

FAMILIA PROFESIONAL

DE

COMERCIO Y MARKETING

PROGRAMACIÓN DEL  
2º CICLO FORMATIVO FORMACIÓN  
PROFESIONAL BÁSICA

CENTRO: I.E.S. VIGAN  
CURSO: 2020-21  
MÓDULO: ATENCIÓN AL CLIENTE

ÍNDICE:

- 1.- INTRODUCCIÓN
- 2.- IDENTIFICACIÓN DEL TÍTULO
- 3.- COMPETENCIA GENERAL DEL TÍTULO
- 4.- CONTEXTUALIZACIÓN DEL MÓDULO FORMATIVO
- 5.- OBJETIVOS GENERALES DEL MÓDULO
- 6.- OCUPACIONES Y PUESTOS DE TRABAJO QUE PUEDE DESARROLLAR
- 7.- UNIDADES DE COMPETENCIA ASOCIADAS
- 8.- TEMPORALIZACIÓN
- 9.- PROGRAMACIÓN DE LAS UNIDADES DE TRABAJO
- 10.- METODOLOGÍA
- 11.- EVALUACIÓN
- 12.- ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD
- 13.- ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.

## 1.- INTRODUCCIÓN

El presente documento es una guía didáctica del módulo profesional de "Atención al Cliente" del Título Profesional Básico en Servicios Comerciales, perteneciente a la familia profesional de Comercio y Marketing.

La referencia normativa que rige este módulo es el Real Decreto 127/2014 de 28 de febrero, así como los currículos publicados con posterioridad.

## 2.- IDENTIFICACIÓN DEL TÍTULO

Denominación: Servicios Comerciales.

Nivel: Formación Profesional Básica.

Duración: 2.000 horas.

Familia Profesional: Comercio y Marketing

Referente europeo: CINE-3.5.3. (Clasificación Internacional Normalizada de la Educación).

## 3.- COMPETENCIA GENERAL DEL TÍTULO

La competencia general del título consiste en realizar operaciones auxiliares de comercialización, «merchandising» y almacenaje de productos y mercancías, así como las operaciones de tratamiento de datos relacionadas, siguiendo protocolos establecidos, criterios comerciales y de imagen, operando con la calidad indicada, observando las normas de prevención de riesgos laborales y protección medioambiental correspondientes y comunicándose de forma oral y escrita en lengua castellana y, en su caso, en la lengua cooficial propia así como en alguna lengua extranjera.

## 4. CONTEXTUALIZACIÓN DEL MÓDULO FORMATIVO

El Ciclo de Formación Profesional Básica en Servicios Comerciales, perteneciente a la familia profesional de Comercio y Marketing, se articula en el Anexo XI del Real Decreto 127/2014, de 28 de febrero, por el que se regulan aspectos específicos de la Formación Profesional Básica de las enseñanzas de formación profesional del sistema educativo, se aprueban catorce títulos profesionales básicos, se fijan sus currículos básicos y se modifica el Real Decreto 1850/2009, de 4

de diciembre, sobre expedición de títulos académicos y profesionales correspondientes a las enseñanzas establecidas en la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.

Independientemente de esto, el ciclo de F.P.B. en Servicios Comerciales también está regulado por la siguiente normativa:

- Ley Orgánica 8/2013, de 9 de mayo, para la Mejora de la Calidad Educativa.
- Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional, mediante la que se crea el Sistema Nacional de Cualificaciones Profesionales, cuyo instrumento fundamental es el Catálogo General de Cualificaciones Profesionales.
- Real Decreto 295/2004, de 20 de febrero, por el que se establecen determinadas cualificaciones profesionales que se incluyen en el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, así como sus correspondientes módulos formativos que se incorporan al Catálogo Modular de Formación Profesional.
- Real Decreto 1087/2005, de 16 de septiembre, por el que se establecen nuevas cualificaciones profesionales, que se incluyen en el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, así como sus correspondientes módulos formativos, que se incorporan al Catálogo Modular de Formación Profesional, y se actualizan determinadas cualificaciones profesionales de las establecidas por el Real Decreto 295/2004, de 20 de febrero.
- Real Decreto 1179/2008, de 11 de julio, por el que se complementa el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, mediante el establecimiento de diecisiete cualificaciones profesionales de nivel 1, correspondientes a determinadas familias profesionales.

El ciclo de Formación Profesional Básica en Servicios Comerciales incluye las siguientes cualificaciones profesionales:

- Actividades auxiliares de comercio COM412\_1.
- Actividades auxiliares de almacén COM411\_1.

El módulo profesional de Atención al Cliente, con el código 3005, objeto de esta programación, está asociado a la Unidad de Competencia de nivel 1:

- UC1329\_1: Proporcionar atención e información operativa, estructurada y protocolarizada al cliente.

## **5.- OBJETIVOS GENERALES DEL MÓDULO**

La formación del módulo se relaciona con los siguientes objetivos generales del ciclo formativo:

- Atender al cliente, suministrando información sobre la localización y características de los productos, demostrando interés y preocupación por resolver satisfactoriamente sus necesidades y aplicando, en su caso, técnicas protocolizadas para la resolución de quejas.

Además, se relaciona con los siguientes objetivos, que se incluirán en este módulo profesional de forma coordinada con el resto de módulos profesionales:

- Atender al cliente, utilizando las normas de cortesía y demostrando interés y preocupación por resolver satisfactoriamente sus necesidades.
- Comparar y seleccionar recursos y ofertas formativas existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida para adaptarse a las nuevas situaciones laborales y personales.
- Desarrollar la iniciativa, la creatividad y el espíritu emprendedor, así como la confianza en sí mismo, la participación y el espíritu crítico para resolver situaciones e incidencias tanto de la actividad profesional como de la personal.
- Desarrollar trabajos en equipo, asumiendo sus deberes, respetando a los demás y cooperando con ellos, actuando con tolerancia y respeto para la realización eficaz de las tareas y como medio de desarrollo personal.
- Utilizar las tecnologías de la información y de la comunicación para informarse, comunicarse, aprender y facilitarse las tareas laborales.
- Relacionar los riesgos laborales y ambientales con la actividad laboral con el propósito de utilizar las medidas preventivas correspondientes para la protección personal, evitando daños a las demás personas y en el medio ambiente.
- Desarrollar las técnicas de su actividad profesional asegurando la eficacia y la calidad en su trabajo, proponiendo, si procede, mejoras en las actividades de trabajo.
- 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.
- Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en su actividad laboral, utilizando las ofertas formativas a su alcance y localizando los recursos mediante las tecnologías de la información y la comunicación.
- Desarrollar la iniciativa, la creatividad y el espíritu emprendedor, así como la confianza en sí mismo, la participación y el espíritu crítico para resolver situaciones e incidencias tanto de la actividad profesional como de la personal.
- Cumplir las tareas propias de su nivel con autonomía y responsabilidad, empleando criterios de calidad y eficiencia en el trabajo asignado y efectuándolo de forma individual o como miembro de un equipo.
- Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en su ámbito de trabajo, contribuyendo a la calidad del trabajo realizado.
- Asumir y cumplir las medidas de prevención de riesgos y seguridad laboral en la realización de las actividades laborales evitando daños personales, laborales y ambientales.
- Cumplir las normas de calidad, de accesibilidad universal y diseño para todos que afectan a su actividad profesional.
- Actuar con espíritu emprendedor, iniciativa personal y responsabilidad en la elección de los procedimientos de su actividad profesional.
- 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.



