alumnos realizan esas actividades y el profesor actúa como fuente de información, aclara dudas y comprueba el resultado de dichas actividades. Es interesante llevar a cabo **diferentes tipos de actividades**. También será conveniente proponer diferentes tipologías de actividades teóricas, prácticas, de búsqueda o consulta de información, etc.
5. Se repasan los contenidos básicos de la unidad y se explican las presentaciones de trabajos y realización de pruebas o controles correspondientes.
6. Se utilizará la plataforma moodle en la que estarán algunos temas y actividades que el alumno debe realizar.
7. Se realizaran comentarios y trabajos para que el alumno mejore su expresión escrita.
8. Visualización de películas y videos que ilustren lo temas tratados.
9. Se realizaran actividades en las que el alumno deberá hablar en público para mejorar su expresión oral
10. Se realizarán exámenes orales y/o escritos

B) METODOLOGÍA ORIENTADA A LA MEJORA LINGÜÍSTICA

En los casos en los que se perciba que el alumno adquiere los conocimientos pero que tiene dificultades en su expresión escrita, se le realizará un examen oral cuando su nota en el examen escrito y su recuperación sea inferior a 4, y posteriormente se le ayudará a reflejar por escrito sus conocimientos. Se le fomentará la lectura y se le pedirán resúmenes escritos a mano sobre los temas estudiados.

Además según lo acordado por el departamento en la reunión del 13 de octubre de 2015:

- Restar 0,1 punto por cada falta de ortografía en los exámenes realizados durante el curso de tal forma que el alumno preste atención a la hora de escribir en los mismos, los profesores insistirán en este punto durante la realización del examen.
- Se tendrán en cuenta los libros que el alumno lea durante el curso.
- Asimismo los alumnos tendrán que exponer ante el profesor y sus compañeros los trabajos que realicen, para mejorar su expresión oral.

C) METODOLOGÍA ORIENTADA AL APRENDIZAJE COOPERATIVO Y EDUCACIÓN INCLUSIVA.

Se aplicarán técnicas de aprendizaje cooperativo para potenciar el aprendizaje de todos los alumnos y facilitar la participación activa, la integración y la interacción entre ellos. Para llevar a cabo este tipo de aprendizaje los alumnos se distribuirán en pequeños equipos de trabajo para ayudarse y animarse mutuamente a la hora de realizar algunas actividades.

Al principio de curso se realizarán dinámicas que fomenten la cohesión del grupo como:

- Grupo nominal
- La pelota
- La entrevista
- La maleta etc

Posteriormente insistiremos en el trabajo en equipo fomentando la participación equitativa y la interacción entre los estudiantes. Para ello utilizaremos algunas estructuras cooperativas tanto simples como complejas:

- La lectura compartida
- 1-2-4
- Parada de tres minutos
- Lápices al centro
- Rompecabezas
- Grupos de investigación etc
-

D) METODOLOGÍA ORIENTADA A LOS ALUMNOS CON NECESIDADES EDUCATIVAS ESPECIALES

A los alumnos con necesidades educativas especiales se les dará más tiempo para la realización de exámenes y para responder las preguntas orales se les guiará para asegurar que consiguen las competencias profesionales del módulo.

E) METODOLOGÍA ORIENTADA A LA INTERRELACIÓN DE LOS DISTINTOS MÓDULOS

El departamento en la reunión del 8 de septiembre acuerda que determinados contenidos se trabajarán en todos los módulos por considerarlos de suma importancia en el ciclo, estos conceptos son:

- Cálculo y elaboración de una factura
- Descuentos
- Porcentajes
- IVA
- Medios de pago.
- Reglas de tres
- Atención al cliente.
- Actitud en el puesto de trabajo
- Lenguaje adecuado al puesto trabajo

4.- EVALUACIÓN Y RECUPERACIÓN

La evaluación requiere realizar unas observaciones de manera sistemática, que permitan emitir un juicio sobre el rumbo del proceso de enseñanza aprendizaje, los instrumentos utilizados para ello deben ser variados y podrán incluir:

- Preguntas orales en clase.
- Uso de la plataforma moodle.
- Realización, entrega y exposición de cuestiones, ejercicios...
- Asistencia y participación en clase
- Pruebas escritas

- Pruebas orales
- -Modo de enfrentarse a las tareas, refuerzos eficaces, nivel de atención, interés por la materia, motivación, etc

4.1.- VALORACIÓN DE LOS CONTENIDOS

EVALUACIÓN DE CONTENIDOS	PORCENTAJE
ACTIVIDADES	20%
Pruebas escritas	80%

4.2.- MEDIDAS DE RECUPERACIÓN

4.2.a En las evaluaciones.

Los exámenes y recuperaciones serán escritos y/u orales pero si el alumno, no consigue llegar al 4 se le realizará un examen oral en los casos en los que el profesor crea que al alumno le cuesta expresar por escrito sus conocimientos. Estos exámenes orales, se grabarán y subirán a la plataforma moodle. Y se ayudará al alumno a escribir el resultado del mismo para mejorar su expresión escrita.

La nota de cada parcial será la nota obtenida en las actividades (máximo 2 puntos,) más el 80% de la nota media de los exámenes(escritos y orales) realizados en el trimestre que podrán ser presenciales o a través de la plataforma moodle, siempre y cuando la nota sea superior a 4 en cada uno de los exámenes de cada 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 o algún tema en la convocatoria ordinaria. La nota de las recuperaciones será cómo máximo de 5.

