

PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA

# GESTIÓN DE COMPRAS

---

CFGM ACTIVIDADES COMERCIALES

CURSO: 2024/2025

MAR MARTIN LINDE

DPTO. COMERCIO Y MARKETING | IES ALDEBARÁN (FUENSALIDA)

# INDICE

## Contenido

<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>2</b>
1.1. IDENTIFICACIÓN DEL MÓDULO .....	2
1.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO.....	2
<b>2. OBJETIVOS .....</b>	<b>2</b>
<b>3. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES .....</b>	<b>3</b>
<b>4. CONTENIDOS .....</b>	<b>3</b>
4.1. AGRUPAMIENTOS, TEMPORALIZACIÓN Y SECUENCIACIÓN DE CONTENIDOS.....	6
<b>5. RESULTADOS DEL APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN .....</b>	<b>10</b>
<b>6. METODOLOGÍA .....</b>	<b>12</b>
6.1. ACTIVIDADES .....	12
6.2. ORGANIZACIÓN DE ESPACIOS.....	12
6.3. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.....	13
<b>7. EVALUACIÓN.....</b>	<b>13</b>
7.1. PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN .....	13
7.2. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN Y RECUPERACIÓN .....	13
7.3. ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN .....	17
7.4. EVALUACIÓN DEL PROFESOR.....	17
<b>8. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.....</b>	<b>17</b>
<b>9. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRACURRICULARES .....</b>	<b>17</b>

## 1. INTRODUCCIÓN

Esta programación desarrolla los contenidos del módulo profesional de Gestión de compras del Ciclo Formativo de Actividades Comerciales (regulado por el Real Decreto 1688/2011 y el Decreto 50/2014), perteneciente a la familia de Comercio y Marketing.

La competencia general de este título es la siguiente:

- 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.

### 1.1. Identificación del módulo

El módulo Gestión de compras pertenece al primer curso del Ciclo Formativo de Grado Medio correspondiente al Título de Actividades Comerciales. Consta de 115 horas, las cuales se reparten en 3 horas semanales.

La programación tiene en cuenta tanto la formación inicial del alumnado, como el entorno productivo del centro educativo y los recursos con los que cuenta el centro.

### 1.2. Análisis del entorno

El IES Aldebarán está ubicado entre Toledo y el sur de Madrid, y recibe a estudiantes de diversas localidades como Fuensalida, Santa Cruz del Retamar, Portillo, Villamiel y Huecas. Desde su fundación hace 31 años, ha experimentado un crecimiento significativo, presentando una alta demanda de espacio que se refleja en el uso de aulas prefabricadas y en la rotación de espacios para distintas enseñanzas.

El instituto cuenta con un edificio principal y tres secundarios, además de varios laboratorios y aulas especializadas. Sin embargo, enfrenta el desafío de acomodar a cerca de 950 alumnos, lo que dificulta la comodidad y organización del espacio. La comunidad estudiantil varía, con un predominio de familias de trabajadores del sector servicios, aunque también hay un número significativo de estudiantes provenientes de contextos familiares desfavorecidos.

La crisis económica ha afectado la comunicación y participación de las familias en el proceso educativo, mostrando una tendencia a la baja en las visitas a tutores, y en algunos casos, familias que se desentienden de sus responsabilidades. El centro promueve actividades culturales y educativas a través de la Asociación de Madres y Padres de Alumnos.

El alumnado del IES ha cambiado en los últimos años, incluyendo una mayor representación de inmigrantes y alumnos que llegan durante el año escolar. La plantilla docente, compuesta por 106 profesores, muestra estabilidad, lo que contribuye a la calidad educativa. Sin embargo, el personal de limpieza es insuficiente para mantener las instalaciones adecuadamente. A pesar de estos desafíos, el profesorado valora positivamente la implicación de muchas familias y el uso de plataformas de comunicación que facilitan la interacción.

## 2. OBJETIVOS

Los objetivos generales por los que se rige este módulo son los siguientes:

- g) Acopiar y procesar datos de previsiones de demanda y compras a proveedores, utilizando tecnologías de la información y comunicación para garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio.
- h) Identificar y elegir los mejores proveedores y/o suministradores, negociando las ofertas y condiciones de suministro para realizar las compras necesarias que mantengan el nivel de servicio establecido en función de la demanda de los clientes o consumidores.

- 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.
- 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.

### 3. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES

Las competencias profesionales, personales y sociales relacionadas con este módulo son las siguientes:

- e) Garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio, previendo las necesidades de compra para mantener el nivel de servicio que requiere la atención a la demanda de los clientes o consumidores.
- 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.