## 6.- OCUPACIONES Y PUESTOS DE TRABAJO QUE PUEDE DESARROLLAR

- Auxiliar de dependiente de comercio.
- Auxiliar de animación del punto de venta.
- Auxiliar de venta.
- Auxiliar de promoción de ventas.
- Empleado/a de reposición.
- Operador/a de cobro o Cajero/a.
- Operario/a de pedidos.
- Carretillero/a de recepción y expedición.
- Contador/a de recepción y expedición.
- Operario/a de logística.
- Auxiliar de información

## 7.- UNIDADES DE COMPETENCIA ASOCIADAS

Este módulo está asociado a la Unidad de Competencia UC1329\_1, cuyas realizaciones profesionales y criterios de realización son los siguientes:

<b>UC1329_1: Proporcionar atención e información operativa, estructurada y protocolarizada al cliente</b>	
<b>Realizaciones profesionales</b>	<b>Criterios de realización asociados</b>
RP 1: Colaborar en las actividades promocionales y de atención al cliente, dando información, respuesta y orientación básica de productos en el punto de venta.	<p>CR 1.1 La información sobre la localización y características básicas de los productos en el punto de venta se suministra a los clientes, en caso de ser solicitada, respondiendo con exactitud, amabilidad y corrección, siguiendo pautas del superior.</p> <p>CR 1.2 Las pautas de comportamiento y técnicas protocolarizadas de atención al público se adoptan adaptándolas al tipo de cliente y a la situación comercial establecida.</p> <p>CR 1.3 Las promociones e información comercial necesaria se suministra al cliente en el tiempo y forma establecidos, mediante la entrega de folletos, documentos, muestras o materiales relativos a campañas publicitarias y de promoción y facilitando la prueba del producto/servicio, si existe posibilidad.</p>
RP 2: Proporcionar un trato adecuado y protocolarizado a los clientes en el reparto de pedidos y productos a domicilio a fin de prestar un servicio de calidad.	<p>CR 2.1 La presentación al cliente se realiza con corrección y amabilidad, respetando la privacidad y siguiendo el protocolo establecido.</p> <p>CR 2.2 El pedido y la forma de entrega se comprueba que correspondan con lo reflejado en la orden de pedido.</p> <p>CR 2.3 La entrega domiciliaria de los pedidos se realiza con amabilidad, corrección y claridad, y se formaliza el servicio solicitando la firma de la nota de entrega por parte del cliente.</p> <p>CR 2.4 El cobro del pedido o servicio de reparto se realiza de acuerdo a las instrucciones recibidas, dando el cambio, en caso necesario, con exactitud y claridad.</p> <p>CR 2.5 Las incidencias producidas en el servicio de reparto del pedido se atienden dando respuesta en el ámbito de su responsabilidad; se reflejan en el documento correspondiente, según el procedimiento establecido por la organización.</p>
RP 3: Atender, en el marco de su	CR 3.1 Las quejas e incidencias del cliente se escuchan atentamente con actitud positiva aplicando técnicas de

<p>responsabilidad, las quejas de los clientes siguiendo el procedimiento y protocolo establecido y/o derivándolas a la persona responsable.</p>	<p>escucha activa, con gesto y actitud tranquila y sin interrumpir, y se hacen preguntas pertinentes mostrando interés por resolverlas.</p> <p>CR 3.2 Las quejas y reclamaciones se atienden aceptando como posible la responsabilidad y dando respuesta en el ámbito de su responsabilidad, según protocolizados o canalizarlas a los responsables.</p> <p>CR 3.3 Las quejas y reclamaciones se determina si están dentro del ámbito de su responsabilidad en función de las instrucciones recibidas y del procedimiento establecido por la organización.</p> <p>CR 3.4 Las reclamaciones improcedentes, en el ámbito de su responsabilidad, se atienden con actitud cortés y amable, y se informa al cliente de las alternativas existentes y del procedimiento que deberá seguir.</p> <p>CR 3.5 Las quejas y reclamaciones de clientes que sobrepasan su responsabilidad se transmiten con prontitud al superior jerárquico, siguiendo el procedimiento establecido y manteniendo la calidad del servicio.</p>
--	---

## 8.- TEMPORALIZACIÓN

Este módulo tiene asignadas 84 horas para su desarrollo.

## 9.- PROGRAMACIÓN DE LAS UNIDADES DE TRABAJO

### UNIDAD 1. COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE

---

#### OBJETIVOS

- Conocer qué es la comunicación y los elementos que intervienen en ella.
- Reconocer los factores clave para una comunicación clara y efectiva
- Identificar los distintos canales de comunicación con el cliente.
- Saber aplicar las técnicas de comunicación básicas a la hora de enfrentarse con situaciones diferentes de atención y trato a clientes.
- Adaptar actitudes y comportamientos adecuados para proporcionar una atención efectiva y de calidad al cliente.



- Entender la importancia de la claridad para una correcta recepción de los mensajes.

## **CONTENIDOS**

### **1 Proceso de comunicación**

#### 1.1 Agentes y elementos que intervienen en el proceso de comunicación

##### 1.1.1 Estrategias y pautas para una comunicación efectiva

##### 1.1.2 Puntos fuertes y débiles en un proceso de comunicación

### **2 Canales de comunicación con el cliente**

#### 2.1 Barreras y dificultades comunicativas: internas, externas y fisiológicas

### **3 Comunicación verbal**

#### 3.1 Concepto

#### 3.2 Componentes

#### 3.3 Emisión y recepción de mensajes orales

#### 3.4 Uso del lenguaje técnico en la atención al cliente

#### 3.5 Técnicas para hablar en público correctamente

### **4 Motivación, frustración y mecanismos de defensa**

### **5 Comunicación no verbal**

#### 5.1 Concepto

#### 5.2 Componentes

#### 5.3 La imagen personal

### **6 Empatía y receptividad**

## CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Se han reconocido los elementos que intervienen en una comunicación con el cliente.
- Se han examinado los factores clave para una comunicación clara y efectiva.
- Se ha mantenido una conversación, utilizando fórmulas, léxico comercial y nexos de comunicación (pedir aclaraciones, solicitar información, pedir a alguien que repita y otros).
- Se ha expresado un tema prefijado de forma oral delante de un grupo o en una relación de comunicación en la que intervienen dos interlocutores.
- Se han identificado los distintos canales de comunicación con el cliente.
- Se han aplicado las técnicas de comunicación a la hora de enfrentarse con situaciones diferentes de atención y trato a clientes.
- Se ha valorado la pulcritud y corrección, tanto en el vestir como en la imagen corporal, elementos clave en la atención al cliente.
- Se ha obtenido información necesaria del cliente, utilizando el léxico comercial adecuado.
- Se han adaptado actitudes y comportamientos adecuados para proporcionar una atención efectiva y de calidad al cliente.
- Se ha favorecido la comunicación con el empleo de las técnicas y actitudes apropiadas a su desarrollo.

## UNIDAD 2. VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

---

### OBJETIVOS

- Conocer las funciones de los vendedores profesionales.
- Identificar las cualidades necesarias que debe poseer un agente de ventas para el desarrollo de su profesión.
- Reconocer las principales tareas que deben llevar a cabo los agentes de ventas.
- Distinguir las diferencias entre una demostración y una presentación de productos.
- Aprender cómo establecer y mantener una buena relación con los clientes.
- Identificar los diferentes tipos de presentación y de demostración que utilizan actualmente las empresas.

- Distinguir las diferencias existentes entre publicidad e información.

## **CONTENIDOS**

### **1 El vendedor profesional**

- 1.1 Concepto y funciones
- 1.2 Tipos de vendedor
- 1.3 El perfil del vendedor profesional
  - 1.3.1 Actitudes personales
  - 1.3.2 Conocimientos del vendedor
  - 1.3.3 Cualidades y aptitudes para la venta

### **2 Actuación del vendedor profesional**

- 2.1 Modelos de actuación: estilos de comunicación
  - 2.1.1 Tipos
- 2.2 Relación con los clientes
  - 2.2.1 Factores que afectan a la relación vendedor-cliente
  - 2.2.2 Reglas para lograr un buen servicio de atención al cliente

### **3 Exposición de las cualidades de los productos y servicios**

- 3.1 La presentación de productos y servicios
  - 3.1.1 Concepto
  - 3.1.2 Tipos de presentación
  - 3.1.3 Aplicaciones de presentación
- 3.2 Demostración del productos
  - 3.2.1 Concepto
  - 3.2.2 Tipos de demostración
  - 3.2.3 Demostraciones ante un pequeño y un gran número de interlocutores

3.2.4 Ventajas e inconvenientes de la demostración

3.2.5 Diferencias entre información y publicidad

## CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Se han analizado las funciones de los vendedores profesionales.
- Se han identificado las cualidades necesarias que deben poseer un agente de ventas para el desarrollo de su profesión.
- Se han adaptado adecuadamente la actitud y discurso a la situación de la que se parte.
- Se han reconocido las principales tareas que deben llevar a cabo los agentes de ventas.
- Se ha distinguido entre una demostración y una presentación de productos.
- Se ha dado respuesta a una pregunta de fácil solución, utilizando el léxico comercial adecuado.
- Se ha diferenciado entre publicidad e información.

