Castilla-La Mancha

PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA

DEPARTAMENTO DE COMERCIO Y MARKETING

MÓDULO: PROCESOS DE VENTA

PROFESOR/A: JOSE LUIS RODRIGO LÓPEZ

CURSO
2023/2024

I E S ALDERABAD FUENSALIDA
T O L E D O

ÍNDICE

A · Introducción 3
B · Objetivos, competencias, contenidos y criterios de evaluación. 4
B1 · Objetivos 4
B2 · Competencias profesionales, personales y sociales 5
B3 · Contenidos 6
B4 · Secuenciación de los contenidos 12
B5 · Criterios de evaluación 13
C · Metodología, temporalización, espacios y agrupamientos; materiales y recursos didácticos; y medidas de inclusión educativa 17
C1 · Proceso de enseñanza-aprendizaje 17
C2 · Metodología 18
C3 · Utilización y distribución de agrupamientos, espacios y tiempos 20
C4 · Utilización y distribución de los materiales y recursos didácticos 21
C5 · Medidas de inclusión educativa 21
D · Actividades complementarias 23
E · Procedimientos de evaluación y criterios de calificación y de recuperación 24
F · Indicadores, criterios, procedimientos, temporalización y responsables de la evaluación del proceso de enseñanza y aprendizaje 38

A · Introducción

El Ciclo Formativo de Técnico en Actividades Comerciales, está enmarcado en la Familia Profesional de Comercio y Marketing.

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.

La formación diseñada en el módulo "Procesos de Venta" da respuesta a la profesionalidad definida en la Unidad de Competencia*: Realizar la venta de producto y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización.*

La programación, que se expone a continuación, y la correspondiente adaptación que se considere deben alcanzar los objetivos marcados para el módulo en:

- 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.
- Decreto 50/2014, de 26/07/2012, por el que se establece el currículo del ciclo formativo de grado medio correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales en la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha.

A.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO:

- El I.E.S. Aldebarán se ubica en la localidad de Fuensalida, Toledo, situada en el norte de la provincia con una población de 11 785 habitantes. Posee diversas fábricas dedicadas a la elaboración y distribución de calzado, contando con un centro tecnológico especializado para dicho sector (ASIDCAT) y de muebles de madera tradicionales de la provincia de Toledo. Las tierras circundantes son ricas en olivares, con una almazara productora de aceite de oliva virgen en el propio pueblo, y en viñas, con varias bodegas y cooperativas vitivinícolas

-
- pertenecientes a la Denominación de origen Méntrida. Tiene un sector comercial importante basado principalmente en la industria del calzado por lo que se justifica la existencia del ciclo.
- El alumnado tiene un amplio componente inmigrante, pero al ser segundas y terceras generaciones no existen prácticamente problemas de adaptación

B · Objetivos, competencias, contenidos y criterios de evaluación.

B1 · Objetivos

Los objetivos generales de este módulo profesional son los siguientes:

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 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.

B2 · Competencias profesionales, personales y sociales

Las competencias profesionales, personales y sociales del módulo de Procesos de Venta son las siguientes:

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.

B3 · Contenidos

1. Identificación del proceso de decisión de compra del consumidor:

– Tipos de consumidores. Consumidor final o particular y consumidor industrial o institucional.

– Estudio del comportamiento del consumidor. Aspectos que comprende.

– Las necesidades del consumidor. Tipos.

– Tipos de compras según comportamiento del consumidor.

– El proceso de decisión de compra del consumidor final. Fases del proceso y variables que influyen en el mismo.

– Determinantes internos que inciden en el proceso de compra.

– Variables externas que influyen en el proceso de compra.

– Las variables de marketing en el proceso de compra.

– El proceso de compra del consumidor industrial u organizacional. Tipos de consumidores. Fases del proceso.

– Tipologías de clientes.

2. Definición de las funciones y perfil de los vendedores:

– El vendedor. Concepto y funciones.

– El papel del vendedor en la venta personal.

– Tipos de vendedores según la empresa en la que prestan sus servicios.

– Tipos de vendedores según la naturaleza del producto.

– Tipos de vendedores según la actividad o tipo de venta que realizan.

– El perfil del vendedor profesional. Cualidades personales, capacidades profesionales y conocimientos del buen vendedor.

– El manual del vendedor.

– Formación de los vendedores. Necesidad de la formación. Programas de formación y perfeccionamiento de los vendedores.

– Motivación de los vendedores. Factores motivadores.

– Sistemas de remuneración de los vendedores

3. Organización del proceso de venta:

– El departamento de ventas. Sus funciones.

– Funciones del director de ventas.

– Planificación de las ventas. Los objetivos de ventas.

– Factores que condicionan la organización del departamento de ventas.

– Estructura organizativa del departamento de ventas. Organigramas.

– Determinación del tamaño del equipo de ventas.

– Delimitación de las zonas de venta y asignación a los vendedores.

– Planificación de las visitas a clientes. Tipos y frecuencia de las visitas.

- Diseño de las rutas de ventas.

– Elaboración del programa de ventas y líneas de actuación del vendedor.

– Fases del proceso de venta.

– La prospección de clientes. Métodos de prospección de clientes.

– Preparación de la venta.

– Objetivos, contenido y estructura del argumentario de ventas.

– Tipos de argumentos: racionales y emocionales.

– Elaboración del argumentario de ventas según tipos de productos, según tipología de clientes y según tipo de canales de distribución.

– Preparación del material de apoyo para reforzar los argumentos, según tipos de productos y según tipología de clientes.

4. Desarrollo de entrevistas de venta:

– La venta personal.

– Formas de venta: tradicional, autoservicio, sin tienda, televenta y venta online, entre otras.

– La comunicación en las relaciones comerciales.

– El proceso de comunicación. Elementos. Barreras en la comunicación.

– La comunicación verbal. Normas para hablar en público.

– La comunicación telefónica en la venta. Uso de las nuevas tecnologías.

– La comunicación escrita. Cartas comerciales.

– La comunicación no verbal en la venta y las relaciones con clientes.

– Fases de la entrevista de ventas.