### 4. CONTENIDOS

Los contenidos impartidos en este módulo son los siguientes:

BLOQUES	CONTENIDOS (en negrita están marcados los contenidos mínimos)
1. Determinación de las necesidades de compra de un pequeño establecimiento comercial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>La función logística en la empresa.</b></li> <li>• <b>Calidad total y just in time.</b></li> <li>• <b>Los costes logísticos.</b> Costes directos e indirectos. Fijos y variables.</li> <li>• <b>El ciclo de compras.</b></li> <li>• <b>Variables de calidad y nivel de servicio.</b></li> <li>• <b>Stock óptimo y mínimo.</b></li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indicadores de gestión de pedidos: <b>indicadores de necesidades de reposición en el punto de venta</b>. Índice de cobertura. Índice de rotación. Índice de rotura de stocks. Índice de obsolescencia.</li> <li>• <b>La previsión de ventas.</b></li> <li>• <b>Tendencias.</b></li> <li>• <b>Variación en la demanda.</b></li> <li>• <b>Técnicas de inferencia estadística.</b></li> <li>• El terminal de punto de venta como medio para estimar las compras.</li> <li>• <b>El programa de pedidos.</b></li> </ul>
2. Realización de planes de aprovisionamiento de mercaderías	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Centrales de compra.</b></li> <li>• <b>Mayoristas y abastecimiento al por mayor.</b></li> <li>• <b>Internet como canal de compra.</b></li> <li>• Variaciones de la demanda.</li> <li>• <b>Determinación de necesidades de compra: volumen de pedido, precio, capacidad y coste de almacenamiento, y plazo de entrega.</b></li> <li>• <b>Selección de proveedores.</b></li> <li>• <b>Criterios de selección.</b></li> <li>• Etapas del proceso de negociación con proveedores.</li> <li>• Preparación de la negociación.</li> <li>• Solicitud de ofertas.</li> <li>• <b>Técnicas de negociación de las condiciones de suministro.</b></li> </ul>
3. Tramitación de la documentación de compra de mercaderías	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>El contrato de suministro.</b></li> <li>• <b>Pliego de condiciones de aprovisionamiento.</b></li> <li>• <b>Gestión administrativa de pedidos.</b></li> <li>• Ofertas.</li> <li>• Catálogos de productos.</li> <li>• <b>Técnicas de comunicación en la tramitación de las compras.</b></li> <li>• Comunicación escrita.</li> <li>• Comunicación verbal y no verbal.</li> <li>• Comunicación telemática.</li> <li>• <b>Órdenes de compra y pedido.</b></li> <li>• Avisos de envío o recepción.</li> <li>• <b>Albaranes de entrega.</b></li> <li>• <b>Facturas.</b></li> </ul>
4. Gestión y control del proceso de recepción de pedidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>La recepción de pedidos.</b></li> <li>• <b>La inspección de mercaderías.</b></li> <li>• <b>Incidencias en los pedidos.</b></li> <li>• Medios de comunicación de incidencias.</li> <li>• <b>La pérdida desconocida.</b></li> <li>• <b>Desembalaje de productos.</b></li> <li>• Herramientas de desembalaje.</li> <li>• <b>Normativa medioambiental en el desembalaje de mercaderías.</b></li> <li>• <b>Aplicaciones informáticas de gestión de almacenes.</b></li> </ul>
5. Comprobación de la idoneidad de la rentabilidad del surtido implantado en el establecimiento comercial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Índices de gestión de ventas.</b></li> <li>• Objetivos y cálculo.</li> <li>• Bases de datos de información de productos.</li> <li>• <b>Ratios de gestión de productos.</b></li> <li>• <b>Índice de circulación.</b></li> <li>• <b>Índice de atracción.</b></li> <li>• <b>Índice de compra.</b></li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tasa de marca.</li> <li>• <b>Ratio de productividad del lineal.</b></li> <li>• <b>Índice de rentabilidad del lineal.</b></li> <li>• <b>Ratio de beneficio del lineal.</b></li> <li>• <b>Índice de rentabilidad del lineal desarrollado.</b></li> <li>• <b>Rendimiento del lineal.</b></li> <li>• <b>Seguimiento del surtido.</b></li> <li>• <b>Análisis ABC.</b></li> <li>• Regla 20/80.</li> <li>• Análisis de la cartera de productos.</li> <li>• <b>Análisis DAFO de referencias.</b></li> <li>• <b>Detección de productos obsoletos y productos poco rentables.</b></li> <li>• <b>Incorporación de innovaciones y novedades a la gama de productos.</b></li> </ul>
6. Realización de la gestión de compraventa de un establecimiento comercial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Software útil para terminales punto de venta.</b></li> <li>• <b>Gestión integrada del aprovisionamiento.</b></li> <li>• <b>Datos necesarios para crear una empresa en el terminal de punto de venta.</b></li> <li>• <b>Alta de almacenes, proveedores, artículos y clientes, entre otros.</b></li> <li>• <b>Periféricos del terminal de punto de venta.</b></li> <li>• El lector de código de barras.</li> <li>• Pantalla táctil.</li> <li>• Caja registradora.</li> <li>• Impresora de ticket.</li> <li>• Las balanzas.</li> <li>• El visor.</li> <li>• <b>Gestión de pedidos, albaranes, facturas y medios de pago en el terminal de punto de venta.</b></li> <li>• <b>Las promociones con el terminal de punto de venta.</b></li> <li>• <b>El cobro de mercaderías con el terminal de punto de venta.</b></li> <li>• <b>Presupuestos a clientes.</b></li> <li>• Pedidos de clientes.</li> <li>• Albaranes a clientes.</li> <li>• Facturas a clientes.</li> <li>• Facturas rectificativas.</li> <li>• Abonos a clientes.</li> <li>• Gestión de garantías.</li> <li>• Trazabilidad.</li> <li>• <b>Configuración de terminales punto de venta.</b></li> <li>• <b>Tickets:</b> Cabecera. Cuerpo. Pie.</li> <li>• <b>Caja.</b> Movimientos de caja. Cierre y arqueo. Asientos de cierre. Vuelco a disco. Importar.</li> <li>• <b>Confección de estadísticas e informes de compras, ventas y almacén.</b></li> <li>• <b>Generación de gráficos estadísticos.</b></li> <li>• Otras aplicaciones ofimáticas de gestión comercial, de aprovisionamiento y de almacén para pequeños comercios.</li> </ul>