## UNIDAD 3. INFORMACIÓN AL CLIENTE

---

### OBJETIVOS

- Reconocer las diferentes tipologías de clientes.
- Adecuar el tratamiento a los clientes en función de su tipología.
- Asesorar al cliente sobre la mejor opción una vez recabada la información sobre lo que necesita.
- Solicitar al cliente que comunique la elección de la opción elegida.
- Diferenciar clientes de proveedores, y estos del público en general.
- Distinguir información de publicidad.
- Adecuar el producto o servicio a las necesidades y deseos del cliente.
- Informar al cliente de las características del producto o servicio ofrecido.
- Transmitir información con claridad, de manera ordenada, estructurada y precisa.
- Tomar nota de las objeciones presentadas por los clientes, que recibirán el tratamiento oportuno en cada caso.

- Mantener en todo momento el respeto hacia el cliente.
- Procurar la fidelización del cliente con el buen resultado del trabajo.

## CONTENIDOS

### 1.1 **Tipología de clientes y su relación con el servicio de atención al cliente** El cliente 2.0

#### 1.2 Los tipos de clientes y su relación con la prestación del servicio

#### 1.3 La presentación de servicio de atención al cliente

## 2 **Roles, funciones y objetivos del profesional de ventas**

### 2.1 Funciones y objetivos del profesional de ventas

### 2.2 Roles del vendedor. Relación cliente-profesional

## 3 **Las necesidades y los gustos del cliente**

### 1.1 Criterios de satisfacción de necesidades

#### 1.1.1 Estímulos externos

#### 1.1.2 Factores internos

## 2 **La fidelización del cliente**

### 2.1 Ventajas de la fidelización de clientes

### 2.2 Programas de fidelización de clientes

#### 2.2.1 Nuevas tendencias en los programas de fidelización

## 3 **Las objeciones de los clientes y su tratamiento**

### 3.1 Técnicas para el tratamiento de las objeciones

## 4 **Las nuevas tecnologías en la información al cliente**

## CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Se han analizado las diferentes tipologías de público.
- Se han reconocido las diferentes tipologías de público.

- Se han diferenciado clientes de proveedores, y estos del público en general.
- Se ha transmitido información con claridad, de manera ordenada, estructura clara y precisa.
- Se ha analizado el comportamiento del posible cliente.
  
- Se han reconocido las diferentes tipologías de clientes.
- Se ha diferenciado información de publicidad.
- Se han adecuado las respuestas en función de las preguntas del público.
- Se ha adecuado el tratamiento a los clientes en función de su tipología.
- Se ha asesorado al cliente sobre la mejor opción una vez recabada la información sobre lo que necesita.
- Se ha solicitado al cliente que comunique la elección de la opción elegida.
- Se ha solicitado información al cliente sobre sus necesidades y deseos de productos y/o servicios.
- Se ha informado al cliente de las características del producto o servicio ofrecido.
- Se ha transmitido la información, al cliente, con claridad, de manera ordenada, estructurada y precisa.
- Se han tomado nota de las objeciones presentadas por los clientes, que recibirán el tratamiento oportuno en cada caso.
- Se ha recogido la conformidad del cliente con el acabado obtenido, tomando nota, en caso contrario, de sus objeciones.
- Se ha mantenido, en todo momento, el respeto hacia el cliente.
- Se ha mantenido una actitud conciliadora y sensible a los demás, demostrando cordialidad y amabilidad en el trato.
- Se ha procurado la fidelización del cliente con el buen resultado del trabajo.

## ● UNIDAD 4. TRATAMIENTO DE RECLAMACIONES

---

### ● OBJETIVOS

- Identificar los documentos que habitualmente se utilizan en la gestión de quejas y reclamaciones.
- Distinguir cada una de las fases que comprende el procedimiento de quejas y reclamaciones.
- Identificar las herramientas informáticas utilizadas en la gestión de reclamaciones.
- Conocer la normativa legal en materia de protección de datos.
- Aplicar la normativa relativa a la protección del consumidor en los ámbitos europeo y nacional.

### ● CONTENIDOS

#### 1 Reclamaciones y quejas

1.1 Definición y diferencias

#### 2 Técnicas utilizadas en la gestión de reclamaciones

#### 3 Gestión de quejas y reclamaciones

3.1 Características del proceso de negociación

3.1.1 Perfiles de clientes, consumidores y usuarios en las quejas en las quejas y reclamaciones

3.1.2 Elementos formales de una reclamación

3.1.3 Departamento gestor

3.2 Pautas de comportamiento en el proceso de atención a las reclamaciones y quejas

#### 4 Proceso de reclamación

4.1 Trámites y documentación

#### 5 Documentación y pruebas en una reclamación

5.1 Hojas de reclamación

5.2 Cumplimentación

5.3 Plazo

## 6 Utilización de herramientas informáticas en la gestión de reclamaciones

## 7 Normativa legal en materia de protección de datos

## 8 Protección del consumidor y usuario

### ● CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Se han ofrecido alternativas al cliente ante reclamaciones fácilmente subsanables, exponiendo claramente los tiempos y condiciones de las operaciones a realizar, así como el nivel de probabilidad de modificación esperable.
- Se han identificado los documentos que habitualmente se utilizan en la gestión de quejas y reclamaciones.
- Se han distinguido cada una de las fases que comprende el procedimiento de quejas y reclamaciones.
- Se ha suministrado la información y documentación necesaria al cliente para la presentación de una queja o reclamación por escrito, si fuere necesario.
- Se han reconocido los aspectos principales en los que incide la legislación vigente, en relación con las reclamaciones.
- Se ha cumplimentado una hoja de reclamación.
- Se han identificado las herramientas informáticas utilizadas en la gestión de reclamaciones.
- Se ha conocido la normativa legal en materia de protección de datos.
- Se ha cumplimentado una hoja de reclamación.
- Se han recogido los formularios presentados por el cliente para la realización de una reclamación.
- Se ha aplicado la normativa relativa a la protección del consumidor en los ámbitos europeo y nacional.

## 10.- METODOLOGÍA

- La metodología didáctica debe ser integradora y participativa, y deberá favorecer el desarrollo de la capacidad del alumno para aprender por sí mismo y trabajar en equipo. Para ello, es imprescindible que comprenda la información que se le suministra, frente al aprendizaje memorístico, y que participe planteando sus dudas y comentarios.



- Se plantearán problemas que actúen sobre dominios conocidos por los alumnos, bien a priori o bien como producto de las enseñanzas adquiridas con el transcurrir de su formación, tanto en este como en los otros módulos de este ciclo formativo. Además, se tratará de comenzar las unidades de trabajo averiguando cuáles son los conocimientos previos de los alumnos sobre los contenidos que se van a tratar, y reflexionando sobre la necesidad y utilidad de los mismos. El desarrollo de las unidades se fundamentará en los siguientes aspectos:
  - Se comenzará con actividades breves encaminadas a averiguar el conocimiento a priori de los alumnos sobre la temática de la unidad. Será interesante plantear estas actividades en forma de debate para lograr conferirles cierto carácter motivador. Se intentará que los alumnos trabajen sobre códigos ya hechos, ya que así se les ayuda a superar ese bloqueo inicial que aparece al enfrentarse a cosas nuevas.
  - Se seguirá con la explicación de los conceptos de cada unidad didáctica y se realizará una exposición teórica de los contenidos de la unidad por parte del profesor. Se utilizará un libro de texto para que el alumno estudie la asignatura. Se facilitará bibliografía complementaria y fotocopias de apoyo para cada uno de los conceptos de la asignatura.
  - Posteriormente, el profesor expondrá y resolverá una serie de ejercicios, cuyo objetivo será llevar a la práctica los conceptos teóricos expuestos en la explicación anterior. El profesor resolverá todas las dudas que puedan tener los alumnos, tanto teóricas como prácticas. Incluso si él lo considerase necesario se realizarán ejercicios específicos para aclarar los conceptos que más cueste comprender al alumnado. Posteriormente, se propondrá un conjunto de ejercicios, de contenido similar a los ya resueltos en clase, que deberán ser resueltos por los alumnos, bien en horas de clase o bien en casa.
  - En parte de la asignatura será necesario la utilización de equipos de reprografía, encuadernación, telefónicos, un ordenador y conexiones a internet.
  - Se intentará, en la medida de lo posible, que las actividades que se desarrollen durante la sesión tengan un carácter grupal para formar al alumno en el clima de trabajo en grupo, aspecto de gran importancia en la actualidad en los ambientes empresariales.
  - El profesor cerrará la sesión con un resumen de los conceptos presentados y una asamblea en la que se observará el grado de asimilación de conceptos mediante «preguntas rebote» (un alumno pregunta a otro alumno) y «preguntas reflejo» (un alumno lanza la pregunta al grupo) que cubran las partes más significativas de la materia tratada en la sesión.
  - El alumno deberá realizar una serie de actividades que dependerán de los contenidos de las unidades didácticas. Estas actividades podrán ser individuales o en grupo. Además, se podrá proponer algún trabajo o actividad que englobe conocimientos de varias unidades didácticas para comprobar que los conocimientos han sido satisfactoriamente asimilados. Sería recomendable, al menos, un trabajo o actividad por cada evaluación.