4.2.b.- Para convocatoria ordinaria:

Los alumnos con algún parcial pendiente de recuperar podrán presentarse a la prueba ordinaria con la totalidad del parcial o algún tema. Siendo la nota máxima de 5 para los alumnos que recuperen. 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 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 para subir nota y realizarán un trabajo general de toda la materia, pudiendo subir hasta un máximo de dos puntos la media obtenida en los parciales.

4.3.c.-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.

La evaluación de estos alumnos se hará teniendo en cuenta :

- Se supervisan los cuadernos de bitácora de los alumnos y se contrastan con el programa formativo para comprobar que el alumno ha recibido la formación acordada.
- La valoración mensual del tutor laboral, el informe del coordinador docente y el informe trimestral que la empresa cumplimentará, donde constan los módulos implicados y los criterios de evaluación de cada una de las actividades y su concreción, en el cual reflejará una valoración de cada actividad de forma que determine si es: Deficiente, Apenas Aceptable, Regular, Buena y Muy Buena u Óptima.
- Se elaborará una calificación sobre el informe trimestral de evaluación de la empresa que tendrá un valor del 90% en la calificación de cada parcial, y que responderá al siguiente criterio Deficiente: 1-2, Apenas aceptable: 3-4, bien: 5-6, muy bien: 7-8 Óptimo: 9-10 (Se hará una media aritmética de las actividades de cada módulo que configurarán la nota del parcial)
- Las actividades complementarias realizadas en el centro educativo tendrán un valor del 10%. Y será

necesario que el alumno dual como el resto de los alumnos tenga entregadas y valoradas como SP o S el 80% de las actividades, para aprobar el módulo, en caso contrario la nota que aparecerá será de un 4. En resumen, la calificación del parcial estará formada por el 90% del informe trimestral de la empresa más el 10% de las actividades complementarias elaboradas por los responsables del Centro Educativo.

4.3.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Los criterios de evaluación van relacionados con los resultados de aprendizaje de la siguiente manera:

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
1. Identifica el proceso de decisión de compra del consumidor y/o usuario, analizando los factores que inciden en el mismo y las tipologías de clientes.	<p>a) Se han identificado los tipos de consumidores, diferenciando el consumidor final o particular y el industrial u organizacional.</p> <p>b) Se ha definido el contenido y los aspectos que comprende el estudio del comportamiento del consumidor y/o usuario.</p> <p>c) Se han definido y clasificado las necesidades del consumidor, teniendo en cuenta el orden jerárquico que se establece a la hora de satisfacerlas.</p> <p>d) Se han clasificado las compras, atendiendo al comportamiento racional o impulsivo del consumidor y/o usuario.</p> <p>e) Se han identificado las fases del proceso de compra del consumidor final, analizando los factores que determinan su complejidad y duración.</p> <p>f) Se han analizado los determinantes internos y externos que influyen en el proceso de decisión de compra de los consumidores y/o usuarios.</p> <p>g) Se han identificado las fases del proceso de compra del consumidor industrial, comparando el proceso con el del consumidor final.</p> <p>h) Se han caracterizado las tipologías de clientes, atendiendo a su comportamiento de compra, su personalidad y sus motivaciones de compra</p>
2. Define las funciones, conocimientos y perfil de los vendedores, analizando las necesidades de formación, motivación y remuneración del equipo de ventas.	<p>a) Se han establecido las funciones y responsabilidades de los vendedores en la venta personal.</p> <p>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.</p> <p>c) Se ha definido el perfil del vendedor profesional, analizando las cualidades personales, habilidades profesionales y conocimientos que debe tener un buen vendedor.</p> <p>d) Se han descrito distintos puestos de trabajo de ventas y el perfil de los vendedores más adecuados para los mismos.</p> <p>e) Se han determinado las necesidades de formación, perfeccionamiento y reciclaje del equipo de vendedores.</p> <p>f) Se ha definido el contenido del programa de formación y perfeccionamiento de los vendedores.</p>

	<p>g) Se ha valorado la importancia de la motivación de los vendedores analizando los principales factores motivadores.</p> <p>h) Se han identificado los sistemas de retribución de los vendedores más habituales.</p>
<p>3. Organiza el proceso de venta, definiendo las líneas de actuación del vendedor, de acuerdo con los objetivos fijados en el plan de ventas</p>	<p>a) Se han identificado las funciones del departamento de ventas de una empresa y las responsabilidades del director de ventas.</p> <p>b) Se han diferenciado las formas de organización del departamento de ventas por zonas geográficas, por productos y por clientes, entre otras.</p> <p>c) Se ha calculado el número de vendedores que se requieren para cumplir los objetivos del plan de ventas de la empresa.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>f) Se han aplicado técnicas de prospección de clientes, atendiendo a las características del producto/servicio ofertado.</p> <p>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.</p> <p>h) Se han planificado las visitas a clientes, aplicando las rutas de ventas que permiten optimizar los tiempos del vendedor y reducir los costes.</p>
<p>4. Desarrolla entrevistas con supuestos clientes, utilizando técnicas de venta, negociación y cierre adecuadas, dentro de los límites de actuación establecidos por la empresa.</p>	<p>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).</p> <p>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.</p> <p>c) Se ha preparado el material de apoyo y la documentación necesaria.</p> <p>d) Se ha realizado la presentación y demostración del producto, utilizando técnicas de venta adecuadas para persuadir al cliente.</p> <p>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.</p> <p>f) Se han utilizado técnicas de comunicación verbal y no verbal en situaciones de venta y relación con el cliente.</p> <p>g) Se ha planificado la negociación de los aspectos y condiciones de la operación que pueden ser objeto de negociación.</p> <p>h) Se han utilizado técnicas para lograr el cierre de la venta y obtener el pedido</p>