#### 4.1. Agrupamientos, temporalización y secuenciación de contenidos

##### Agrupamientos

Se impartirán los contenidos, anteriormente mencionados, al grupo clase en el aula de referencia o en el aula taller, en función de lo adecuado en ese momento.

##### Temporalización

El currículo del CFGM Actividades Comerciales, establece una cantidad de 115 horas para este módulo. La temporalización, a priori, de cada una de las unidades de trabajo es:

UNIDAD DE TRABAJO	Nº DE HORAS	EVALUACIÓN
1. La gestión de compras en la pequeña empresa.	12	Primera
2. Previsión de la demanda y gestión de stock.	12	
3. El canal de distribución.	12	
4. Selección de proveedores.	12	Segunda
5. El contrato de compraventa.	12	
6. Técnicas de comunicación en la tramitación de compras.	12	
7. Los documentos relacionados con la compraventa.	12	Tercera
8. Los medios de cobro y pago en la compraventa.	7	
9. La recepción de pedido.	12	
10. La gestión del surtido.	12	

##### Contenidos secuenciados en unidades de trabajo

Los Resultados de Aprendizaje (R.A.) están relacionados con determinados contenidos. A su vez, los contenidos los secuenciamos en Unidades de Trabajo (U.T.).

UNIDAD DE TRABAJO 1: "La gestión de compras en la pequeña empresa"	
R.A.	CONTENIDOS (en negrita están marcados los contenidos mínimos)
1. Determina las necesidades de compra de un pequeño establecimiento comercial, realizando previsiones de ventas a partir de datos históricos, tendencias, capacidad del punto de venta y rotación, entre otros.	<ul style="list-style-type: none"> <li>La función logística en la empresa.</li> <li>Calidad total y just in time.</li> <li>Los costes logísticos. Costes directos e indirectos. Fijos y variables.</li> <li>El ciclo de compras.</li> <li>Variables de calidad y nivel de servicio.</li> </ul>

### UNIDAD DE TRABAJO 2: "Previsión de la demanda y gestión de stock"

R.A.	CONTENIDOS (en negrita están marcados los contenidos mínimos)
1. Determina las necesidades de compra de un pequeño establecimiento comercial, realizando previsiones de ventas a partir de datos históricos, tendencias, capacidad del punto de venta y rotación, entre otros.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Stock óptimo y mínimo.</b></li> <li>• Indicadores de gestión de pedidos: <b>indicadores de necesidades de reposición en el punto de venta.</b> Índice de cobertura. Índice de rotación. Índice de rotura de stocks. Índice de obsolescencia.</li> <li>• <b>La previsión de ventas.</b></li> <li>• <b>Tendencias.</b></li> <li>• <b>Variación en la demanda.</b></li> <li>• <b>Técnicas de inferencia estadística.</b></li> <li>• El terminal de punto de venta como medio para estimar las compras.</li> <li>• <b>El programa de pedidos.</b></li> </ul>

### UNIDAD DE TRABAJO 3: "El canal de distribución"

R.A.	CONTENIDOS (en negrita están marcados los contenidos mínimos)
2. Realización de planes de aprovisionamiento de mercaderías	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Centrales de compra.</b></li> <li>• <b>Mayoristas y abastecimiento al por mayor.</b></li> <li>• <b>Internet como canal de compra.</b></li> <li>• Variaciones de la demanda.</li> <li>• <b>Determinación de necesidades de compra: volumen de pedido, precio, capacidad y coste de almacenamiento, y plazo de entrega.</b></li> </ul>

### UNIDAD DE TRABAJO 4: "Selección de proveedores"

R.A.	CONTENIDOS (en negrita están marcados los contenidos mínimos)
2. Realización de planes de aprovisionamiento de mercaderías	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Selección de proveedores.</b></li> <li>• <b>Criterios de selección.</b></li> <li>• Etapas del proceso de negociación con proveedores.</li> <li>• Preparación de la negociación.</li> <li>• Solicitud de ofertas.</li> <li>• <b>Técnicas de negociación de las condiciones de suministro.</b></li> </ul>