## 11.- EVALUACIÓN

### A) TIPO DE EVALUACIÓN

- La evaluación será continua e integradora en cuanto que estará inmersa en el proceso de enseñanza-aprendizaje del alumnado. La aplicación del proceso de evaluación continua a los alumnos requiere la asistencia regular a las clases y actividades programadas para el módulo profesional.

### B) CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.

La calificación del Módulo Profesional será la siguiente:

- Actividades de enseñanza aprendizaje: 30 % (procedimientos)
- Pruebas objetivas: 50 % (Conceptuales)
- Comportamiento y actitud: 20 % (Actitudinales)

Para la evaluación se tendrá en cuenta las actividades desarrolladas por el alumno durante el trimestre, previamente valoradas por el profesor y una prueba objetiva del contenido de cada unidad o partes de la misma.

Con respecto a las actitudes:

- Por cada falta de asistencia sin justificar del alumno se le restará 0,10 puntos por cada una.
- Por mal comportamiento durante el desarrollo de las clases consistentes en interrupciones reiteradas, humillaciones, peleas, agresividad en general con los compañeros/as o profesor, faltas de respeto, falta de trabajo, hablar reiteradamente, etc, se le restará 0,20 puntos por cada una.

### ● C) NATURALEZA DEL INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

- Para llevar a cabo la evaluación de la manera más completa posible, se utilizarán los siguientes instrumentos de evaluación:
  - Observación directa de las actitudes.
  - Corrección y puntuación de las actividades realizadas en el aula, que posteriormente y enlazándolo con el módulo de aplicaciones básicas de ofimática serán enviadas al profesor para su comprobación y corrección
  - Actividades y prácticas.
  - Pruebas escritas, de doble naturaleza (cuestionario y ejercicios) siempre que sea posible.

## D) SUPERACIÓN DE MÓDULOS PENDIENTES.

Para recuperar las diferentes unidades del módulo se realizarán un examen de recuperación de cada unidad. La nota obtenida en los mismos no será superior a cinco.

Para la nota del trimestre, se realizará la media entre las notas de las distintas pruebas escritas y de las actividades.

Si después de realizar dichas recuperaciones siguen quedando pendientes algunos contenidos se realizará una recuperación en el mes de junio. Para considerar el módulo aprobado el alumno deberá tener superadas las evaluaciones que se realizan durante el curso.

## 12.- ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

- Como consecuencia de la heterogeneidad de las aulas y de la naturaleza individual del proceso de enseñanza-aprendizaje se hace necesario establecer una serie de pautas por parte del profesorado, aparte del apoyo del personal especializado cuando se requiera, que ofrezcan al alumno la posibilidad de alcanzar los objetivos marcados para el módulo a un ritmo acorde a sus aptitudes.
- Podemos distinguir como alumnos con necesidad específica de apoyo educativo a los siguientes:
  - **Alumnos con necesidades educativas especiales:**
    - **Alumnos con trastornos graves de conducta:**
      - Se insistirá básicamente en reforzar los contenidos mínimos mediante actividades de refuerzo pedagógico, como por ejemplo:
        - Modificar la ubicación en clase.
        - Repetición individualizada de algunas explicaciones.
        - Propuesta de actividades complementarias que sirvan de apoyo.
        - Potenciar la participación en clase.
        - Propuesta de interrogantes para potenciar la curiosidad y, con ello, el aprendizaje.
    - **Alumnos con discapacidad física:**
      - Se debería estudiar el tipo de equipos, herramientas y dispositivos (periféricos) que precisa cada alumno y hacer la pertinente consulta y solicitud a las autoridades o asociaciones dedicadas a tal fin.



- **Alumnos con integración tardía al sistema educativo español:**
  - **Alumnos con graves carencias lingüísticas:**
    - Se puede suministrar el programa, en la medida que sea posible, en su idioma. Si no es viable y la comunicación es prácticamente nula, se podría optar por derivarlo a un aula de inmersión lingüística para adquirir los conceptos mínimos idiomáticos.
  - **Alumnos con carencia de base:**
    - Si el alumno carece de cierta base en otras asignaturas que le impiden avanzar en el módulo, se proporcionarán programas autodidactas que faciliten un aprendizaje de base para continuar sus estudios y se reforzarán los contenidos mínimos de la misma forma que para alumnos con necesidades educativas especiales.

### **13.- ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.**

- Asistencia a un centro comercial para que el alumnado compruebe el trato en las distintas dependencias del centro y las normas de seguridad existentes.
- Salida por el pueblo para observar los escaparates y el trato directo con los distintos dependientes, como parte de su aprendizaje.
- Cualquier otra actividad complementaria relacionada con la materia y que surja durante el curso.
- Todas las actividades mencionadas anteriormente serán evaluadas por el profesor.



**FAMILIA PROFESIONAL  
DE  
COMERCIO Y MARKETING**

**PROGRAMACIÓN DE  
LA FORMACIÓN PROFESIONAL BÁSICA  
DE  
SISTEMAS COMERCIALES**

MÓDULO:

[APLICACIONES BÁSICAS DE OFIMÁTICA](#)

## ÍNDICE

<b>1.- Introducción.....</b>	<b>2</b>
<b>2.- Identificación del título.....</b>	<b>2</b>
<b>3.- Competencia general del título.....</b>	<b>2</b>
<b>4.- Cualificaciones profesionales completas.....</b>	<b>2</b>
<b>5.- Cualificaciones profesionales incompletas.....</b>	<b>3</b>
<b>6.- Ocupaciones y puestos de trabajo que puede desarrollar.....</b>	<b>3</b>
<b>7.- Perfil profesional. Competencias del título para este módulo.....</b>	<b>3</b>
<b>8.- Objetivos generales del módulo.....</b>	<b>5</b>
<b>9.- Orientaciones pedagógicas.....</b>	<b>7</b>
<b>10.- Temporalización de las Unidades Didácticas.....</b>	<b>7</b>
<b>11.- Metodología y atención a la diversidad.....</b>	<b>7</b>
<b>12.- Actividades de enseñanza-aprendizaje.....</b>	<b>8</b>
<b>13.- Procesos e instrumentos de evaluación.....</b>	<b>9</b>
<b>14.- Recursos didácticos.....</b>	<b>10</b>
<b>15.- Unidades de trabajo.....</b>	<b>10</b>

## 1. Introducción

El presente documento es una guía didáctica del módulo profesional de “Aplicaciones Básicas de Ofimática” del Título Profesional Básico en Servicios Administrativos y del Título Profesional Básico en Servicios Comerciales, pertenecientes a las familias profesionales de Administración y Gestión y Comercio y Marketing.

La referencia normativa que rige este módulo es el Real Decreto 127/2014 del 28 de febrero, así como los currículos publicados con posterioridad por las distintas comunidades autónomas.

Los Ciclos Formativos de Formación Profesional Básica en los cuales se imparte el módulo de “Aplicaciones Básicas de Ofimática” tienen una duración total de 2.000 horas, las cuales se reparten en dos años escolares.

## 2. Identificación del Título

Denominación: Servicios Comerciales.

Nivel: Formación Profesional Básica.

Duración: 2.000 horas.

Familia Profesional: Comercio y Marketing

Referente europeo: CINE-3.5.3. (Clasificación Internacional Normalizada de la Educación).

## 3. Competencia general del Título

La competencia general del Título Profesional Básico en Servicios Comerciales consiste en realizar operaciones auxiliares de comercialización, «merchandising» y almacenaje de productos y mercancías, así como las operaciones de tratamiento de datos relacionadas, siguiendo protocolos establecidos, criterios comerciales y de imagen, operando con la calidad indicada, observando las normas de prevención de riesgos laborales y protección medioambiental correspondientes y comunicándose de forma oral y escrita en lengua castellana y, en su caso, en la lengua cooficial propia así como en alguna lengua extranjera.

El perfil del Título Profesional Básico en Servicios Comerciales desarrolla las siguientes...