<p>5. Formaliza los contratos de compraventa y otros contratos afines, analizando las cláusulas más habituales de acuerdo con la normativa vigente.</p>	<p>a) Se ha interpretado la normativa que regula los contratos de compraventa.</p> <p>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.</p> <p>c) Se ha cumplimentado el contrato de compraventa en el que se recogen los acuerdos entre vendedor y comprador, utilizando un procesador de textos.</p> <p>d) Se ha interpretado la normativa que regula el contrato de compraventa a plazos y los requisitos que se exigen para su formalización.</p> <p>e) Se ha caracterizado el contrato de ventas en consignación analizando los casos en que procede su formalización.</p> <p>f) Se ha caracterizado el contrato de suministro, analizando los supuestos en los que se requiere para el abastecimiento de materiales y servicios.</p> <p>g) Se han analizado los contratos de leasing y renting como alternativas de adquisición y financiación del inmovilizado de la empresa.</p>
<p>6. Gestiona la documentación comercial y de pago/cobro de las operaciones de compraventa, cumplimentando los documentos necesarios.</p>	<p>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.</p> <p>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)</p> <p>c) Se han identificado las distintas formas de pago, analizando el procedimiento y la documentación necesaria en cada caso.</p> <p>d) Se han diferenciado los medios de pago al contado de los aplazados.</p> <p>e) Se han comparado los medios y formas de pago, analizando las ventajas y desventajas en términos de coste, seguridad y facilidad de uso.</p> <p>f) Se ha cumplimentado la documentación correspondiente a los diferentes medios de pago.</p> <p>g) Se han cumplimentado cheques, letras de cambio, pagarés y demás documentación correspondiente a los diferentes medios de pago.</p> <p>h) Se ha identificado la documentación correspondiente a las operaciones de endoso, aval y gestión de cobro de medios de pago</p>
<p>7. Determina los precios y el importe de las operaciones, aplicando el cálculo comercial en los procesos de venta.</p>	<p>a) Se ha calculado el precio de venta del producto, aplicando un cierto margen comercial expresado en forma de porcentaje del precio de coste.</p> <p>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.</p> <p>c) Se ha determinado el importe total de una operación de venta, aplicando los descuentos y gastos acordados y el IVA correspondiente.</p> <p>d) Se ha calculado el interés de diferentes operaciones,</p>

	<p>definiendo las variables que lo determinan y aplicando un determinado tipo de interés.</p> <p>e) Se ha calculado el descuento de diferentes operaciones, aplicando un determinado tipo de descuento.</p> <p>f) Se ha calculado el descuento y el efectivo resultante de una remesa de efectos.</p> <p>g) Se han cumplimentado facturas de negociación de efectos comerciales, aplicando un determinado tipo de descuento y la correspondiente comisión</p>
--	---

4.4.- PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

a) PRUEBAS ESCRITAS/ORALES

Algunos exámenes pueden ser de forma oral si la dinámica del grupo así lo permite y en los casos en los que se perciba que el alumno adquiere los conocimientos pero que tiene dificultades en su expresión escrita, se le realizará un examen oral cuando su nota en el examen escrito y su recuperación sea inferior a 4, y posteriormente se le ayudará a reflejar por escrito sus conocimientos

Las pruebas escritas que podrán ser presenciales o no (a través de la plataforma Moodle) formarán el 80% de la nota de la evaluación. Estarán formadas por preguntas de razonamiento en las que el alumno tendrá que relacionar los contenidos de cada tema y preguntas concretas referidas al tema, así como el valor de minoración de las faltas de ortografía (0,1 por cada falta de ortografía hasta un máximo de 2 puntos).

b) ASISTENCIA A CLASE

Según el R.O.F. de este Centro, el alumnado tendrá derecho a ser evaluado siempre que asista a clase un mínimo del 80% del total de horas lectivas del módulo.

En el caso de que la asistencia del alumno/a sea inferior al establecido de forma injustificada, dicho alumno perderá el derecho a la evaluación continua por parciales y se le calificará en los distintos parciales como máximo, con un cuatro o no apto.

c) COMPORTAMIENTO

Un comportamiento inadecuado por parte de los alumnos/as, falta de interés, falta de participación en clase, no trabajar en clase ni en casa, así como no traer a clase el material escolar, llevará consigo la toma de medidas disciplinarias, que pueden llegar si la conducta persiste a la expulsión de clase, en cuyo caso se reflejará como falta de asistencia, con las consecuencias que aparecen en el punto anterior.

d) ACTIVIDADES

Las actividades realizadas en clase o a través de la plataforma moodle tendrán un valor conjunto de hasta 2 puntos. Dependiendo del número de actividades realizadas la valoración cambiará, por ejemplo si en un parcial se realizan 10 actividades cada una de ellas tendrá un valor de 0,2, puntos si está valorada como que supera lo esperado, 0,15 si es valorada como satisfactoria y 0 si es no satisfactoria.