### UNIDAD DE TRABAJO 5: "El contrato de compraventa"

R.A.	CONTENIDOS (en negrita están marcados los contenidos mínimos)
3. Tramitación de la documentación de compra de mercaderías	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>El contrato de suministro.</b></li> <li>• <b>Pliego de condiciones de aprovisionamiento.</b></li> <li>• <b>Gestión administrativa de pedidos.</b></li> <li>• Ofertas.</li> <li>• Catálogos de productos.</li> </ul>



UNIDAD DE TRABAJO 6: “Técnicas de comunicación en la tramitación de compras”	
R.A.	CONTENIDOS (en negrita están marcados los contenidos mínimos)
3. Tramitación de la documentación de compra de mercaderías	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Técnicas de comunicación en la tramitación de las compras.</b></li> <li>• Comunicación escrita.</li> <li>• Comunicación verbal y no verbal.</li> <li>• Comunicación telemática.</li> </ul>

UNIDAD DE TRABAJO 7: “Los documentos relacionados con la compraventa”	
R.A.	CONTENIDOS (en negrita están marcados los contenidos mínimos)
3. Tramitación de la documentación de compra de mercaderías	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Órdenes de compra y pedido.</b></li> <li>• Avisos de envío o recepción.</li> <li>• <b>Albaranes de entrega.</b></li> <li>• <b>Facturas.</b></li> </ul>
6. Realización de la gestión de compraventa de un establecimiento comercial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Gestión de pedidos, albaranes, facturas y medios de pago en el terminal de punto de venta.</b></li> <li>• Pedidos de clientes.</li> <li>• Albaranes a clientes.</li> <li>• Facturas a clientes.</li> <li>• Facturas rectificativas.</li> <li>• Abonos a clientes.</li> <li>• Gestión de garantías.</li> <li>• Trazabilidad.</li> </ul>

UNIDAD DE TRABAJO 8: “Los medios de cobro y pago en la compraventa”	
R.A.	CONTENIDOS (en negrita están marcados los contenidos mínimos)
6. Realización de la gestión de compraventa de un establecimiento comercial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Software útil para terminales punto de venta.</b></li> <li>• <b>Gestión integrada del aprovisionamiento.</b></li> <li>• <b>Datos necesarios para crear una empresa en el terminal de punto de venta.</b></li> <li>• <b>Alta de almacenes, proveedores, artículos y clientes, entre otros.</b></li> <li>• <b>Periféricos del terminal de punto de venta.</b></li> <li>• El lector de código de barras.</li> <li>• Pantalla táctil.</li> <li>• Caja registradora.</li> <li>• Impresora de ticket.</li> <li>• Las balanzas.</li> <li>• El visor.</li> <li>• <b>Gestión de pedidos, albaranes, facturas y medios de pago en el terminal de punto de venta.</b></li> <li>• <b>Las promociones con el terminal de punto de venta.</b></li> <li>• <b>El cobro de mercaderías con el terminal de punto de venta.</b></li> <li>• <b>Presupuestos a clientes.</b></li> <li>• <b>Configuración de terminales punto de venta.</b></li> <li>• <b>Tickets:</b> Cabecera. Cuerpo. Pie.</li> <li>• <b>Caja.</b> Movimientos de caja. Cierre y arqueo. Asientos de cierre. Vuelco a disco. Importar.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Confección de estadísticas e informes de compras, ventas y almacén.</b></li> <li>• <b>Generación de gráficos estadísticos.</b></li> <li>• Otras aplicaciones ofimáticas de gestión comercial, de aprovisionamiento y de almacén para pequeños comercios.</li> </ul>
--	---

UNIDAD DE TRABAJO 9: "La recepción de pedido"	
R.A.	CONTENIDOS (en negrita están marcados los contenidos mínimos)
4. Gestión y control del proceso de recepción de pedidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>La recepción de pedidos.</b></li> <li>• <b>La inspección de mercaderías.</b></li> <li>• <b>Incidencias en los pedidos.</b></li> <li>• Medios de comunicación de incidencias.</li> <li>• <b>La pérdida desconocida.</b></li> <li>• <b>Desembalaje de productos.</b></li> <li>• Herramientas de desembalaje.</li> <li>• <b>Normativa medioambiental en el desembalaje de mercaderías.</b></li> <li>• <b>Aplicaciones informáticas de gestión de almacenes.</b></li> </ul>

UNIDAD DE TRABAJO 10: "La gestión del surtido"	
R.A.	CONTENIDOS (en negrita están marcados los contenidos mínimos)
5. Comprobación de la idoneidad de la rentabilidad del surtido implantado en el establecimiento comercial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Índices de gestión de ventas.</b></li> <li>• Objetivos y cálculo.</li> <li>• Bases de datos de información de productos.</li> <li>• <b>Ratios de gestión de productos.</b></li> <li>• <b>Índice de circulación.</b></li> <li>• <b>Índice de atracción.</b></li> <li>• <b>Índice de compra.</b></li> <li>• Tasa de marca.</li> <li>• <b>Ratio de productividad del lineal.</b></li> <li>• <b>Índice de rentabilidad del lineal.</b></li> <li>• <b>Ratio de beneficio del lineal.</b></li> <li>• <b>Índice de rentabilidad del lineal desarrollado.</b></li> <li>• <b>Rendimiento del lineal.</b></li> <li>• <b>Seguimiento del surtido.</b></li> <li>• <b>Análisis ABC.</b></li> <li>• Regla 20/80.</li> <li>• Análisis de la cartera de productos.</li> <li>• <b>Análisis DAFO de referencias.</b></li> <li>• <b>Detección de productos obsoletos y productos poco rentables.</b></li> <li>• <b>Incorporación de innovaciones y novedades a la gama de productos.</b></li> </ul>