– Técnicas de venta: modelo AIDA (atención, interés, deseo, acción). Técnica SPIN (situación, problema, implicación, necesidad). Sistema de entrenamiento Zelev Noel.

– Concertación y preparación de la visita.

– Toma de contacto y presentación.

– Sondeo y determinación de las necesidades del cliente.

– Presentación del producto y argumentación, aplicando técnicas de venta.

– La demostración del producto, utilizando material de apoyo.

– Las objeciones del cliente. Técnicas de tratamiento de las objeciones.

– Negociación de las condiciones de la operación. Asertividad y empatía.

– Cierre de la venta. Señales de compra y aplicación de técnicas de cierre.

– Despedida y final de la entrevista.

– Seguimiento de la venta.

– Los servicios postventa: asesoramiento e información, garantía, asistencia técnica y reparaciones, recambios y repuestos.

– Gestión de incidencias, quejas y reclamaciones de clientes.

– Servicios de atención, satisfacción y fidelización de clientes.

– Herramientas de gestión de las relaciones con clientes (CRM)

5. Formalización del contrato de compraventa y otros contratos afines:

– El contrato: características y requisitos básicos. Tipos de contratos.

– El contrato de compraventa. Características, elementos y requisitos.

– Normativa que regula la compraventa: compraventa civil y mercantil.

– Derechos y obligaciones del vendedor y del comprador.

– Clausulado general de un contrato de compraventa.

– El contrato de compraventa a plazos.

– El contrato de suministro.

– El contrato estimatorio o de ventas en consignación.

– Los contratos de transporte y de seguro.

– Los contratos de leasing y de renting.

– Los contratos de factoring y de forfaiting.

6. Gestión de la documentación comercial y de cobro de las operaciones de venta:

– Documentación comercial generada en las ventas. Facturas y albaranes.

– Confección, registro y archivo de documentos.

– El cobro de la venta. Documentos de cobro y pago.

– Clasificación de medios de pago según fiabilidad, coste y plazo de pago.

– El pago en efectivo.

– La transferencia bancaria.

– La ley cambiaria y del cheque.

– El cheque. Tipología y funcionamiento.

– La letra de cambio.

– El pagaré.

– Operaciones asociadas a los medios de pago. Endoso y aval.

– Gestión de cobro de efectos comerciales.

– Anticipación del cobro. Negociación y descuento bancario.

– La gestión de impagados.

– Los medios de pago electrónicos.

7. Determinación de los precios y el importe de las operaciones de venta:

– Determinación del precio de venta al público del producto o servicio. Elementos que forman parte del precio.

– Cálculo del precio de venta, aplicando un determinado margen comercial expresado en forma de porcentaje sobre el precio de coste.

– Cálculo del precio, aplicando un determinado margen expresado en forma de porcentaje sobre el precio venta.

– Cálculo del importe total de una operación de venta.

– Aplicación del interés en las operaciones comerciales.

– Concepto de interés. Interés simple e interés compuesto.

– Cálculo del interés simple.

– Métodos abreviados para el cálculo del interés de varios capitales al mismo tipo de interés y diferentes períodos de tiempo.

– Concepto de descuento. Descuento racional y descuento comercial.

– Cálculo del descuento racional o matemático.

– Cálculo del descuento comercial.

– Negociación de efectos comerciales. Cálculo del descuento y del efectivo resultante de una remesa de efectos.

– Sustitución de deudas. Vencimiento común y vencimiento medio.

– Cálculo del importe de operaciones comerciales en moneda extranjera.

B4 · Secuenciación de los contenidos

(170 horas/sesiones totales del módulo: 5h por semana)

EVALUACIÓN	UNIDADES DE TRABAJO
1ª (12 semanas)	1. Necesidades y comportamiento del consumidor 2. Funciones y perfil de los vendedores 3. Reclutamiento y formación de vendedores 4. Planificación y organización del personal de ventas (se califica en la 2ª evaluación)
2ª (10 semanas)	5. Comunicación en las relaciones comerciales 6. La venta personal I: Entrevista y demostración 7. La venta personal II: Objeciones y cierre
3ª (9 semanas)	8. Formalización del contrato de compraventa y otros contratos afines 9. Comunicación escrita: La carta comercial

	10. La documentación comercial 11. El precio de venta

SECUENCIACIÓN DE LAS UNIDADES DE TRABAJO:

- UT1:18 sesiones
- UT2: 15 sesiones
- UT3: 15 sesiones
- UT4: 15 sesiones
- UT5: 10 sesiones
- UT6: 18 sesiones
- UT7: 25 sesiones
- UT8: 15 sesiones
- UT9: 9 sesiones
- UT10: 15 sesiones
- UT11: 15 sesiones

B5 · Criterios de evaluación

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

C · Metodología, temporalización, espacios y agrupamientos; materiales y recursos didácticos; y medidas de inclusión educativa

C1 · Proceso de enseñanza-aprendizaje

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

– Preparación de una visita comercial con la información obtenida en la herramienta de gestión de las relaciones con clientes.

– Elaboración del argumentario de ventas de productos de gran consumo.

– Utilización de técnicas de comunicación verbal (oral y escrita) y no verbal aplicadas al proceso de venta.

– Utilización de herramientas informáticas en la presentación de productos y servicios.

– Utilización de técnicas venta, negociación y refutación de objeciones.

– Elaboración de contratos de compraventa y documentación anexa, utilizando el procesador de textos.

– Cumplimentación de los documentos de diversos medios de pago.

– Gestión informatizada de sugerencias.

– Utilización de herramientas de gestión de las relaciones con clientes en preparación de visitas, servicios postventa y fidelización de clientes.

– Realización de cálculos relativos a las operaciones de venta y de cobro y pago.

C2 · Metodología

La metodología general aplicable a los alumnos de Formación Profesional parte de la base de que son alumnos matriculados en una enseñanza voluntaria y que, en consecuencia, tienen suficiente motivación para el estudio. Sin embargo, no debemos olvidar que existen diversas situaciones o hechos que hacen necesario un estímulo por parte del profesor. Entre otros, podemos mencionar como ejemplos que, en algunas ocasiones los alumnos matriculados en nuestro ciclo son personas, generalmente con formación media, que han estado sin trabajo durante un período de tiempo importante -y eso les ha producido insatisfacción, ansiedad o pérdida de esperanza de encontrar algún otro empleo-, o el hecho de que otros alumnos cursan el ciclo como vía de entrada a ciclos formativos de grado superior.