4.5.- CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

4.5.- CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Los criterios de calificación son los descritos en el apartado 4.1 y desarrollados en los apartados siguientes.

- En cada una de las pruebas escritas constará siempre la forma de calificar y la valoración de cada una de las preguntas y partes del examen.
- En todas las pruebas escritas las faltas de ortografía restan 0,1 por cada una de ellas, hasta un máximo de 2 puntos.
- Una nota con decimales igual o superior a $_ ,5$ se redondeará hacia arriba de tal modo que 4,5 equivale en la evaluación a 5.
- Las pruebas orales serán grabadas con el consentimiento del alumno y subidas por el mismo a la plataforma





moodle, donde serán calificadas por el profesor.

5.- MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.

- Texto “Proceso de Ventas ” Editex
- Proyector de aula. Ordenadores y conexión a internet
- Aplicaciones informáticas.
- Prensa y revistas especializadas.
- Normativa vigente.
- Mobiliario y material de oficina.
Vídeos y películas

6. PREVENCIÓN RIESGOS LABORALES

(Para aquellos departamentos de Familia Profesional con módulos donde esto se justifique)

	PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DE MÓDULO					
	MD75010205RG	Rev. 0	Página 13 de 26			

7.- PROGRAMACIÓN DE AULA. RELACIÓN SECUENCIADA DE LAS UNIDADES DE TRABAJO						
EVALUACIÓN PRIMERA			OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
TOTAL HORAS PRIMERA EVALUACIÓN: 50						
UNIDAD DIDÁCTICA Nº 1 La decisión de compra del consumidor			La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales c), d), e), q), r), s), t), u), v), w), x) e y) del ciclo formativo	RA1 Identifica el proceso de decisión de compra del consumidor y/o usuario, analizando los factores que inciden en el mismo y las tipologías de clientes..	c), m), n), ñ), o), p), q), r) y s)	a),b),c),d),e), f) g),h)
CONTENIDOS: <ul style="list-style-type: none"> • Introducción: Tipos de consumidores. ¿Quiénes constituyen el mercado? • Estudio del comportamiento del consumidor ¿Qué productos se compran y por qué? • Las necesidades del consumidor. ¿Por qué se compra? • Tipos de compras según el comportamiento del consumidor • El proceso de decisión de compra del consumidor final • La rejilla de clientes • Tipología de clientes 						
Nº horas teóricas: 4	Nº horas prácticas: 4	Total horas UD1: 8				
ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN						
<ul style="list-style-type: none"> - Introducción del tema. ¿Qué queremos aprender? Objetivos del tema. Esquema - Lectura y explicación del tema, debate de los contenidos. Videos explicativos para reforzar los contenidos - Realización y corrección actividades individuales - Es básico que el alumno sea consciente de que el trato al cliente está ligado al comportamiento del mismo, y que es indispensable identificar las necesidades del cliente, así como su tipología para poder desempeñar correctamente la labor de vendedor. 						

- Se recomienda realizar las actividades propuestas con el fin de que el alumno tenga muy claras las tipologías de clientes para afrontar las unidades siguientes.
- Finalización del tema, realización de esquemas y actividades individuales.

7.- PROGRAMACIÓN DE AULA. RELACIÓN SECUENCIADA DE LAS UNIDADES DE TRABAJO						
EVALUACIÓN PRIMERA			OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
TOTAL HORAS PRIMERA EVALUACIÓN: 50						
UNIDAD DIDÁCTICA Nº 2 El vendedor			La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales c), d), e), q), r), s), t), u), v), w), x) e y) del ciclo formativo	RA2. Define las funciones, conocimientos y perfil de los vendedores, analizando las necesidades de formación, motivación y remuneración del equipo de ventas	c), m), n), ñ), o), p), q), r) y s)	a),b),c),d),e), f) g),h)
CONTENIDOS: <ul style="list-style-type: none"> • Introducción. El vendedor, concepto y funciones • Tipos de vendedores • El perfil del vendedor profesional • Conocimientos de un vendedor • El manual del vendedor • Formación de los vendedores • Sistemas de remuneración de los vendedores • Motivación de los vendedores 						
Nº horas teóricas: 4	Nº horas prácticas: 4	Total horas UD1: 8				
ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN						
<ul style="list-style-type: none"> - Introducción del tema. ¿Qué queremos aprender? Objetivos del tema. Esquema - Lectura y explicación del tema, debate de los contenidos. Videos explicativos para reforzar los contenidos - Realización y corrección actividades individuales - realizar las actividades propuestas con el fin de que el alumno tenga muy claras las relaciones cliente-vendedor y su papel en el desarrollo de la venta 						

- simular diálogos de venta entre compañeros, para ajustar el comportamiento formal que ha de tener un vendedor frente a diferentes tipos de cliente –
- Finalización del tema, realización de esquemas y actividades individuales.