## 5. RESULTADOS DEL APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Los resultados de aprendizaje (R.A.) se evalúan a través de criterios de evaluación (C.E.). Los específicos para este módulo son los siguientes:

R.A.	C.E.
<b>1. Determina las necesidades de compra de un pequeño establecimiento comercial, realizando previsiones de ventas a partir de datos históricos, tendencias, capacidad del punto de venta y rotación, entre otros.</b>	<p>a) Se ha organizado la información recogida diariamente de las ventas realizadas y las existencias de mercaderías en el almacén de la tienda, utilizando aplicaciones de gestión de pequeños establecimientos y del terminal punto de venta.</p> <p>b) Se han realizado previsiones de ventas de la tienda, analizando la información recogida y utilizando técnicas de inferencia estadística.</p> <p>c) Se han determinado periodos de mayor y menor demanda comercial en función de la estacionalidad y de la evolución de la actividad comercial de la zona.</p> <p>d) Se han utilizado hojas de cálculo para comparar las cifras de las ventas previstas y las reales.</p> <p>e) Se han identificado las causas de las posibles desviaciones detectadas entre las cifras de las ventas previstas y las reales.</p> <p>f) Se ha determinado el stock óptimo y el mínimo de cada referencia de mercaderías en función de la demanda, la rotación del producto y la capacidad del almacén.</p> <p>g) Se ha realizado la programación de compras de mercaderías con suficiente antelación y periodicidad para asegurar el abastecimiento de la tienda.</p> <p>h) Se han identificado los costes principales provocados por la rotura de stocks de una determinada referencia en el punto de venta.</p>
<b>2. Realiza planes de aprovisionamiento de mercaderías, utilizando técnicas de selección de proveedores que garanticen el suministro permanente y periódico de la tienda.</b>	<p>a) Se han establecido criterios de selección de proveedores a partir de las fuentes disponibles.</p> <p>b) Se han utilizado aplicaciones ofimáticas generales, como bases de datos y hojas de cálculo, para seleccionar y/o actualizar la información de proveedores.</p> <p>c) Se han solicitado ofertas a proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra mediante medios convencionales o telemáticos.</p> <p>d) Se han utilizado técnicas de negociación en la solicitud de ofertas a proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra, concretando los requisitos necesarios y las condiciones del suministro de mercaderías.</p> <p>e) Se ha determinado la oferta más ventajosa, comparando las condiciones ofrecidas por los proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra.</p> <p>f) Se ha establecido un procedimiento de comunicación y tramitación de los pedidos a los proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra.</p> <p>g) Se han determinado los documentos necesarios para formalizar la compra de mercaderías en los que se reflejen las condiciones acordadas y se detalle la responsabilidad de las partes.</p>
<b>3. Tramita la documentación de compra de mercaderías, realizando pedidos, controlando</b>	<p>a) Se han determinado cuáles son los tipos de documentos utilizados en la compra y suministro de mercaderías de pequeños comercios.</p>

<p><b>albaranes y haciendo efectivas facturas según los procedimientos seguidos habitualmente con proveedores o centrales de compra.</b></p>	<p>b) Se han realizado los documentos necesarios en el proceso de compra de mercaderías utilizando aplicaciones ofimáticas.</p> <p>c) Se han identificado los medios de comunicación con proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra, habituales en el proceso de compra.</p> <p>d) Se han interpretado facturas de proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra, comprendiendo la responsabilidad que conlleva cada cláusula incluida en ellas.</p> <p>e) Se han determinado los documentos accesorios de transporte, notas de gastos en las operaciones de compras a proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra.</p> <p>f) Se han conservado en soporte informático las facturas electrónicas emitidas por proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra.</p> <p>g) Se han identificado los medios de pago utilizados habitualmente en las facturas de proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra.</p>
<p><b>4. Gestiona y controla el proceso de recepción de pedidos, verificándolos de acuerdo con los criterios comerciales establecidos con los proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra.</b></p>	<p>a) Se ha comprobado la correspondencia entre el pedido realizado y la mercancía recibida en cuanto a cantidad, plazo de entrega, calidad y precio.</p> <p>b) Se han identificado las posibles incidencias en la recepción del pedido.</p> <p>c) Se ha establecido un procedimiento para la comunicación y resolución de incidencias con el proveedor.</p> <p>d) Se han determinado las herramientas o utensilios necesarios en cada caso para el desembalaje de las mercaderías, previniendo daños o roturas.</p> <p>e) Se han identificado las medidas necesarias que deben tomarse durante el desembalaje de las mercaderías para respetar la normativa vigente de carácter medioambiental.</p> <p>f) Se ha informatizado la recepción de mercaderías, facilitando su posterior almacenamiento y gestión del stock disponible.</p>
<p><b>5. Comprueba la idoneidad del surtido implantado en el establecimiento comercial, calculando su rentabilidad y detectando productos caducados, obsoletos y oportunidades de nuevos productos.</b></p>	<p>a) Se ha calculado la rentabilidad de los productos ofertados, utilizando ratios elementales de las cifras de ventas y márgenes de beneficios.</p> <p>b) Se ha valorado el atractivo de los productos ofertados, entrevistando o encuestando a los clientes.</p> <p>c) Se ha sistematizado la información obtenida sobre nuevas tendencias e innovaciones de productos, acudiendo a ferias sectoriales y consultando publicaciones especializadas, fuentes online y otras fuentes.</p> <p>d) Se ha elaborado un plan de revisión de productos caducados o con riesgo de obsolescencia, analizando las ventas del periodo y la satisfacción de los clientes.</p> <p>e) Se ha elaborado un plan de liquidación de productos, estableciendo las acciones necesarias y los plazos de ejecución.</p> <p>f) Se ha obtenido información comercial dentro de la zona de influencia del comercio de los productos ofertados por la competencia, comparándolos con la propia oferta.</p> <p>g) Se han establecido criterios de incorporación de nuevos productos al surtido, valorando la rentabilidad ofertada y su complementariedad.</p>