Por ello, nuestro fin es conseguir la mayor motivación y participación del alumnado que se encuentre en alguna de ésas o en otras situaciones similares.

Al inicio de las clases, se realizará una sesión de contacto y conocimiento de los alumnos del ciclo, en la que se recogerá datos relevantes sobre formación recibida a lo largo de los últimos años, nivel académico, forma de acceso al ciclo (prueba de acceso, graduado...), posible experiencia profesional…

Esta información será de gran utilidad al profesor, pues en el caso de alumnos de determinados, se tendrán que realizar algunas actividades de refuerzo para la adquisición de ciertos contenidos.

La metodología aplicada en el desarrollo de la programación de este módulo ha sido coordinada a nivel de Centro, de Departamento y de Equipo Docente del curso.

Cumpliendo con la legislación actual, se desarrollará bajo los siguientes principios metodológicos:

- La educación es un proceso en construcción.

- En ese proceso, el profesor y el alumno han de ser activos.

- El aprendizaje a conseguir ha de ser un aprendizaje significativo.

También se considerará:

- Partir del nivel de desarrollo del alumnado y de sus aprendizajes previos.

- Proporcionar situaciones de aprendizaje que resulten motivadoras para el alumno o la alumna.

- Proporcionar situaciones de aprendizaje al alumnado para que reflexione y justifique su actuación.

- Promover la interacción en el aula como motor de aprendizaje: Participativa.

Cada unidad de trabajo se divide en las siguientes fases:

- Fase de motivación, de detección de ideas previas, de desarrollo, de detección de ideas finales, de recuperación o ampliación y de comprobación.

Las estrategias didácticas globales para cada una de las fases de las unidades de trabajo serán: presentación de contenidos de forma expositiva o deductiva, actividades de descubrimiento guiado, realización de proyectos, actividades de campo, resolución de problemas, actividades de investigación libre, actividades expositivas y actividades de concreción de ideas.

Las estrategias didácticas específicas o actividades de aprendizaje de las unidades de trabajo se fundamentarán en lo siguiente:

- Al iniciar cada unidad de trabajo, explicar al alumnado cuáles son los objetivos que se persiguen y dispondrán de un guion o mapa conceptual de desarrollo de la unidad de trabajo. Servirá para ubicar al alumno/a en el contexto de la unidad.
- Como elemento motivacional, se plantearán preguntas próximas a la realidad del alumnado.
- Planteamiento de alguna pregunta sugerente al finalizar la clase, como enlace en la siguiente sesión.
- Es necesario adoptar estrategias que eviten que el alumno/a se sienta avergonzado e inseguro. Se debe fomentar la participación y evitar respuestas del tipo SÍ o NO, para buscar el razonamiento, la justificación, la exposición, etc.
-

-
- Se pueden fundamentar nuestras explicaciones en errores que el alumnado suele cometer habitualmente, tanto en la práctica como en la teoría.
- Ofrecer al alumnado diversos textos o lecturas para que preceda a su análisis y reflexión.
- Es aconsejable la repetición de contenidos que consideremos como fundamentales.
- Toda exposición deberá incorporar una aproximación de los contenidos a la realidad y, si es posible, asociarlos a hechos, situaciones y circunstancias que demuestren que su conocimiento es útil. Utilización de ejemplos.
- Utilizar todo tipo de información escrita y audiovisual necesaria para la transmisión de conocimientos. (Prensa, revistas, informes, páginas web específicas, diarios digitales, etc.)
- En la resolución de problemas teóricos y prácticos no se debe limitar a la resolución de problemas idénticos, sino plantear razonamiento y construcción sobre diversas variables.
- También, se utilizarán actividades del tipo de debates, torbellinos de ideas, representaciones gráficas, elaboración y exposición de trabajos.

C3 · Utilización y distribución de agrupamientos, espacios y tiempos

El espacio utilizado para el desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje será el aula específica del ciclo formativo. Ésta no cuenta con ordenadores personales suficientes como para trabajar individualmente con todos los alumnos, pero si existe conexión wifi a Internet y pueden traer sus portátiles.

También, se utilizará otro material didáctico relacionado con el ciclo, proyector y mueble de audiovisuales. Además, se saldrá del aula cuando sea necesario para el desarrollo de algún tipo de actividad complementaria, extraescolar o para la utilización de la biblioteca del Centro.

Los agrupamientos serán heterogéneos, de 2-3 personas, y se realizarán para actividades de búsqueda de información y de trabajo de campo. Serán formados por el profesor para garantizar, dentro de cada grupo, alumnos y alumnas con diferentes recursos personales, bibliográficos, de habilidades y de conocimientos. Durante el resto del tiempo, el trabajo será individualizado.

El tiempo dedicado al desarrollo de las clases o sesiones de la unidad de trabajo se dividirá en: tiempo inicial de recuerdo, de presentación del nuevo contenido, de exposición o desarrollo, de refuerzo y de concreción.

C4 · Utilización y distribución de los materiales y recursos didácticos

- Libro de texto recomendado: "*Procesos de Venta*". Editorial Mc Graw Hill.
- Material didáctico facilitado por el profesor
- Medios informáticos.
- Fotocopias.
- Biblioteca de aula.
- Medios audiovisuales.

C5 · Medidas de inclusión educativa

El título de Técnico Superior en Comercio Internacional habilita al alumno para realizar un trabajo, por lo que se deben alcanzar las capacidades profesionales de cada módulo. Pueden **adaptarse tanto la metodología** como adecuar las **actividades de enseñanza aprendizaje**, los recursos o el **instrumento de evaluación**, en función de las necesidades específicas, pero nunca podrán desaparecer criterios de evaluación relacionados con los RA, que son necesarios y obligados para el logro de esa competencia general que nos marca el Título que establece las correspondientes enseñanzas mínimas.