7.- PROGRAMACIÓN DE AULA. RELACIÓN SECUENCIADA DE LAS UNIDADES DE TRABAJO					
EVALUACIÓN PRIMERA		OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
TOTAL HORAS PRIMERA EVALUACIÓN: 50					
<p align="center">UNIDAD DIDÁCTICA Nº 7-8 Contratos de compraventa y afines</p> <p>CONTENIDOS:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción 2. El contrato. Requisitos y características 3. Tipos de contratos 4. Normativa que regula la compraventa. Compraventa Civil y Compraventa Mercantil 5. Derechos y obligaciones del vendedor y del comprador 6. Clausulado general de un contrato de compraventa 7. El contrato de compraventa a plazos 8. El contrato de suministro El contrato estimatorio o de “ventas de consignación” El contrato de transporte 9. El contrato de seguro Contratos de arrendamiento mercantil. Leasing y renting Los contratos de factoring y de forfaiting 		<p>La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales c), d), e), q), r), s), t), u), v), w), x) e y) del ciclo formativo</p>	<p>RA5. Formaliza los contratos de compraventa y otros contratos afines, analizando las cláusulas más habituales de acuerdo con la normativa vigente.</p>	<p>c), m), n), ñ), o), p), q), r) y s)</p>	<p>a),b),c),d),e), f) g)</p>
Nº horas teóricas: 4	Nº horas prácticas: 4	Total horas UD1: 8			
ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN					

- Introducción del tema. ¿Qué queremos aprender? Objetivos del tema. Esquema
- Lectura y explicación del tema, debate de los contenidos. Videos explicativos para reforzar los contenidos
- Realización y corrección actividades individuales
- determinar claramente qué requisitos. Asimismo, se aprenderá a diferenciar en qué caso una compraventa es civil y en qué casos es mercantil a partir de las normativas que las definen
- En la confección de los contratos, se partirá de la estructura general explicada para todos los contratos
- uso del procesador de textos como una plantilla adaptable a cada contrato para ahorrar tiempo, tanto en el contrato de compraventa como en el contrato de compraventa a plazos.
- Finalización del tema, realización de esquemas y actividades individuales.

7.- PROGRAMACIÓN DE AULA. RELACIÓN SECUENCIADA DE LAS UNIDADES DE TRABAJO					
EVALUACIÓN PRIMERA		OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
TOTAL HORAS PRIMERA EVALUACIÓN: 50					
<p align="center">UNIDAD DIDÁCTICA Nº 12 Determinación del precio de venta</p> <p>CONTENIDOS:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción. 2. Determinación del precio de venta al público. Elementos del precio: precio de coste, margen y precio de venta. Determinación del precio de venta en bienes y servicios de producción y de consumo. 3. Cálculo del importe total de una operación: conceptos. 4. Cálculo del importe de operaciones comerciales en moneda extranjera: conceptos básicos, cálculo del importe en operaciones en moneda extranjera, términos y operativas. 		<p>La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales c), d), e), q), r), s), t), u), v), w), x) e y) del ciclo formativo</p>	<p>RA7 Determina los precios y el importe de las operaciones, aplicando el cálculo comercial en los procesos de venta.</p>	<p>c), m), n), ñ), o), p), q), r) y s)</p>	<p>a),b),c),d),e), f), g)</p>
Nº horas teóricas: 4	Nº horas prácticas: 4	Total horas UD1: 8			
ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN					

- Introducción del tema. ¿Qué queremos aprender? Objetivos del tema. Esquema
- Lectura y explicación del tema, debate de los contenidos. Videos explicativos para reforzar los contenidos
- Realización y corrección actividades individuales
- realizar el proceso de cálculo del precio de venta al público, determinando los elementos del precio, y márgenes.
- De igual modo, se realizarán los cálculo del importe total de una operación y en operaciones en moneda extranjera utilizando sus términos y operativa. comerciales, la gestión de impagados y el uso de los medios de pago electrónicos.
- Finalización del tema, realización de esquemas y actividades individuales.

7.- PROGRAMACIÓN DE AULA. RELACIÓN SECUENCIADA DE LAS UNIDADES DE TRABAJO					
EVALUACIÓN PRIMERA		OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
TOTAL HORAS SEGUNDA EVALUACIÓN: 50					
UNIDAD DIDÁCTICA Nº 13 El interés en las operaciones comerciales CONTENIDOS: <ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción. El concepto de interés 2. Aplicación del interés en las operaciones comerciales 3. El interés en las operaciones bancarias 4. Interés simple e interés compuesto 5. Cálculo del interés simple 6. Métodos abreviados para el cálculo del interés de varios capitales al mismo tipo de interés y diferentes periodos de tiempo 		La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales c), d), e), q), r), s), t), u), v), w), x) e y) del ciclo formativo	RA7 Determina los precios y el importe de las operaciones, aplicando el cálculo comercial en los procesos de venta	c), m), n), ñ), o), p), q), r) y s)	a),b),c),d),e), f), g)
Nº horas teóricas: 4	Nº horas prácticas: 5	Total horas UD1: 9			
ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN					
<ul style="list-style-type: none"> - Introducción del tema. ¿Qué queremos aprender? Objetivos del tema. Esquema - Lectura y explicación del tema, debate de los contenidos. Videos explicativos para reforzar los contenidos - Realización y corrección actividades individuales - es básico que el alumno diferencie la aplicación del interés en las operaciones comerciales de la aplicación del interés en las operaciones bancarias. A pesar de ser el mismo concepto teórico, las situaciones de aplicación son diversas y su operativa también. 					