## 4. Cualificaciones Profesionales completas

- COM412\_1: Actividades auxiliares de comercio.
- COM411\_1: Actividades auxiliares de almacén.

A su vez desarrolla la...

## 5. Cualificación Profesional incompleta

- ADG306\_1: Operaciones de grabación y tratamiento de datos y documentos.

El módulo profesional de “Aplicaciones Básicas de Ofimática” está vinculado a la siguiente unidad de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales:

- UC0974\_1: Realizar operaciones básicas de tratamiento de datos y textos, y confección de documentación.

## 6. Ocupaciones y puestos de trabajo que puede desarrollar

- Auxiliar de dependiente de comercio.
- Auxiliar de animación del punto de venta.
- Auxiliar de venta.
- Auxiliar de promoción de ventas.
- Empleado/a de reposición.
- Operador/a de cobro o Cajero/a.
- Operario/a de pedidos.
- Carretillero/a de recepción y expedición.
- Contador/a de recepción y expedición.
- Operario/a de logística.
- Auxiliar de información.

## 7. Competencias del título para este módulo

Las competencias profesionales, personales, sociales y las competencias para el aprendizaje permanente en los que se encuentra este módulo son las que se relacionan a continuación:

### **Servicios Comerciales:**

- a) Recepcionar mercancías en almacén registrando las entradas conforme a procedimientos y manejarlas, transportarlas y ubicarlas utilizando carretillas automotoras o manuales y medios de manipulación complementarios.
- b) Realizar recuentos e inventarios periódicos de mercancías y mantener actualizada la información en los puntos de venta realizando inventarios y recuentos periódicos, detectando desabastecimientos e incidencias.
- c) Colocar elementos de animación en puntos de venta y disponer productos en los expositores y lineales, siguiendo instrucciones, aplicando criterios comerciales y respetando la imagen de la empresa.
- d) Aplicar técnicas de empaquetado y presentación atractiva de productos para facilitar su promoción en el punto de venta y transmitir la imagen de la empresa.



- e) Seleccionar mercancías o productos, conforme a órdenes de trabajo y embalar y etiquetar unidades de pedido, utilizando herramientas de control y peso así como medios de etiquetado y embalaje para preservar la conservación y estabilidad del pedido hasta su destino.
- f) Atender al cliente, suministrando información sobre la localización y características de los productos, demostrando interés y preocupación por resolver satisfactoriamente sus necesidades y aplicando, en su caso, técnicas protocolizadas para la resolución de quejas.
- g) Mantener el área de trabajo, su mobiliario, vitrinas y escaparates limpios y en orden a lo largo de su actividad.
- h) Preparar equipos y aplicaciones informáticas para llevar a cabo la grabación, tratamiento e impresión de datos y textos, asegurando su funcionamiento.
- i) Elaborar documentos, utilizando el lenguaje científico y los recursos gráficos y expositivos en función de los contextos de aplicación, asegurando su confidencialidad, y utilizando aplicaciones informáticas.
- j) Realizar tareas básicas de almacenamiento y archivo de información y documentación, tanto en soporte digital como convencional, de acuerdo con los protocolos establecidos.
- k) Resolver problemas predecibles relacionados con su entorno físico, social, personal y productivo, utilizando el razonamiento científico y los elementos proporcionados por las ciencias aplicadas y sociales.
- l) Actuar de forma saludable en distintos contextos cotidianos que favorezcan el desarrollo personal y social, analizando hábitos e influencias positivas para la salud humana.
- m) Valorar actuaciones encaminadas a la conservación del medio ambiente diferenciando las consecuencias de las actividades cotidianas que pueda afectar al equilibrio del mismo.
- n) Obtener y comunicar información destinada al autoaprendizaje y a su uso en distintos contextos de su entorno personal, social o profesional mediante recursos a su alcance y los propios de las tecnologías de la información y de la comunicación.
- ñ) Actuar con respeto y sensibilidad hacia la diversidad cultural, el patrimonio histórico-artístico y las manifestaciones culturales y artísticas, apreciando su uso y disfrute como fuente de enriquecimiento personal y social.
- o) Comunicarse con claridad, precisión y fluidez en distintos contextos sociales o profesionales y por distintos medios, canales y soportes a su alcance, utilizando y adecuando recursos lingüísticos orales y escritos propios de la lengua castellana y, en su caso, de la lengua cooficial.
- p) Comunicarse en situaciones habituales tanto laborales como personales y sociales utilizando recursos lingüísticos básicos en lengua extranjera.
- q) Realizar explicaciones sencillas sobre acontecimientos y fenómenos característicos de las sociedades contemporáneas a partir de información histórica y geográfica a su disposición.
- r) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en su actividad laboral, utilizando las ofertas formativas a su alcance y localizando los recursos mediante las tecnologías de la información y la comunicación.

- s) Cumplir las tareas propias de su nivel con autonomía y responsabilidad, empleando criterios de calidad y eficiencia en el trabajo asignado y efectuándolo de forma individual o como miembro de un equipo.
- t) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en su ámbito de trabajo, contribuyendo a la calidad del trabajo realizado.
- u) Asumir y cumplir las medidas de prevención de riesgos y seguridad laboral en la realización de las actividades laborales evitando daños personales, laborales y ambientales.
- v) Cumplir las normas de calidad, de accesibilidad universal y diseño para todos que afectan a su actividad profesional.
- w) Actuar con espíritu emprendedor, iniciativa personal y responsabilidad en la elección de los procedimientos de su actividad profesional.
- x) 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.

## 8. Objetivos generales del módulo

La formación del módulo se relaciona con los siguientes objetivos generales del ciclo formativo:

### **Servicios Comerciales:**

- i) Elaborar documentos, utilizando el lenguaje científico y los recursos gráficos y expositivos en función de los contextos de aplicación, asegurando su confidencialidad, y utilizando aplicaciones informáticas.
- j) Realizar tareas básicas de almacenamiento y archivo de información y documentación, tanto en soporte digital como convencional, de acuerdo con los protocolos establecidos.

Además está relacionado, de forma coordinada con el resto de módulos profesionales, con los siguientes objetivos y competencias:

### **Servicios Comerciales:**

Objetivos:

- t) Comparar y seleccionar recursos y ofertas formativas existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida para adaptarse a las nuevas situaciones laborales y personales.
- u) Desarrollar la iniciativa, la creatividad y el espíritu emprendedor, así como la confianza en sí mismo, la participación y el espíritu crítico para resolver situaciones e incidencias tanto de la actividad profesional como de la personal.
- v) Desarrollar trabajos en equipo, asumiendo sus deberes, respetando a los demás y cooperando con ellos, actuando con tolerancia y respeto a los demás para la realización eficaz de las tareas y como medio de desarrollo personal.

- w) Utilizar las tecnologías de la información y de la comunicación para informarse, comunicarse, aprender y facilitarse las tareas laborales.
- x) Relacionar los riesgos laborales y ambientales con la actividad laboral con el propósito de utilizar las medidas preventivas correspondientes para la protección personal, evitando daños a las demás personas y en el medio ambiente.
- y) Desarrollar las técnicas de su actividad profesional asegurando la eficacia y la calidad en su trabajo, proponiendo, si procede, mejoras en las actividades de trabajo.
- z) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.

### **Competencias:**

- r) Reconocer causas y rasgos propios de fenómenos y acontecimientos contemporáneos, evolución histórica, distribución geográfica para explicar las características propias de las sociedades contemporáneas.
- s) Desarrollar valores y hábitos de comportamiento basados en principios democráticos, aplicándolos en sus relaciones sociales habituales y en la resolución pacífica de los conflictos.
- t) Comparar y seleccionar recursos y ofertas formativas existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida para adaptarse a las nuevas situaciones laborales y personales.
- u) Desarrollar la iniciativa, la creatividad y el espíritu emprendedor, así como la confianza en sí mismo, la participación y el espíritu crítico para resolver situaciones e incidencias tanto de la actividad profesional como de la personal.
- v) Desarrollar trabajos en equipo, asumiendo sus deberes, respetando a los demás y cooperando con ellos, actuando con tolerancia y respeto a los demás para la realización eficaz de las tareas y como medio de desarrollo personal.
- w) Utilizar las tecnologías de la información y de la comunicación para informarse, comunicarse, aprender y facilitarse las tareas laborales.
- x) Relacionar los riesgos laborales y ambientales con la actividad laboral con el propósito de utilizar las medidas preventivas correspondientes para la protección personal, evitando daños a las demás personas y en el medio ambiente.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza aprendizaje que permiten alcanzar las competencias del módulo deben versar sobre:

- La tramitación y búsqueda de información a través de redes informáticas.
- La utilización de diferentes aplicaciones informáticas para la elaboración de documentos.