Es decir, que la atención individualizada entra en el terreno de las adaptaciones curriculares, pero **las adaptaciones significativas** como cambios en los objetivos, contenidos, capacidades terminales y los criterios de evaluación, **no están contempladas** en la Formación Profesional. Sin embargo, si se contemplan las medidas no significativas de acceso al currículo, como por ejemplos:

-
-

En los elementos de acceso: De recursos espaciales, materiales y de comunicación, que faciliten que algunos alumnos con necesidades educativas especiales puedan desarrollar el currículo ordinario.

- En la metodología: Como en la forma de agrupar a los alumnos, los apoyos verbales, visuales o físicos que empleamos.

Entre las medidas de actuación generales a desarrollar, podemos mencionar que las explicaciones y demostraciones personalizadas, los procesos de repetición y el cambio en los recursos empleados, se producirán para garantizar, por una parte, la consecución de los objetivos mínimos programados y por otra para intentar el máximo desarrollo posible de cada miembro del grupo. Las diferencias que se produzcan se tratarán con actividades de diferentes tipos:

- Comunes, para alcanzar objetivos mínimos dentro del grupo.
- De refuerzo, más sencillas y personalizadas, cambiando el método y el tiempo empleados, para conseguir que alumnos menos avanzados se incorporen al ritmo del grupo.
- Comunes para conseguir una mayor integración en el grupo, como explicaciones por parte de alumnos más aventajados a otros que no superan una actividad.
- De ampliación, tratando de inducir autonomía en su resolución e impidiendo que los alumnos más avanzados que acaban sus tareas primero, estén esperando al resto del grupo sin realizar ninguna tarea.

Si contamos con alumnos que presentan discapacidades, resulta fundamental acudir en primer lugar al departamento de Orientación para ver qué medidas podemos tomar.

- ACTIVIDADES DE REFUERZO (PARA ALUMNADO SUSPENSO PENDIENTE DE RECUPERAR EL MÓDULO EN LA 2ª ORDINARIA)

Se propondrán actividades de refuerzo para así atender a la diversidad del alumnado del aula. Por una parte, las actividades de refuerzo tendrán como objetivo aclarar las lagunas de conocimiento detectadas en los alumnos. Podrán tener carácter general o de recuperación. De esta forma, las actividades de recuperación estarán orientadas para los alumnos que no hayan superado pruebas de

conocimientos previamente impartidos.

- ACTIVIDADES DE AMPLIACIÓN (PARA ALUMNADO QUE HA APROBADO EL MÓDULO)

Las actividades de ampliación estarán diseñadas para no tener inactivos a los alumnos aventajados en la resolución de las actividades. Tendrán como finalidad alcanzar niveles de conocimiento superiores a los inicialmente considerados.

D · Actividades complementarias

Dado el momento tan particular en el que nos encontramos, solo si realizarán actividades complementarias con la autorización de la Dirección del Centro, y si la situación sanitaria lo permite.

Para que los alumnos completen la formación teórica y práctica recibida en el Centro, se tiene previsto realizar las siguientes actividades:

- Visitas a empresas u organismos relacionados con el Ciclo Formativo.
- Asistencia a ponencias, ferias o exposiciones en la provincia o alrededores.

Las fechas previstas para la realización de estas actividades quedan pendientes de concretar.

E · Procedimientos de evaluación y criterios de calificación y de recuperación

EL PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

Se trata de un proceso de evaluación continua, en donde se realizarán distintas pruebas.

La evaluación del proceso de aprendizaje, establecerá los resultados mínimos que deben ser alcanzados por los alumnos/as, y responde por tanto al *qué evaluar.*

Para su desarrollo tendremos en cuenta el RD 1574/2011 que regula el título, y el Decreto 115/2012 por el que se establece el currículo del ciclo formativo de grado superior correspondiente al título de Técnico Superior en Comercio Internacional en la Comunidad de Castilla-La Mancha. Y aquí es importante recalcar que nuestra actividad docente se enfoca hacia "lo que el alumno conoce, comprende y/o es capaz de hacer", **ya no evaluamos contenidos, sino que los contenidos a trabajar son un medio para alcanzar los RRAA**, donde mediremos si alcanza los objetivos fijados, y que evaluaremos a través de **los criterios de evaluación** que pasamos a desarrollar, y que serán necesarios para alcanzar los objetivos plasmados en esos resultados de aprendizaje.

LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Constituye una garantía de objetividad proponer un sistema de evaluación de los alumnos que tome como punto de referencia unos criterios de evaluación comunes a nivel nacional. La administración educativa, a través del RD 1688/2011 por el que se establece el Título del Ciclo Formativo, ha determinado el punto de partida, unos criterios conformados a partir de los cuales podemos valorar si los resultados de aprendizaje han sido alcanzados

En la siguiente tabla se muestran los **resultados de aprendizaje** (RRAA) del módulo agrupados con sus **criterios de evaluación** (CCEE) asociados, el instrumento de evaluación para evaluar el CE, el

número de la unidad de trabajo donde se trabajará y evaluará, y el porcentaje de la nota que representa el CE con respecto a su RA, y cada RA respecto de la nota final.

Los RRAA son tratados como los logros propios del módulo que debe conseguir el alumno, y los CE concretan dichos resultados de aprendizaje y serán el elemento fundamental para poder evaluar el grado de consecución de los anteriores.

EL PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

Se trata de un proceso de evaluación continua, en donde se realizarán distintas pruebas.

La evaluación del proceso de aprendizaje, establecerá los resultados mínimos que deben ser alcanzados por los alumnos/as, y responde por tanto al qué evaluar.

Para su desarrollo tendremos en cuenta el RD 1574/2011 que regula el título, y el Decreto 115/2012 por el que se establece el currículo del ciclo formativo de grado superior correspondiente al título de Técnico Superior en Comercio Internacional en la Comunidad de Castilla-La Mancha. Y aquí es importante recalcar que nuestra actividad docente se enfoca hacia "lo que el alumno conoce, comprende y/o es capaz de hacer", **ya no evaluamos contenidos, sino que los contenidos a trabajar son un medio para alcanzar los RRAA**, donde mediremos si alcanza los objetivos fijados, y que evaluaremos a través de **los criterios de evaluación** que pasamos a desarrollar, y que serán necesarios para alcanzar los objetivos plasmados en esos resultados de aprendizaje.

LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Constituye una garantía de objetividad proponer un sistema de evaluación de los alumnos que tome como punto de referencia unos criterios de evaluación comunes a nivel nacional. La administración educativa, a través del RD 1688/2011 por el que se establece el Título del Ciclo Formativo, ha determinado el punto de partida, unos criterios conformados a partir de los cuales podemos valorar si los resultados de aprendizaje han sido alcanzados

En la siguiente tabla se muestran los **resultados de aprendizaje** (RRAA) del módulo agrupados con sus **criterios de evaluación** (CCEE) asociados, el instrumento de evaluación para evaluar el CE, el

número de la unidad de trabajo donde se trabajará y evaluará, y el porcentaje de la nota que representa el CE con respecto a su RA, y cada RA respecto de la nota final.

Los RRAA son tratados como los logros propios del módulo que debe conseguir el alumno, y los CE concretan dichos resultados de aprendizaje y serán el elemento fundamental para poder evaluar el grado de consecución de los anteriores.

CATE-GORÍA BÁSICO: B	RESULTADOS DE APRENDIZAJE (RRAA) (Criterios de evaluación - CCEE)	INSTRU-MENTO DE EVALUA-CIÓN	POR-CEN-TAJE
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			14%
	a)Se han identificado los tipos de consumidores, diferenciando el consumidor final o particular y el industrial u organizacional	Actividad in situ/Práctica	2%
	b) Se ha definido el contenido y los aspectos que comprende el estudio del comportamiento del consumidor y/o usuario.	Prueba escrita/ Práctica	10%
B	c) Se han definido y clasificado las necesidades del consumidor, teniendo en cuenta el orden jerárquico que se establece a la hora de satisfacerlas.	Prueba escrita/ Práctica	25%
	d) Se han clasificado las compras, atendiendo al comportamiento racional o impulsivo del consumidor y/o usuario.	Práctica/Prueba escrita	5%
B	e) Se han identificado las fases del proceso de compra del consumidor final, analizando los factores que determinan su complejidad y duración.	Prueba escrita/PRÁCTICA	20%
	f) Se han analizado los determinantes internos y externos que influyen en el proceso de decisión de compra de los consumidores y/o usuarios.	Práctica/Prueba escrita	8%

B	g) Se han identificado las fases del proceso de compra del consumidor industrial, comparando el proceso con el del consumidor final	Prueba escrita/PRÁCTICA	15%
	h) Se han caracterizado las tipologías de clientes, atendiendo a su comportamiento de compra, su personalidad y sus motivaciones de compra.	Práctica/Prueba escrita	10%
	i) Muestra atención e interés en el aula	Observación	5%
2.	**Define las funciones, conocimientos y perfil de los vendedores, analizando las necesidades de formación, motivación y remuneración del equipo de ventas.**		**16%**
B	a) Se han establecido las funciones y responsabilidades de los vendedores en la venta personal.	Prueba escrita/práctica	10%
B	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.	Prueba escrita/práctica	25%
	c) Se ha definido el perfil del vendedor profesional, analizando las cualidades personales, habilidades profesionales y conocimientos que debe tener un buen vendedor.	Práctica/Prueba escrita	10%
	d) Se han descrito distintos puestos de trabajo de ventas y el perfil de los vendedores más adecuados para los mismos.	Actividad in situ/Práctica	2%
	e) Se han determinado las necesidades de formación, perfeccionamiento y reciclaje del equipo de vendedores.	Práctica/Prueba escrita	6%
	f) Se ha definido el contenido del programa de formación y perfeccionamiento de los vendedores.	Actividad in situ/ Práctica	2%
	g) Se ha valorado la importancia de la motivación de los vendedores analizando los principales factores motivadores.	Práctica/Prueba escrita	10%
B	h) Se han identificado los sistemas de retribución de los vendedores más habituales.	Prueba escrita/práctica	30%
	i) Muestra atención e interés en el aula	Observación	5%
3.	**Organiza el proceso de venta, definiendo las líneas de actuación del vendedor, de acuerdo con los objetivos fijados en el plan de ventas.**		**10%**
B	a) Se han identificado las funciones del departamento de ventas de una empresa y las responsabilidades del director de ventas.	Prueba escrita/práctica	15%
	b) Se han diferenciado las formas de organización del departamento de ventas por zonas geográficas, por productos y por clientes, entre otras.	Prueba escrita/práctica	15%

B	c) Se ha calculado el número de vendedores que se requieren para cumplir los objetivos del plan de ventas de la empresa.	Práctica/ Prueba escrita	10%
	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.	Actividad in situ/ Práctica	2%
	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.	Práctica presentación/Prueba escrita	5%
	f) Se han aplicado técnicas de prospección de clientes, atendiendo a las características del producto/servicio ofertado. (En RA 4 i/)	-----	----
B	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.	Práctica/Prueba escrita	13%
	h) Se han planificado las visitas a clientes, aplicando las rutas de ventas que permiten optimizar los tiempos del vendedor y reducir los costes.	Prueba escrita/ Actividad in situ	10%
B	i)Se han mostrado las habilidades para hablar en público y utilizar el lenguaje corporal	Practica de presentación/práctica	25%
	j) Muestra atención e interés en el aula	Observación	5%
4.	**Desarrolla entrevistas con supuestos clientes, utilizando técnicas de venta, negociación y cierre adecuadas, dentro de los límites de actuación establecidos por la empresa.**		**30%**
	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).	Práctica/ Taller ventas	2%
B	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.	Prueba escrita/ Taller ventas/práctica	10%
	c) Se ha preparado el material de apoyo y la documentación necesaria.	Taller ventas/ Práctica/ PE	5%
B	d) Se ha realizado la presentación y demostración del producto, utilizando técnicas de venta adecuadas para persuadir al cliente.	Taller de ventas/ Práctica/PE	20%