- Finalización del tema, realización de esquemas y actividades individuales.

7.- PROGRAMACIÓN DE AULA. RELACIÓN SECUENCIADA DE LAS UNIDADES DE TRABAJO					
EVALUACIÓN PRIMERA		OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
TOTAL HORAS SEGUNDA EVALUACIÓN: 50					
<p align="center">UNIDAD DIDÁCTICA Nº 14 El descuento en las operaciones comerciales</p> <p>CONTENIDOS:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción 2. Concepto de descuento. Descuento comercial y descuento racional 3. Negociación de efectos comerciales. Cálculo del descuento y del efectivo resultante de una remesa de efectos 4. Sustitución de deudas. Vencimiento medio y vencimiento común 		<p>La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales c), d), e), q), r), s), t), u), v), w), x) e y) del ciclo formativo</p>	<p>RA7. Determina los precios y el importe de las operaciones, aplicando el cálculo comercial en los procesos de venta.</p>	<p>c), m), n), ñ), o), p), q), r) y s)</p>	<p>a),b),c),d),e), f), g)</p>
Nº horas teóricas: 4	Nº horas prácticas: 5	Total horas UD1: 9			
ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN					
<ul style="list-style-type: none"> - Introducción del tema. ¿Qué queremos aprender? Objetivos del tema. Esquema - Lectura y explicación del tema, debate de los contenidos y realización de actividades - es básico que el alumno comprenda el descuento comercial y racional en el contexto de las operaciones financieras, más allá de la aplicación comercial, puesto que se estudia la aplicación en las operaciones de descuento de efectos, en la que se busca la obtención de capital de forma avanzada a un vencimiento acordado. - El alumno deberá diferenciar claramente las dos principales operaciones a las que se somete un efecto comercial, la gestión de cobro y la negociación, por su 					

- naturaleza distinta y por su diferente operatividad.
- Finalización del tema, realización de esquemas y actividades individuales.

7.- PROGRAMACIÓN DE AULA. RELACIÓN SECUENCIADA DE LAS UNIDADES DE TRABAJO				
EVALUACIÓN SEGUNDA	OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
TOTAL HORAS SEGUNDA EVALUACIÓN: 38				
UNIDAD DIDÁCTICA Nº 3				
Comunicación Y Técnicas de Venta				
CONTENIDOS:				
<ul style="list-style-type: none"> • El proceso de comunicación • La comunicación verbal. La comunicación presencial y no presencial • La comunicación y la expresión escrita • La comunicación no verbal • Los mensajes no verbales • La venta, concertación y preparación de la visita • Conocimiento del cliente • Concertación y preparación de la visita • Toma de contacto y presentación. Las objeciones del cliente • El cierre de la venta. Seguimiento de la venta • Los servicios posventa. 				
Herramientas de gestión de las relaciones con clientes, CRM (Customer Relationship Management)				
Nº horas teóricas:5	Nº horas prácticas: 7	Total horas UD1: 12		
ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN				
	La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales c), d), e), q), r), s), t), u), v), w), x) e y) del ciclo formativo	RA3 Organiza el proceso de venta, definiendo las líneas de actuación del vendedor, de acuerdo con los objetivos fijados en el plan de ventas	c), m), n), ñ), o), p), q), r) y s)	a),b),c),d),e), f) g),h)

- Introducción del tema. ¿Qué queremos aprender? Objetivos del tema. Esquema
- Lectura y explicación del tema, debate de los contenidos y realización de actividades
- realizar las actividades propuestas con el fin de que el alumno tenga muy claras las relaciones cliente-vendedor y su papel en el desarrollo de la venta.
- simular diálogos de venta entre compañeros, para ajustar el comportamiento formal que ha de tener un vendedor frente a diferentes tipos de cliente, a diferentes situaciones o contextos comunicativos
- Finalización del tema, realización de esquemas y actividades individuales.

7.- PROGRAMACIÓN DE AULA. RELACIÓN SECUENCIADA DE LAS UNIDADES DE TRABAJO					
EVALUACIÓN SEGUNDA		OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
TOTAL HORAS SEGUNDA EVALUACIÓN: 38					
UNIDAD DIDÁCTICA Nº 4 El departamento de ventas CONTENIDOS: <ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción 2. El departamento de ventas. Funciones 3. Funciones del director de ventas 4. Planificación de las ventas. Objetivos 5. Factores que condicionan la organización del departamento de ventas 6. Estructura organizativa del departamento de ventas 		La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales c), d), e), q), r), s), t), u), v), w), x) e y) del ciclo formativo	RA3. Organiza el proceso de venta, definiendo las líneas de actuación del vendedor, de acuerdo con los objetivos fijados en el plan de ventas.	c), m), n), ñ), o), p), q), r) y s)	a),b),c),d),e), f), g),h)
Nº horas teóricas: 6	Nº horas prácticas: 7	Total horas UD1: 13			
ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN					
<ul style="list-style-type: none"> - Introducción del tema. ¿Qué queremos aprender? Objetivos del tema. Esquema - Lectura y explicación del tema, debate de los contenidos. Videos explicativos para reforzar los contenidos - Realización y corrección actividades individuales - se organiza y se determina la estructura del departamento, siempre bajo la supervisión y bajo la responsabilidad del director de ventas. - El director de ventas, responsable de los objetivos y de la planificación para obtenerlos, se estudia como elemento de decisión de cualquier variable que afecta al funcionamiento del departamento. Desde la aplicación de las funciones que tiene atribuidas, se analizan los condicionantes que afectan a la decisión de cómo 					

- organizar el departamento para asumir los diferentes objetivos planteados..
- Finalización del tema, realización de esquemas y actividades individuales.