## **9. Orientaciones pedagógicas**

Este módulo profesional contiene la formación asociada a la función de tramitar información en línea y la elaboración de documentos informáticos mediante hojas de cálculo y aplicaciones de presentaciones.

La definición de esta función incluye aspectos como:

- La tramitación de información en línea.
- La elaboración y gestión de los documentos informáticos.

## 10. Unidades didácticas y temporalización

Las unidades didácticas programadas se corresponden con las cuatro unidades en que se reparten los contenidos del libro más la primera de repaso.

Unidad didáctica	Título	Horas
0	Repaso de procesadores de textos	40
1	Trabajo en un entorno de red	20
2	Correo electrónico	20
3	Hoja de cálculo	70
4	Elaboración de presentaciones	60
	TOTAL HORAS	210

## 11. Metodología y atención a la diversidad

La metodología tendrá carácter globalizador y tenderá a la integración de competencias y contenidos entre los distintos módulos profesionales. Se adaptará a las necesidades de los alumnos y a la adquisición progresiva de las competencias del aprendizaje permanente, para facilitarles la transición hacia la vida activa y ciudadana y su continuidad en el sistema educativo.

La metodología a utilizar será en todo momento activa, haciendo que los alumnos participen en su proceso de aprendizaje, el cual dependerá del contenido de cada una de las unidades didácticas, pero en general responderá al siguiente esquema:

1. Explicaciones del profesor, presentando los contenidos y fomentando en todo momento la intervención del alumnado, dejando que sea éste quien plantee la mayor parte de interrogantes y también las soluciones.
2. Búsqueda de información por parte del alumnado en aquellas unidades en que resulte procedente.
3. Realización de actividades propuestas que además de complementar las explicaciones, sirvan para afianzar la comprensión de los contenidos y aporten dinamismo a las clases.
4. Realización de actividades finales encaminadas a reforzar y ampliar lo aprendido, así como a conectar la teoría con la realidad, poniendo en práctica los conocimientos adquiridos.
5. Trabajos individuales y en grupo sobre temas de actualidad relacionados con los contenidos, para valorar la aportación de ideas personales y el trabajo cooperativo. En la situación sanitaria en la que nos encontramos el trabajo en grupo se realizará mediante conexiones en línea por parte del alumnado para evitar en la medida de lo posible el contacto físico, como recomiendan las autoridades sanitarias.

Se desarrollarán las medidas de atención a la diversidad necesarias, adaptándolas a las características del alumnado, a su realidad educativa y al entorno sociolaboral,

teniendo en cuenta los diferentes ritmos de aprendizaje, favoreciendo la capacidad de aprender por sí mismo.

Las procurará que las propuestas de trabajo y las actividades constituyan pequeños retos y desafíos para el alumnado. Se les plantearán cuestiones que les hagan pensar, reflexionar o investigar, y no actividades cerradas, relacionadas todas ellas con la realidad y el entorno empresarial. Todo ello con el uso de las TIC.

## 12. Las actividades de enseñanza-aprendizaje

En el desarrollo de las unidades didácticas se prevén los siguientes tipos de actividades:

- “Actividades propuestas”: se trata de una serie de actividades intercaladas a lo largo de las distintas unidades didácticas que complementan las explicaciones a la vez que aportan dinamismo a las clases y motivan al alumnado en su aprendizaje.
- “Mapas conceptuales”: son mapas conceptuales inacabados que tiene que completar el alumnado, demostrando así el grado de comprensión y asimilación de los contenidos. Estos esquemas le sirven a su vez para estudiar los contenidos de cada unidad y la relación de unos con otros.
- “Actividades finales de comprobación, aplicación y ampliación”: son actividades que buscan verificar que se han entendido y asimilado los contenidos de cada unidad, contrastar lo alcanzado con los objetivos que se perseguían, reforzar los conocimientos estudiados y ampliar parte de esos conocimientos.

En la realización de todas las actividades se fomentará el uso por parte del alumnado de un lenguaje correcto, insistiendo especialmente en la importancia de la lectura atenta de todo tipo de instrucciones, constituyéndose esta en un criterio de evaluación añadido a los que evalúan los diversos contenidos.

## 13. Proceso e instrumentos de evaluación

El proceso de evaluación del aprendizaje programado atenderá a los siguientes puntos:

- En el desarrollo de las Unidades en que se divide el Módulo, se realizará un proceso de evaluación continua.
- Dentro de este proceso cobrarán especial importancia los controles o exámenes que se vayan haciendo con el fin de conocer y evaluar el grado de comprensión con que se vayan adquiriendo individualmente los conocimientos, poniendo de manifiesto las deficiencias o errores en la comprensión de los conceptos y procesos.

Las deficiencias o errores de comprensión se corregirán tan pronto se detecten, facilitando nuevas explicaciones al alumnado a la vez que proponiéndole actividades complementarias y de refuerzo.

- A lo largo del curso el alumnado llevará un dossier con sus apuntes y actividades que se propongan. El contenido de este dossier deberá mantenerse al día, lo que conllevará que los ejercicios y actividades estén en todo momento debidamente

corregidos y ordenados. Al estar en una situación sanitaria atípica, los ejercicios los guardará en el correo electrónico, debidamente clasificado y archivado.

- El alumno deberá mostrar una actitud participativa para lo cual habrá trabajado previamente las actividades que se hubieran propuesto.

La evaluación de la actitud se realizará a través de la observación sistemática del comportamiento en clase, valorando el interés, la participación activa, etc.

Para la evaluación se tendrá en cuenta las actividades desarrolladas por el alumno durante el trimestre, previamente valoradas por el profesor y una prueba objetiva del contenido de cada unidad, dicha prueba consistiera en una parte práctica y otra teórica, el alumno deberá aprobar cada una de ella, teniendo que repetir en caso de suspenso. Así mismo:

Para recuperar las diferentes unidades del módulo se realizarán, en el siguiente trimestre, controles y actividades a los que se aplicarán el procedimiento de evaluación establecido. La nota obtenida en los mismos no será superior a cinco.

Si después de realizar dichas recuperaciones siguen quedando pendientes algunos contenidos se realizarán otras recuperaciones en el mes de junio. Para considerar el módulo aprobado el alumno deberá tener superadas las tres evaluaciones que se realizan durante el curso.

## **CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.**

La calificación del Módulo Profesional será la siguiente:

- Actividades de enseñanza aprendizaje: 30 % (procedimientos)
- Pruebas objetivas: 50 % (Conceptuales)
- Comportamiento y actitud: 20 % (Actitudinales)

## **14. Recursos didácticos**

Las herramientas y recursos previstos para que el proceso de enseñanza y aprendizaje sea eficiente son:

- Libro de texto.
- Ordenadores.
- Cañón de proyección y pantalla desplegable.
- Conexión a Internet wifi.
- Programas informáticos de gestión administrativa: aplicaciones ofimáticas.
- Fotocopias.
- Material didáctico del profesor.



## 15. Desarrollo de las unidades didácticas (resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos)

### Unidad didáctica 0

#### Tratamiento de textos y datos: Repaso procesador de textos

Resultados de aprendizaje	Criterios de evaluación	Contenidos
3. Trata textos y datos informáticamente, seleccionando las aplicaciones informáticas en función de la tarea.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Se han identificado y seleccionado las aplicaciones a utilizar en cada uno de los ejercicios propuestos.</li> <li>b) Se han elaborado textos mediante procesadores de textos utilizando distintos formatos.</li> <li>c) Se han insertando imágenes, tablas y otros objetos en los textos.</li> <li>d) Se han guardado los documentos realizados en el lugar indicado, nombrándolos de manera que sean fácilmente identificables.</li> <li>e) Se ha procedido a la grabación sistemática del trabajo realizado con objeto de que no se produzcan pérdidas fortuitas.</li> <li>f) Se ha identificado la periodicidad con que han de realizarse las copias de seguridad.</li> <li>g) Se han seguido las instrucciones recibidas y las normas ergonómicas y de higiene postural en la realización de las labores encomendadas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tratamiento de datos en un procesador de textos:</li> <li>- Conocer el área de trabajo.</li> <li>- Vistas, marcas y zoom.</li> <li>- Cinta de opciones: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cuáles son los componentes básicos.</li> </ul> </li> <li>- Regla.</li> <li>- Formato del documento: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Formato de letra (Fuente).</li> <li>➤ Formato de línea.</li> <li>➤ Formato de párrafo.</li> <li>➤ Formato de página.</li> </ul> </li> <li>- Escribir y editar: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Desplazamiento del cursor por el documento.</li> <li>➤ Seleccionar texto.</li> <li>➤ Funciones de edición.</li> </ul> </li> <li>- Numeración y viñetas.</li> <li>- Imágenes, formas y otros elementos gráficos: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Imágenes.</li> <li>➤ Formas.</li> <li>➤ SmartArt.</li> </ul> </li> <li>- Tablas: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cómo se insertan las tablas.</li> <li>➤ Qué se puede realizar con las tablas.</li> </ul> </li> <li>- Ortografía y gramática: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ejemplo.</li> <li>➤ En qué consiste.</li> </ul> </li> <li>- Guardar archivo.</li> <li>- Comunicaciones escritas básicas:</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tipología de letras y colores en las organizaciones.</li> <li>➤ Documentos de información interna.</li> <li>- Copias de seguridad:</li> <li>➤ Dónde se hacen.</li> <li>➤ Cómo se hacen.</li> </ul>
--	--	---