B	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.	Prueba escrita/ Taller ventas/práctica	25%
	f) Se han utilizado técnicas de comunicación verbal y no verbal en situaciones de venta.	Taller venta/práctica	10%
	g) Se ha planificado la negociación de los aspectos y condiciones de la operación que pueden ser objeto de negociación.	Práctica/ Taller ventas/ PE	5%
B	h) Se han utilizado técnicas para lograr el cierre de la venta y obtener el pedido.	Prueba escrita/ Taller ventas/práctica	15%
	i) Se han aplicado técnicas de prospección de clientes, atendiendo a las características del producto/servicio ofertado. (Del RA 3 f/)	Práctica/ PE/AIS	3%
	j) Muestra atención e interés en el aula	Observación	5%
5.- Formaliza los contratos de compraventa y otros contratos afines, analizando las cláusulas más habituales de acuerdo con la normativa vigente.			**12%**
	a) Se ha interpretado la normativa que regula los contratos de compraventa.	Prueba escrita/práctica	10%
B	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.	Prueba escrita/práctica	30%
B	c) Se ha cumplimentado el contrato de compraventa en el que se recogen los acuerdos entre vendedor y comprador, utilizando un procesador de textos.	Práctica/Prueba escrita	15%
	d) Se ha interpretado la normativa que regula el contrato de compraventa a plazos y los requisitos que se exigen para su formalización.	Prueba escrita/ Practica	10%
	e) Se ha caracterizado el contrato de ventas en consignación analizando los casos en que procede su formalización.	Práctica/Prueba escrita	5%
	f) Se ha caracterizado el contrato de suministro, analizando los supuestos en los que se requiere para el abastecimiento de materiales y servicios.	Práctica/Prueba escrita	5%

B	g) Se han analizado los contratos de leasing y renting como alternativas de adquisición y financiación del inmovilizado de la empresa.	Prueba escrita/Practica	20%
	j) Muestra atención e interés en el aula	Observación	5%
6.- Gestiona la documentación comercial y de pago/cobro de las operaciones de compraventa, cumplimentando los documentos necesarios.			**12%**
B	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.	Prueba escrita/práctica	20%
	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)	Actividad in situ/Práctica	2%
B	c) Se han identificado las distintas formas de pago, analizando el procedimiento y la documentación necesaria en cada caso.	Prueba escrita/práctica	37%
	d) Se han diferenciado los medios de pago al contado de los aplazados.	Prueba escrita/Practica	5%
B	e) Se han comparado los medios y formas de pago, analizando las ventajas y desventajas en términos de coste, seguridad y facilidad de uso.	Práctica/Prueba escrita	10%
	f) Se ha cumplimentado la documentación correspondiente a los diferentes medios de pago.	Actividad in situ/Práctica	5%
	g) Se han cumplimentado cheques, letras de cambio, pagarés y demás documentación correspondiente a los diferentes medios de pago.	Actividad in situ/Practica	1%
	h) Se ha identificado la documentación correspondiente a las operaciones de endoso, aval y gestión de cobro de medios de pago.	Actividad in situ/Práctica/Prueba escrita	5%
	i)Se ha elaborado una carta comercial, estructurando correctamente las diferentes partes que la componen.	Práctica/Prueba escrita	10%
	j) Muestra atención e interés en el aula	Observación	5%
7.- Determina los precios y el importe de las operaciones, aplicando el cálculo comercial en los procesos de venta.			**6%**

B	a) Se ha calculado el precio de venta del producto, aplicando un cierto margen comercial expresado en forma de porcentaje del precio de coste.	Prueba escrita/ Práctica	25%
B	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.	Prueba escrita/ Práctica	25%
B	c) Se ha determinado el importe total de una operación de venta, aplicando los descuentos y gastos acordados y el IVA correspondiente.	Prueba escrita/ Práctica	25%
	d) Se ha calculado el interés de diferentes operaciones, definiendo las variables que lo determinan y aplicando un determinado tipo de interés.	Práctica/Prueba escrita	1%
	e) Se ha calculado el descuento de diferentes operaciones, aplicando un determinado tipo de descuento.	Práctica/Prueba escrita	9%
	f) Se ha calculado el descuento y el efectivo resultante de una remesa de efectos.	Práctica/Prueba escrita	9%
	g) Se han cumplimentado facturas de negociación de efectos comerciales, aplicando un determinado tipo de descuento y la correspondiente comisión.	Actividad in situ	1%
	j) Muestra atención e interés en el aula	Observación	5%

Algunos Criterios de Evaluación (CCEE) se han definido como **BÁSICOS** (representan siempre más del 50 % del total de los CCEE de cada RA). Esto es relevante de cara a:

- Serán los Criterios de Evaluación a evaluar cuando por **cuestiones de viabilidad temporal** no podamos impartir y evaluar todos.
- Para realizar las **recuperaciones de final de curso**, sobre todo en alumnos de pérdida de evaluación continua, donde cuestiones de viabilidad temporal sea imposible evaluarlos todos.

Procedimiento de pérdida de evaluación continua

La Orden de 29/07/2010, de la Consejería de Educación, Ciencia y Cultura, por la que se regula la evaluación, promoción y acreditación académica del alumnado de formación profesional inicial del sistema educativo de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha. [2010/14361] establece en su Artículo 4 (Capítulo I):

1. La evaluación continua exige el seguimiento regular del alumnado de las actividades programadas para los distintos módulos que integran el ciclo formativo. Con carácter general la asistencia será obligatoria. Una asistencia inferior al ochenta por ciento de las horas de duración de cada módulo profesional supondrá la pérdida del derecho a la evaluación continua. *Las faltas de asistencia debidamente justificadas no serán computables.*

2. ***Los alumnos que hayan perdido el derecho a la evaluación continua tendrán derecho a la realización de una prueba objetiva****. Dicha prueba tendrá como objeto* comprobar el grado de adquisición de los resultados de aprendizaje *establecidos para cada módulo y en base a ella se realizará la calificación del alumno en la* ***primera sesión de evaluación ordinaria****.*

Es decir, que los alumnos que pierdan la evaluación continua, serán evaluados en marzo en una sola prueba, y solo de los CCEE básicos que componen cada RA (por la imposibilidad temporal de evaluar todos y cada uno de los CCEE desarrollados a lo largo del curso), independientemente de que tuvieran algún RRAA superado durante el curso previamente a la pérdida de evaluación.