7.- PROGRAMACIÓN DE AULA. RELACIÓN SECUENCIADA DE LAS UNIDADES DE TRABAJO						
EVALUACIÓN SEGUNDA			OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
TOTAL HORAS SEGUNDA EVALUACIÓN: 38						
<p align="center">UNIDAD DIDÁCTICA Nº 5 El equipo de ventas</p> <p>CONTENIDOS:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El equipo de ventas. Concepto 2. Determinación del tamaño del equipo de ventas 3. Delimitación de las zonas de venta y asignación a los vendedores 4. Planificación de las visitas a clientes. Tipos y frecuencia 5. Diseño de las rutas de ventas 6. Elaboración del programa de ventas y líneas de actuación de los vendedores 			<p>La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales c), d), e), q), r), s), t), u), v), w), x) e y) del ciclo formativo</p>	<p>RA4. Desarrolla entrevistas con supuestos clientes, utilizando técnicas de venta, negociación y cierre adecuadas, dentro de los límites de actuación establecidos por la empresa.</p>	<p>c), m), n), ñ), o), p), q), r) y s) .</p>	<p>a),b),c),d),e), f) g),h)</p>
Nº horas teóricas: 6	Nº horas prácticas: 7	Total horas UD1: 13				
ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN						
<ul style="list-style-type: none"> - Introducción del tema. ¿Qué queremos aprender? Objetivos del tema. Esquema - Lectura y explicación del tema, debate de los contenidos. Videos explicativos para reforzar los contenidos - Realización y corrección actividades individuales - número de vendedores que tiene un departamento de ventas es el fruto de un estudio y cálculo en función de la tipología de clientes que tiene la empresa y en función de los recursos de los que dispone. - Para ello, el número de visitas y el tiempo que se dedica a cada una es determinad por la experiencia y por las características de la zona que el vendedor tiene asignada, dentro siempre del cumplimiento del programa de ventas y de la línea de actuación del vendedor. 						

- Finalización del tema, realización de esquemas y actividades individuales.

7.- PROGRAMACIÓN DE AULA. RELACIÓN SECUENCIADA DE LAS UNIDADES DE TRABAJO						
EVALUACIÓN TERCERA			OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
TOTAL HORAS TERCERA EVALUACIÓN: 36						
UNIDAD DIDÁCTICA N°6 Desarrollo de la venta			La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales c), d), e), q), r), s), t), u), v), w), x) e y) del ciclo formativo	RA4. Desarrolla entrevistas con supuestos clientes, utilizando técnicas de venta, negociación y cierre adecuadas, dentro de los límites de actuación establecidos por la empresa.	c), m), n), ñ), o), p), q), r) y s) .	a),b),c),d),e), f) g),h)
CONTENIDOS: <ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción 2. El proceso de venta 3. La prospección de clientes 4. Preparación de la venta 5. Elaboración del argumentario de ventas 						
Nº horas teóricas: 5	Nº horas prácticas: 7	Total horas UD1: 13				
ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN						
<ul style="list-style-type: none"> - Introducción del tema. ¿Qué queremos aprender? Objetivos del tema. Esquema - Lectura y explicación del tema, debate de los contenidos. Videos explicativos para reforzar los contenidos - Realización y corrección actividades individuales - Ver la presentación como la culminación de todo un proceso estudiado y dentro de una estructura que determina y da forma a dicha presentación. - el alumno debe aprender a resaltar las ventajas que el producto le ofrece al cliente adaptando cada presentación al tipo de cliente y a las circunstancias en las que se realiza la presentación. 						

- Finalización del tema, realización de esquemas y actividades individuales.

7.- PROGRAMACIÓN DE AULA. RELACIÓN SECUENCIADA DE LAS UNIDADES DE TRABAJO					
EVALUACIÓN TERCERA		OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
TOTAL HORAS TERCERA EVALUACIÓN: 36					
UNIDAD DIDÁCTICA Nº 9 Documentos de formalización de la venta CONTENIDOS: <ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción 2. Confección, registro y archivo de documentos 3. Documentación comercial generada en las ventas 4. Formalización del pedido en las ventas a distancia 5. El albarán 6. La factura 		La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales c), d), e), q), r), s), t), u), v), w), x) e y) del ciclo formativo	RA6. Gestiona la documentación comercial y de pago/cobro de las operaciones de compraventa, cumplimentando los documentos necesarios.	c), m), n), ñ), o), p), q), r) y s) .	a),b),c),d),e), f), g),h)
Nº horas teóricas: 5	Nº horas prácticas: 7	Total horas UD1: 12			
ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN					
<ul style="list-style-type: none"> - Introducción del tema. ¿Qué queremos aprender? Objetivos del tema. Esquema - Lectura y explicación del tema, debate de los contenidos. Videos explicativos para reforzar los contenidos - Realización y corrección actividades individuales - realizar el proceso de confección, registro y archivo de documentos, así como de identificar la documentación comercial generada en las ventas. - formalización del pedido en las ventas a distancia y la redacción tanto de los distintos tipos de albaranes como de facturas, calculando la base imponible y las cuotas de IVA y Recargo de Equivalencia. 					