## Unidad didáctica 1

### Elaboración de presentaciones

Resultados de aprendizaje	Criterios de evaluación	Contenidos
<p>4. Elabora presentaciones gráficas utilizando aplicaciones informáticas.</p>	<p>a) Se han identificado las opciones básicas de las aplicaciones de presentaciones.</p> <p>b) Se reconocen los distintos tipos de vista asociados a una presentación.</p> <p>c) Se han aplicado y reconocido las distintas tipografías y normas básicas de composición, diseño y utilización del color.</p> <p>d) Se han creado presentaciones sencillas incorporando texto, gráficos, objetos y archivos multimedia.</p> <p>e) Se han diseñado plantillas de presentaciones.</p> <p>f) Se han utilizado periféricos para ejecutar presentaciones asegurando el correcto funcionamiento.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocer el área de trabajo: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Qué es el área de trabajo.</li> <li>➤ Cómo se aplica un diseño a las diapositivas.</li> <li>➤ Cómo se cambia la posición de los objetos en las diapositivas.</li> <li>➤ Qué es el estilo de una diapositiva.</li> </ul> </li> <li>- Guardar los archivos.</li> <li>- Introducir texto: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cómo introducimos texto en una diapositiva.</li> <li>➤ Cómo insertamos un WordArt.</li> </ul> </li> <li>- Insertar imágenes e ilustraciones: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cómo insertamos una imagen.</li> <li>➤ Cómo insertamos una ilustración.</li> </ul> </li> <li>- Insertar sonido y vídeo: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cómo insertar sonido y vídeo.</li> <li>➤ Cómo insertar un vídeo de YouTube.</li> </ul> </li> <li>- Efectos de animación y transición: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Animación de elementos.</li> <li>➤ Transición entre</li> </ul> </li> </ul>



		<p>diapositivas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Configuración de la presentación: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Intervalos de tiempo.</li> <li>➤ Ejecución de la presentación.</li> </ul> </li> <li>- Vistas.</li> <li>- Plantillas: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cómo se crea una plantilla.</li> <li>➤ Cómo se crea una presentación a través de una plantilla.</li> </ul> </li> <li>- Conexión del cañón de vídeo.</li> </ul>
--	--	---

## Unidad didáctica 2

### Hojas de cálculo

Resultados de aprendizaje	Criterios de evaluación	Contenidos
<p>3. Elabora documentos utilizando las aplicaciones básicas de hojas de cálculo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Se han utilizado los diversos tipos de datos y referencia para celdas, rangos, hojas y libros.</li> <li>b) Se han aplicado fórmulas y funciones básicas.</li> <li>c) Se han generado y modificado gráficos de diferentes tipos.</li> <li>d) Se ha utilizado la hoja de cálculo como base de datos sencillos.</li> <li>e) Se ha utilizado aplicaciones y periféricos para introducir textos, números, códigos e imágenes.</li> <li>f) Se han aplicado las reglas de ergonomía y salud en el desarrollo de las actividades.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocer el área de trabajo: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Qué es el área de trabajo.</li> <li>➤ Celdas.</li> <li>➤ Celda activa.</li> <li>➤ Libros y hojas.</li> <li>➤ Desplazamientos.</li> <li>➤ Deshacer y rehacer.</li> </ul> </li> <li>- Introducir datos: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Qué datos se pueden introducir.</li> </ul> </li> <li>- Guardar los archivos: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cómo guardamos nuestro trabajo.</li> </ul> </li> <li>- Trabajar con las celdas: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Selección de celdas.</li> <li>➤ Copiar, mover o borrar.</li> <li>➤ Insertar celdas, filas o columnas.</li> <li>➤ Eliminar filas o columnas.</li> <li>➤ Modificar el alto de filas o el ancho de columnas.</li> </ul> </li> <li>- Cambiar el formato de las</li> </ul>

		<p>celdas:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Número.</li><li>➤ Alineación.</li><li>- Crear gráficos:<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Qué utilidad tienen.</li><li>➤ Qué pasos tenemos que dar.</li><li>➤ Cómo cambiar el gráfico.</li><li>➤ Cómo actualizar un gráfico.</li></ul></li><li>- Insertar funciones:<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Algunas de las funciones básicas.</li><li>- Ordenar y filtrar datos:<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Cómo ordenar datos.</li><li>➤ Cómo filtrar los datos.</li></ul></li><li>- Aplicar formato condicional a celdas:<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Cómo se aplica.</li></ul></li><li>- Configurar página para imprimir:<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Cómo configuramos la hoja.</li><li>➤ Imprimir.</li></ul></li><li>- Consolidar y cotejar datos:<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Qué es la consolidación de datos.</li><li>➤ Vinculación de los datos.</li><li>➤ Más ejemplos de aplicación.</li><li>➤ Distintas operaciones.</li><li>➤ Cómo hacemos la consolidación.</li><li>➤ Cotejar listas.</li></ul></li><li>- Proteger hojas:<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Por qué proteger.</li><li>➤ Cómo proteger una hoja.</li></ul></li></ul></li></ul>
--	--	---

## Unidad didáctica 3

### Trabajo en un entorno de red

Resultados de aprendizaje	Criterios de evaluación	Contenidos
1. Tramita información en línea aplicando herramientas de Internet, intranet y otras redes.	<p>a) Se han identificado las distintas redes informáticas a las que podemos acceder.</p> <p>b) Se han diferenciado distintos métodos de búsqueda de información en redes informáticas.</p> <p>c) Se ha accedido a información a través de Internet, intranet, y otras redes de área local.</p> <p>d) Se han localizado documentos utilizando herramientas de Internet.</p> <p>e) Se han situado y recuperado archivos almacenados en servicios de alojamiento de archivos compartidos ("la nube").</p> <p>f) Se ha comprobado la veracidad de la información localizada.</p> <p>g) Se ha valorado la utilidad de páginas institucionales y de Internet en general para la realización de trámites administrativos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tipos de redes.</li> <li>- La intranet: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Qué es.</li> <li>➤ Para qué sirve.</li> <li>➤ De qué elementos consta.</li> <li>➤ Qué características tiene.</li> <li>➤ Cómo se accede a una intranet.</li> <li>➤ Qué operaciones se realizan con recursos de red.</li> <li>➤ Cómo se buscan recursos en red.</li> </ul> </li> <li>- Internet: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Con qué se busca información.</li> <li>➤ Qué servicios ofrece.</li> <li>➤ Cómo buscar información en la red.</li> <li>➤ ¿Es fiable la información que hay en Internet?</li> </ul> </li> <li>- Alojamiento compartido en Internet: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cómo funciona un hosting compartido.</li> <li>➤ Qué ventajas e inconvenientes tiene.</li> </ul> </li> <li>- Trabajo en la nube: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Google Drive.</li> <li>➤ OneDrive.</li> </ul> </li> <li>- Páginas web institucionales.</li> </ul>