Los instrumentos de evaluación que vamos a desarrollar a lo largo del curso y que asociaremos a cada CE son:

- **Pruebas escritas**. Son exámenes que pueden contener preguntas cerradas, abiertas (a mano o usando ordenador), test de respuesta única, de verdadero o falso o de relacionar y resolución de ejercicios.
- Desarrollo de **prácticas** basadas en situaciones reales o teóricas
- Resolución de **ejercicios prácticos** en clase. Son numéricos y requieren calculadora
- **Práctica presentación**: Se trabajará con actividades de investigación y exposición en Power Point. Con ello conseguiremos fomentar el trabajo en equipo, la utilización de las TICs y mejorar las exposiciones orales en clase.
- **Artículos de prensa**: A comentar y analizar en clase
- **Teatro venta**: Simulación de una venta en el aula

- **Observación directa** en clase de actuaciones y comportamientos de los alumnos, corregidos mediante escala de valoración. Valoran la atención e interés en el aula.
- **Actividades *in situ*** de clase que se corregirán en el momento. SI/NO

Consideraciones respecto a los instrumentos de evaluación:

En la presentación de documentos y de trabajos se valorarán: creatividad, originalidad, el trabajo de investigación, claridad de conceptos, redacción y presentación.

En caso de falta o demora en alguna entrega de trabajos, proyectos, prácticas o actividades, **tenga relación con algún criterio de evaluación básico**, se le informará al alumno sobre el modo de proceder para su recuperación, que podrá ser:

a) Entrega del mismo ejercicio/trabajo u otro similar el día asignado para recuperaciones. Se indicará la fecha con antelación.

b) Prueba objetiva relacionada el día asignado para recuperaciones (en lugar de entregar el ejercicio se podrá realizar una prueba escrita o práctica, se indicará la fecha con antelación).

Las actividades evaluables deben realizarse de forma individual, personalísima e intransferible (siempre que no sean proyectos en grupo), lo que significa que si se detecta una tarea copiada de otro alumno, ambas tareas serán calificadas con un cero. La misma calificación obtendrá la actividad que no sea original y haya sido copiada de cualquier medio, incluido internet, o si se detecta a alumnos copiando o empleando medios ilícitos en las pruebas objetivas.

En las pruebas escritas se pueden emplear cuestionarios tipo test, donde la respuesta errónea restará 1/3 del valor de la respuesta correcta.

LOS CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

La calificación del módulo se hará en función de 3 criterios:

- La **calificación de cada CE**. Se ponderarán todos los criterios de evaluación que componen cada resultado de aprendizaje, hasta dar un 100%, que será la nota de su RA correspondiente. Cada CE tendrá un rango de calificación de 0 a 10.. Aquellos alumnos en los que quede demostrado que han utilizado procedimientos poco éticos para superar cualquiera de los CE, independientemente del instrumento de evaluación empleado, como por ejemplo copiar en una prueba escrita, o plagiar proyectos o trabajos de clase, automáticamente serán calificados con un 0 en esos CE.

- La **calificación de cada RA**. Cada resultado de aprendizaje se evaluará independientemente de los demás, y tendrá un rango de calificación de 0-10, que se obtendrá haciendo la media ponderada de todos y cada uno de sus CE.
- Si el alumno obtiene una calificación **superior a 5 de todos y cada uno de los RRAA** (se podrá no tener en cuenta esta restricción durante la 2ª ordinaria si, analizando el conjunto de calificaciones de los RRAA, se considera que a modo global se ha logrado el aprendizaje, al lograr una media superior a 5) se considerará que ha superado el módulo.
- La **calificación final del módulo formativo**. Será la media ponderada de todos los Resultados de Aprendizaje que componen este módulo (teniendo en todos y cada uno de ellos una nota superior a 5 puntos) y como Delphos requiere una cifra entera sin decimales utilizaremos el redondeo matemático en todas las calificaciones, excepto en el 5, donde el alumno debe alcanzar esa nota mínima por sí mismo.

En cada sesión de evaluación se calificará el módulo con una nota entera de 1 a 10. Esta nota se obtendrá de redondear la nota media ponderada de las calificaciones de los resultados de aprendizaje obtenidos hasta eses momento conforme a la siguiente tabla:

El peso que tendrá cada uno de los bloques de contenidos en la nota final será el siguiente:

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	UNIDAD TRABAJO	% PESO 1ª EVAL	% PESO 2ª EVAL	% PESO 3ª EVAL	% PESO FINAL

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. 14%	UT1: Necesidades y comportamiento del consumidor	14%			14%
2. Define las funciones, conocimientos y perfil de los vendedores, analizando las necesidades de formación, motivación y remuneración del equipo de ventas. 16%	UT 2: Funciones y perfil del vendedor	8%			8%
	UT 3: Reclutamiento y formación vendedores	8%			8%
PRIMERA EVALUACIÓN 30%		30%			30%
3. Organiza el proceso de venta, definiendo las líneas de actuación del vendedor, de acuerdo con los objetivos fijados en el plan de ventas. 10%	UT 4: Planificación y organización del personal ventas		7%		7%
	UT5: La comunicación en las relaciones comerciales		3%		3%
4. Desarrolla entrevistas con supuestos clientes, utilizando técnicas de venta, negociación y cierre adecuadas, dentro de los límites de actuación establecidos por la empresa. 30%	UT6: La venta personal I. Entrevista y demostración		15%		15%
	UT 7: La venta personal II. Objeciones y cierre		15%		15%
SEGUNDA EVALUACIÓN 40%			40%		40%
5. Formaliza los contratos de compraventa y otros contratos afines, analizando las cláusulas más habituales de acuerdo con la normativa vigente. 12%	UT 8: Formalización de contratos				12%
6. Gestiona la documentación comercial y de pago/cobro de las operaciones de compraventa, cumplimentando los	UT 9: La comunicación escrita				3%

documentos necesarios. 12%	UT 10: Los documentos comerciales				9%
7. Determina los precios y el importe de las operaciones, aplicando el cálculo comercial en los procesos de venta.6%	UT 11: El precio de venta				6%
TERCERA EVALUACIÓN 30%					30%
		30%	40%	30%	100%