- Finalización del tema, realización de esquemas y actividades individuales.

7.- PROGRAMACIÓN DE AULA. RELACIÓN SECUENCIADA DE LAS UNIDADES DE TRABAJO				
EVALUACIÓN TERCERA	OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
TOTAL HORAS TERCERA EVALUACIÓN: 36				
<p>UNIDAD DIDÁCTICA Nº 10-11 Documentos de formalización de cobro y pago</p> <p>CONTENIDOS:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción 2. El cobro de la venta 3. Documentos de cobro y pago: cobro al contado 4. La transferencia bancaria: personas que intervienen y tipos 5. El pago en efectivo: ventajas e inconvenientes 5. Introducción 6. La Ley Cambiaria y del Cheque 7. La letra de cambio: personas que intervienen, pago, vencimiento y cumplimentación 8. El pagaré: su cumplimentación 9. Operaciones asociadas a los medios de pago: endoso y aval 10. Gestión de cobro y negociación de efectos comerciales: características y operativa 11. Gestión de impagados: marco jurídico 12. Medios de pago electrónicos: tarjetas electrónicas y transferencias bancarias 	<p>La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales c), d), e), q), r), s), t), u), v), w), x) e y) del ciclo formativo</p>	<p>RA6. Gestiona la documentación comercial y de pago/cobro de las operaciones de compraventa, cumplimentando los documentos necesarios.</p>	<p>c), m), n), ñ), o), p), q), r) y s)</p>	<p>a),b),c),d),e), f), g),h)</p>

Nº horas teóricas: 5	Nº horas prácticas: 7	Total horas UD1: 12				
ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN						
<ul style="list-style-type: none"> - Introducción del tema. ¿Qué queremos aprender? Objetivos del tema. Esquema - Lectura y explicación del tema, debate de los contenidos. Videos explicativos para reforzar los contenidos - Realización y corrección actividades individuales - realizar el proceso de confección, registro y archivo de documentos, así como de identificar la documentación comercial generada en las ventas. - formalización del pedido en las ventas a distancia y la redacción tanto de los distintos tipos de albaranes como de facturas, calculando la base imponible y las cuotas de IVA y Recargo de Equivalencia. - realizar el análisis de .la ley cambiaria y del cheque, así como identificar los documentos de cobro y pago: letra de cambio y pagaré; y las operaciones asociadas a esos medios de pago: endoso y aval. - se estudian las características de la gestión de cobro y negociación de efectos comerciales, la gestión de impagados y el uso de los medios de pago electrónicos. - Finalización del tema, realización de esquemas y actividades individuales. 						

ANEXO I : ALUMNOS EN FORMACIÓN DUAL

MÓDULO PROFESIONAL DE PROCESO DE VENTAS		
FORMACIÓN INICIAL		
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
1. Identifica el proceso de decisión de compra del Consumidor y/o usuario, analizando los factores que inciden en el mismo y las tipologías de clientes.	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.	a),b),c),d),e),f),h)
2. Define las funciones, conocimientos y perfil de los vendedores, analizando las necesidades de formación, motivación y remuneración del equipo de ventas.	Definir las funciones, conocimientos y perfil de los vendedores, analizando las necesidades de formación, motivación y remuneración del equipo de ventas.	a),b),c),d),e),f),h)
5. Formaliza los contratos de compraventa y otros	Formalizar los contratos de compraventa y otros contratos	a),b),c),d),e),f),g)

Destino del documento | Entregar al Jefe de Departamento

contratos afines, analizando las cláusulas más habituales de acuerdo con la normativa vigente.	afines, analizando las cláusulas más habituales de acuerdo con la normativa vigente.	
7. Determina los precios y el importe de las operaciones, aplicando el cálculo comercial en los procesos de venta.	Determinar los precios y el importe de las operaciones, aplicando el cálculo comercial en los procesos de venta.	a),b),c),d),e),f),g)
FORMACIÓN EN ALTERNANCIA EN LA EMPRESA:		
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
1. Identifica el proceso de decisión de compra del Consumidor y/o usuario, analizando los factores que inciden en el mismo y las tipologías de clientes.	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.	a),b),c),d),e),f),h)
3. Organiza el proceso de venta, definiendo las líneas de actuación del vendedor, de acuerdo con los objetivos fijados en el plan de ventas	Organizar el proceso de venta, definiendo las líneas de actuación del vendedor, de acuerdo con los objetivos fijados en el plan de ventas	a),b),c),d),e),f),g),h)
4. Desarrolla entrevistas con supuestos clientes, utilizando técnicas de venta, negociación y cierre adecuadas, dentro de los límites de actuación establecidos por la empresa.	Desarrollar entrevistas con supuestos clientes, utilizando técnicas de venta, negociación y cierre adecuadas, dentro de los límites de actuación establecidos por la empresa.	a),b),c),d),e),f),g),h)
6. Gestiona la documentación comercial y de pago/cobro de las operaciones de compraventa, cumplimentando los documentos necesarios.	Gestionar la documentación comercial y de pago/cobro de las operaciones de compraventa, cumplimentando los documentos necesarios.	a),b),c),d),e),f),g),h)