<p><b>6. Realiza la gestión de compraventa de un establecimiento comercial, utilizando el terminal punto de venta (TPV).</b></p>	<p>a) Se ha instalado el software adecuado en el terminal punto de venta para gestionar las operaciones comerciales de un pequeño establecimiento.</p> <p>b) Se ha creado una empresa nueva en el terminal punto de venta, configurando todos los parámetros requeridos para su normal funcionamiento.</p> <p>c) Se han dado de alta almacenes, proveedores, artículos y clientes entre otros, introduciendo los datos requeridos en cada caso.</p> <p>d) Se han configurado los periféricos del terminal punto de venta, disponiéndolos de forma ergonómica en el puesto de trabajo.</p> <p>e) Se han realizado compras a proveedores siguiendo el proceso completo desde el pedido hasta la contabilización de la factura.</p> <p>f) Se han diseñado promociones de mercaderías recogidas en el terminal punto de venta.</p> <p>g) Se han realizado tareas de cobro de mercaderías a través del terminal punto de venta.</p> <p>h) Se han hecho modificaciones en los precios, en las cualidades de los productos, en el ticket y en las facturas emitidas originalmente configuradas.</p>
--	--

## 6. METODOLOGÍA

### 6.1. Actividades

Actividades se llevarán a cabo los siguientes tipos de actividades:

- **Actividades de desarrollo:** Para profundizar en los contenidos de un tema.
- **Actividades de síntesis:** El alumno establece la relación entre los contenidos aprendidos, así como la contrastación con los que tenía.
- **Actividades de ampliación:** Para que los alumnos con un ritmo más rápido de lo normal puedan profundizar en su aprendizaje, manteniendo el interés en clase. Se proporcionará más ejercicios prácticos y de mayor profundización, así como trabajos de investigación sobre aspectos relacionados con los contenidos a tratar en cada unidad de trabajo.
- **Actividades de evaluación:** Dirigidas a la evaluación formativa que no estuvieron cubiertas por las actividades de aprendizaje de los tipos anteriores (inicial, continua y final de cada unidad de trabajo).
- **Actividades de recuperación:** Para ayudar a los alumnos con un ritmo más lento de lo establecido a alcanzar los mínimos exigibles, se facilitará una relación de ejercicios de recuperación y actividades que les ayuden a afianzar los temas tratados.

### 6.2. Organización de espacios

Este módulo se impartirá en el aula de referencia del grupo (aula polivalente) y, en caso de ser necesario, en el aula taller.

### 6.3. Materiales y recursos didácticos

El aula de referencia del grupo cuenta con:

- Pizarra.
- Pizarra digital.
- Proyector.
- Ordenadores portátiles.

Además, se hará uso de material fungible y diferentes programas informáticos.

El libro de referencia es: “Gestión de compras” de la editorial McGraw Hill y cuyo ISBN es 9788448624262.