LOS CRITERIOS DE RECUPERACIÓN

Estas actividades podrán consistir, en la realización de una prueba escrita, la repetición de un proyecto, la resolución de preguntas tipo test, análisis y solución de casos y problemas, trabajos, informes, realización de estudios o exposiciones. Es importante que el alumnado se sienta estimulado y orientado por el profesor para corregir las diferencias que posee, haciéndole ver que puede alcanzar los objetivos propuestos

Consideraciones respecto al proceso de recuperación:

- Las recuperaciones se llevarán a cabo solamente sobre los RRAA con una calificación inferior a 5, y dentro de este sobre los CCEE no logrados, y no sobre conjuntos de CCEE tanto logrados como no logrados.
- Los CCEE a recuperar se evaluarán de 0 a 10, y la última nota obtenida en ese CE será la única que cuente para la calificación del RA y por tanto, para la nota final.
- Cuando un alumno deba recuperar muchos CCEE y por cuestiones de viabilidad temporal sea imposible realizarla de todos ellos, se reducirá la prueba a la evaluación de los CCEE básicos.
- Cuando se recurra a la re-entrega de ejercicios prácticos cuya realización pueda albergar dudas de autoría y correcto aprendizaje, se podrá exigir al alumno que explique y justifique su solución propuesta oralmente, y la calificación vendrá determinada por la adecuación de dicha defensa.
- Los alumnos que no hayan superado el módulo tras las evaluaciones parciales tendrán ocasión de hacerlo en primera convocatoria ordinaria del curso, y de no superarlo en esta convocatoria tendrán que evaluarse de nuevo en la segunda convocatoria ordinaria.

- Aquellos alumnos que no pudieran presentarse a las pruebas parciales, solo si justifican su ausencia y el profesor tienen disponibilidad temporal para ello, podrán evaluarse de esos CCEE en el siguiente parcial de ese trimestre, sino deberán presentarse a primera convocatoria ordinaria con los CCEE pendientes de superar.

Alumnos con el módulo pendiente:

Para aquellos alumnos que hayan promocionado a segundo curso con el módulo no superado, deberán realizar una prueba objetiva y la realización de las actividades correspondientes para comprobar el grado de adquisición de los RRAA establecidos para el módulo.

Si el alumno obtiene una calificación superior a 5 de todos y cada uno de los RRAA (se podrá no tener en cuenta esta restricción durante la 2ª ordinaria si, analizando el conjunto de calificaciones de los RRAA, se considera que a modo global se ha logrado el aprendizaje, al lograr una media superior a 5) se considerará que ha superado el módulo.

En cualquier caso, el proceso de evaluación de este módulo se ajustará a lo establecido en Orden de 29/07/2010, de la Consejería de Educación, Ciencia y Cultura, por la que se regula la evaluación, promoción y acreditación académica del alumnado de formación profesional inicial del sistema educativo de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha.

F · Indicadores, criterios, procedimientos, temporalización y responsables de la evaluación del proceso de enseñanza y aprendizaje

El profesor recogerá en forma de diario personal todas aquellas valoraciones que vayan resultando del desarrollo de la unidad de trabajo en todos y cada uno de sus elementos: distribución y selección de contenidos, objetivos, actividades, instrumentos de evaluación, etc.

A estas valoraciones se incorporarán las realizadas por los alumnos y alumnas surgidas de una dinámica de grupo con este tema a tratar o a través de un cuestionario.

También, se considerarán los resultados académicos obtenidos por el alumnado a nivel de consecución de los aprendizajes previstos.

La METODOLOGÍA aplicada para la evaluación de la programación será la siguiente:

A. En el Departamento se realizará una reunión, de forma mensual, para hacer un seguimiento de la programación en base a un guion predeterminado sobre la valoración de los contenidos y su distribución temporal, los criterios de evaluación, los criterios de calificación, la metodología,

B. los materiales y recursos didácticos que se están utilizando, las actividades complementarias y extraescolares que están programadas, la inclusión educativa y la incorporación de los temas transversales.

C. Se consultará a los alumnos sobre la programación a través de un cuestionario y un pequeño debate sobre la misma, se analizarán sus resultados y se contemplarán en el acta.

D. Se analizará y criticará la información anterior y el Departamento extraerá las correspondientes conclusiones.

E. Por último, las valoraciones y propuestas de mejora para el próximo curso se reflejarán en la MEMORIA FINAL del Departamento.

CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN PARA EL ALUMNADO

EVALUACIÓN	SI	NO	A VECES
1. ¿Cómo trabajamos en clase este módulo?			
Entiendo al profesor cuando explica.			
Las explicaciones del profesor son interesantes.			
Realizamos tareas en grupo.			
El profesor explica sólo del libro.			
Emplea otros recursos además del libro.			
Pregunto lo que no entiendo.			
2. ¿Cómo son las actividades?			
Las preguntas se corresponden con las explicaciones.			
El profesor sólo pregunta lo del libro.			
Las preguntas están claras.			
Las actividades se corrigen en clase.			

Las actividades son atractivas y participativas.			
En ocasiones, consultamos otros materiales didácticos.			
Me mandan demasiadas actividades.			
3. ¿Cómo es la evaluación?			
Las preguntas de los controles están claras.			
Lo que me preguntan lo hemos dado en clase.			
Tengo tiempo suficiente para contestar las preguntas.			
Los controles se comprueban en clase.			
Se tiene en cuenta el trabajo en clase.			
Se valora mi comportamiento en clase.			
Creo que, en general, la valoración de mi trabajo es justa.			
4. ¿Cómo es el ambiente de mi clase?			
Existe un buen ambiente para aprender.			
Me gusta participar en las actividades en grupo.			
Me llevo bien con mis compañeros y compañeras.			
En mi clase me siento rechazado.			
El trato entre nosotros es respetuoso.			
Me siento respetado por el profesor.			
Me llevo bien con el profesor.			
Los conflictos los resolvemos entre todos.			
En general, me encuentro a gusto en clase.			
5. Me gustaría hacer.....			

Lo que me gusta de mi clase es....	
Lo que menos me gusta de mi clase es....	
VALORACIÓN FINAL	
Como positivo	Como mejorable