## — 7. EVALUACIÓN

### 7.1. Procedimientos de evaluación

#### **Evaluación continua**

- A lo largo del desarrollo de las Unidades de Trabajo se emplearán instrumentos adecuados para la correcta evaluación de cada CE (pruebas escritas, trabajos, prácticas, actividades de clase, observación directa, proyectos, exposiciones en clase...)
- Todos estos instrumentos tendrán asociada una calificación que se irá recogiendo en hoja de cálculo.
- En la medida de lo posible, los trabajos serán expuestos en clase.
- La evaluación será formativa, informando a los alumnos de los puntos fuertes (para consolidarlos) y de los puntos débiles (para mejorarlos) en cada una de las entregas, bien por escrito a través del aula virtual o de modo verbal en clase.
- A la hora de calificar una práctica, el profesor podrá solicitar al alumno que realice una defensa de la misma. El alumno tendrá que explicar cómo ha realizado la práctica y deberá contestar a las preguntas relacionadas con la práctica que le haga el profesor. La calificación se hará en función de esta defensa.
- No se recogerán entregas fuera de plazo. En caso de que tengan relación con algún CE básico, se le informará al alumno sobre modo de proceder, que podrá ser:
  - Entrega y defensa de la misma el día asignado para recuperaciones.
- Se realizará una prueba escrita, y en algunos casos práctica, por cada Unidad de Trabajo impartida y para aprobar el módulo se deberá aprobar cada uno de los apartados de los que constará la nota.
- No se repetirán las pruebas que el alumno no haya podido realizar en tiempo y hora y por tanto pasará directamente a la recuperación, a menos que entregue un justificante oficial.

#### **Instrumentos de evaluación:**

- Prueba escrita de cada una de las Unidades de Trabajo.
- Pruebas prácticas relacionadas con los contenidos impartidos.
- Exposición de trabajos.
- Observación.

### 7.2. Criterios de calificación y recuperación

Por norma general, cada CE será evaluado por medio de varios instrumentos de evaluación. En el caso de que un alumno/a no haya superado todos los criterios, pero su calificación media sea igual o superior a 5, entonces se le asignarán tareas de refuerzo de los criterios no superados.

Cada CE se evalúa con una nota del 0 al 10 y cada uno tiene un peso dentro del R.A. En caso de no superar el RA, pasará a recuperarlo en la primera evaluación ordinaria.

En la siguiente tabla se asigna un porcentaje de la calificación final del módulo a cada uno de los RRAA y, además, un porcentaje de la nota del R.A. a cada uno de los C.E.

R.A.	% SOBRE NOTA FINAL	C.E.	% SOBRE EL R.A.
1	17,5%	a) Se ha organizado la información recogida diariamente de las ventas realizadas y las existencias de mercaderías en el almacén de la tienda, utilizando aplicaciones de gestión de pequeños establecimientos y del terminal punto de venta.	12,5%
		b) Se han realizado previsiones de ventas de la tienda, analizando la información recogida y utilizando técnicas de inferencia estadística.	12,5%
		c) Se han determinado periodos de mayor y menor demanda comercial en función de la estacionalidad y de la evolución de la actividad comercial de la zona.	12,5%
		d) Se han utilizado hojas de cálculo para comparar las cifras de las ventas previstas y las reales.	12,5%
		e) Se han identificado las causas de las posibles desviaciones detectadas entre las cifras de las ventas previstas y las reales.	12,5%
		f) Se ha determinado el stock óptimo y el mínimo de cada referencia de mercaderías en función de la demanda, la rotación del producto y la capacidad del almacén.	12,5%
		g) Se ha realizado la programación de compras de mercaderías con suficiente antelación y periodicidad para asegurar el abastecimiento de la tienda.	12,5%
		h) Se han identificado los costes principales provocados por la rotura de stocks de una determinada referencia en el punto de venta.	12,5%
2	16,5%	a) Se han establecido criterios de selección de proveedores a partir de las fuentes disponibles.	14,29%
		b) Se han utilizado aplicaciones ofimáticas generales, como bases de datos y hojas de cálculo, para seleccionar y/o actualizar la información de proveedores.	14,29%
		c) Se han solicitado ofertas a proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra mediante medios convencionales o telemáticos.	14,29%
		d) Se han utilizado técnicas de negociación en la solicitud de ofertas a proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra, concretando los requisitos necesarios y las condiciones del suministro de mercaderías.	14,29%

		e) Se ha determinado la oferta más ventajosa, comparando las condiciones ofrecidas por los proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra.	14,29%
		f) Se ha establecido un procedimiento de comunicación y tramitación de los pedidos a los proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra.	14,29%
		g) Se han determinado los documentos necesarios para formalizar la compra de mercaderías en los que se reflejen las condiciones acordadas y se detalle la responsabilidad de las partes.	14,29%
<b>3</b>	16,5%	a) Se han determinado cuáles son los tipos de documentos utilizados en la compra y suministro de mercaderías de pequeños comercios.	14,29%
		b) Se han realizado los documentos necesarios en el proceso de compra de mercaderías utilizando aplicaciones ofimáticas.	14,29%
		c) Se han identificado los medios de comunicación con proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra, habituales en el proceso de compra.	14,29%
		d) Se han interpretado facturas de proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra, comprendiendo la responsabilidad que conlleva cada cláusula incluida en ellas.	14,29%
		e) Se han determinado los documentos accesorios de transporte, notas de gastos en las operaciones de compras a proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra.	14,29%
		f) Se han conservado en soporte informático las facturas electrónicas emitidas por proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra.	14,29%
		g) Se han identificado los medios de pago utilizados habitualmente en las facturas de proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra.	14,29%
<b>4</b>	16,5%	a) Se ha comprobado la correspondencia entre el pedido realizado y la mercancía recibida en cuanto a cantidad, plazo de entrega, calidad y precio.	14,29%
		b) Se han identificado las posibles incidencias en la recepción del pedido.	14,29%
		c) Se ha establecido un procedimiento para la comunicación y resolución de incidencias con el proveedor.	14,29%
		d) Se han determinado las herramientas o utensilios necesarios en cada caso para el desembalaje de las mercaderías, previniendo daños o roturas.	14,29%
		e) Se han identificado las medidas necesarias que deben tomarse durante el desembalaje de las mercaderías para respetar la normativa vigente de carácter medioambiental.	14,29%



		f) Se ha informatizado la recepción de mercaderías, facilitando su posterior almacenamiento y gestión del stock disponible.	14,29%
5	16,5%	a) Se ha calculado la rentabilidad de los productos ofertados, utilizando ratios elementales de las cifras de ventas y márgenes de beneficios.	14,29%
		b) Se ha valorado el atractivo de los productos ofertados, entrevistando o encuestando a los clientes.	14,29%
		c) Se ha sistematizado la información obtenida sobre nuevas tendencias e innovaciones de productos, acudiendo a ferias sectoriales y consultando publicaciones especializadas, fuentes online y otras fuentes.	14,29%
		d) Se ha elaborado un plan de revisión de productos caducados o con riesgo de obsolescencia, analizando las ventas del periodo y la satisfacción de los clientes.	14,29%
		e) Se ha elaborado un plan de liquidación de productos, estableciendo las acciones necesarias y los plazos de ejecución.	14,29%
		f) Se ha obtenido información comercial dentro de la zona de influencia del comercio de los productos ofertados por la competencia, comparándolos con la propia oferta.	14,29%
		g) Se han establecido criterios de incorporación de nuevos productos al surtido, valorando la rentabilidad ofertada y su complementariedad.	14,29%
6	16,5%	a) Se ha instalado el software adecuado en el terminal punto de venta para gestionar las operaciones comerciales de un pequeño establecimiento.	14,29%
		b) Se ha creado una empresa nueva en el terminal punto de venta, configurando todos los parámetros requeridos para su normal funcionamiento.	14,29%
		c) Se han dado de alta almacenes, proveedores, artículos y clientes entre otros, introduciendo los datos requeridos en cada caso.	14,29%
		d) Se han configurado los periféricos del terminal punto de venta, disponiéndolos de forma ergonómica en el puesto de trabajo.	14,29%
		e) Se han realizado compras a proveedores siguiendo el proceso completo desde el pedido hasta la contabilización de la factura.	14,29%
		f) Se han diseñado promociones de mercaderías recogidas en el terminal punto de venta.	14,29%
		g) Se han realizado tareas de cobro de mercaderías a través del terminal punto de venta.	14,29%

### 7.3. Actividades de recuperación.

Aquellos alumnos que hayan contabilizado un 20% de faltas de asistencia, perderán el derecho a la evaluación continua, debiendo presentarse a la evaluación ordinaria, donde deberán realizar una prueba y la entrega de los trabajos exigidos durante el curso.

Aquellos alumnos que hayan promocionado a segundo curso con el módulo no superado deberán examinarse de todos los contenidos del módulo y presentar los trabajos propuestos (si no lo hubiesen hecho).

### 7.4. Evaluación del profesor

Se realizará una evaluación final de la labor docente del profesor/a a través de un cuestionario.

## 8. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

En todas las etapas del sistema educativo la diversidad de nuestro alumnado se manifiesta de muchas formas: diferencia de capacidades, de intereses, de expectativas, de motivaciones, de estilos de aprendizaje...Y estas diferencias se acrecientan en niveles educativos superiores.

Pero, por otro lado, se debe tener en cuenta que, en los ciclos formativos de FP, las motivaciones e intereses son muy similares (obtener una formación y una titulación que les permita acceder al mercado laboral de un sector productivo muy concreto). Es por ello, que para los Ciclos Formativos no están previstas las Adaptaciones Curriculares Significativas.

Otro asunto, son los alumnos que pudieran tener algún tipo de deficiencia física, debemos tener abierta la posibilidad para, de acuerdo con la dirección del centro, realizar las adaptaciones espaciales que sean necesarias para mejorar la accesibilidad y la movilidad, de forma similar, realizar las adaptaciones necesarias para aquellos otros alumnos que tengan deficiencia en la vista, oído, movilidad de articulaciones superiores, etc.

Otro aspecto relacionado con la diversidad del alumnado que no queremos dejar de tratar es la presencia de alumnos extranjeros. Para enfrentarse al problema que su presencia puede suponer para la acción docente, podemos recurrir a:

- Emplear iconografía, figuras...y todo tipo de recursos visuales.
- Ubicar al alumno cerca del profesor y de la pizarra.
- Empleo con ellos de técnicas de observación sistemática.
- Intentar adaptar las actividades a estos alumnos mediante imágenes, breves explicaciones individuales, etc.

## 9. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRACURRICULARES

Las actividades complementarias y extracurriculares se contemplan en la programación de departamento.