## Unidad didáctica 4

### Correo electrónico

Resultados de aprendizaje	Criterios de evaluación	Contenidos
<p>2. Realiza comunicaciones internas y externas mediante las utilidades de correo electrónico siguiendo las pautas marcadas.</p>	<p>a) Se han identificado los diferentes procedimientos de transmisión y recepción de mensajes internos y externos.</p> <p>b) Se ha utilizado el correo electrónico para enviar y recibir mensajes, tanto internos como externos.</p> <p>c) Se han anexoado documentos, vínculos, entre otros en mensajes de correo electrónico.</p> <p>d) Se han empleado las utilidades del correo electrónico para clasificar contactos y listas de distribución de información entre otras.</p> <p>e) Se han aplicado criterios de prioridad, importancia y seguimiento entre otros en el envío de mensajes siguiendo las instrucciones recibidas.</p> <p>f) Se han comprobado las medidas de seguridad y confidencialidad en la custodia o envío de información siguiendo pautas prefijadas.</p> <p>g) Se ha organizado la agenda incluyendo tareas, avisos y otras herramientas de planificación del trabajo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tipos de cuentas de correo electrónico.</li> <li>- Gestión de correos con Microsoft Outlook 2013:             <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Conocer el área de trabajo.</li> <li>➤ Configurar una cuenta de correo electrónico.</li> <li>➤ Enviar un mensaje.</li> <li>➤ Recibir un mensaje.</li> <li>➤ Archivo de correos.</li> <li>➤ Etiquetar mensajes.</li> </ul> </li> <li>- La agenda electrónica con Microsoft Outlook 2013:             <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Contactos.</li> <li>➤ Tareas.</li> <li>➤ Notas.</li> <li>➤ Calendario.</li> </ul> </li> <li>- Medidas de seguridad y confidencialidad con el correo electrónico:             <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cómo evitar los virus.</li> <li>➤ Qué hacer contra el correo basura.</li> <li>➤ Cómo asegurar la confidencialidad en el correo electrónico.</li> </ul> </li> </ul>

# **FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIO Y MARKETING**

## **PROGRAMACIÓN DE CICLO MEDIO DE GESTIÓN COMERCIALES**

### **MÓDULO SERVICIO DE ATENCIÓN COMERCIAL**

INDICE:

Presentación.....	3
Características del módulo.....	3
Competencias.....	3
Contribución del módulo a la competencia general.....	3
Competencias profesionales, personales y sociales.....	4
Relación de cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título.....	4
Estructura del módulo profesional de Servicios de Atención Comercial y orientaciones pedagógicas.....	5
Elementos curriculares del módulo.....	7
Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.....	10
DESARROLLO DE LAS UNIDADES DIDÁCTICAS.....	13
Recursos didácticos.....	23
Secuenciación de contenidos.....	23
Evaluación. Estrategias y procedimientos.....	23
Instrumentos de evaluación.....	24
Criterios de calificación.....	24
Atención a la diversidad.....	25
Medios, recursos y materiales.....	27

## Presentación

La presente programación debe entenderse como un documento de apoyo para el profesorado que utiliza el manual **Servicios de atención comercial** de la Editorial Paraninfo.

La programación didáctica se puede definir como las directrices e ideas compartidas de un equipo de ciclo o departamento en relación a la organización del proceso de enseñanza y aprendizaje de un módulo. Para la elaboración de la programación es indispensable seguir las directrices del Proyecto Educativo de Centro, en el que se establecerán los criterios generales para su elaboración. Debe ser, por tanto, adaptado al Proyecto Educativo de Centro y a las directrices del departamento de la Familia Profesional de Comercio y Marketing.

El manual de **Servicios de atención comercial** responde ampliamente a lo publicado en el Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre (BOE 27/12/2011), por el que se establece el título de **Técnico en Actividades Comerciales** y fija sus enseñanzas mínimas.

## Características del módulo

<b>Familia profesional</b>	Comercio y Marketing
<b>Ciclo formativo</b>	Técnico en Actividades Comerciales
<b>Nivel</b>	Formación profesional de grado medio, nivel de cualificación 2
<b>Referente europeo</b>	CINE-3b
<b>Normativa reguladora</b>	Orden ECD/73/2013, de 23 de enero, por la que se establece el currículo del ciclo formativo de grado correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales.
<b>Módulo profesional</b>	Servicios de Atención Comercial

## Competencias

Las competencias se definen como las capacidades para aplicar de forma integrada los contenidos propios de cada enseñanza y etapa educativa, con el fin de lograr la realización adecuada de actividades y la resolución eficaz de problemas complejos. 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.

### Contribución del módulo a la competencia general

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.

El módulo de Servicios de Atención Comercial prepara al alumnado para el aprendizaje de las técnicas de comunicación indispensables en la relación con los clientes, así como de los principios organizativos inherentes a cualquier tipo de establecimiento. Del mismo modo, introducirá a los alumnos en el conocimiento de la normativa de calidad y derechos del consumidor.

## Competencias profesionales, personales y sociales

Las competencias profesionales, personales y sociales de este título son las que se relacionan a continuación. Remarcamos de manera especial las que se alcanzan con la contribución del módulo de Servicios de Atención Comercial.

- Realizar proyectos de viabilidad y de puesta en marcha y ejercicio por cuenta propia de la actividad de un pequeño negocio de comercio al por menor, adquiriendo los recursos necesarios y cumpliendo con las obligaciones legales y administrativas, conforme a la normativa vigente.
- Administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial, realizando las actividades necesarias con eficacia y rentabilidad, y respetando la normativa vigente.
- 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.
- Organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías en las condiciones que garanticen su conservación, mediante la optimización de medios humanos, materiales y de espacio, de acuerdo con procedimientos establecidos.
- 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.
- Realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios, aplicando técnicas de merchandising, de acuerdo con los objetivos establecidos en el plan de comercialización de la empresa.
- Realizar acciones de comercio electrónico, manteniendo la página web de la empresa y los sistemas sociales de comunicación a través de Internet para cumplir con los objetivos de comercio electrónico de la empresa definidos en el plan de marketing digital.
- Realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial, utilizando el hardware y software apropiado para automatizar las tareas y trabajos.
- Ejecutar las acciones de marketing definidas por la organización comercial en el plan de marketing, identificando las necesidades de productos y/o servicios de los clientes, los factores que intervienen en la fijación de precios, los canales de distribución y las técnicas de comunicación para cumplir con los objetivos fijados por la dirección comercial.
- Ejecutar los planes de atención al cliente, gestionando un sistema de información para mantener el servicio de calidad que garantice el nivel de satisfacción de los clientes, consumidores o usuarios.



- Realizar ventas especializadas de productos y/o servicios, adaptando el argumentario de ventas a las características peculiares de cada caso para cumplir con los objetivos comerciales definidos por la dirección comercial.
  - Gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores, realizando el seguimiento de las operaciones, para asegurar el nivel de servicio prestado.
  - 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.
  - 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.
- Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.
  - 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.
  - 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.
  - Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional.
  - 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.

## **Relación de cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título**

### **1. Cualificación profesional completa:**

Actividades de Venta COM085\_2 (Real Decreto 295/2004, de 20 de febrero) que comprende las siguientes unidades de competencia:

- UC0239\_2: Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización. UC0240\_2: Realizar las operaciones auxiliares a la venta.
- UC0241\_2: Ejecutar las acciones del Servicio de Atención al Cliente/Consumidor/Usuario.

## 2. Cualificaciones profesionales incompletas:

a) Actividades de gestión del pequeño comercio. COM631\_2 (Real Decreto 889/2011, de 24 de junio):

- h) UC2104\_2: Impulsar y gestionar un pequeño comercio de calidad.
- i) UC2105\_2: Organizar y animar el punto de venta de un pequeño comercio.
- j) UC2106\_2: Garantizar la capacidad de respuesta y abastecimiento del pequeño comercio.

b) Organización y gestión de almacenes COM318\_3 (Real Decreto 109/2008, de 1 de febrero):

- UC1015\_2: Gestionar y coordinar las operaciones del almacén.

c) Gestión comercial inmobiliaria COM650\_3 (Real Decreto 1550/2011, de 31 de octubre):

- UC0811\_2: Realizar la venta y difusión de productos inmobiliarios a través de distintos canales de comercialización.

Según el Anexo V del RD 1688/2011, la correspondencia del módulo profesional de Servicios de Atención Comercial para su convalidación y acreditación se realiza directamente con la siguiente unidad de Competencia:

**UC0241\_2: Ejecutar las acciones del Servicio de Atención al Cliente/Consumidor/Usuario.**

### **Estructura del módulo profesional de Servicios de Atención Comercial y orientaciones pedagógicas**

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar funciones relacionadas con el servicio de atención al cliente y con la gestión de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario, tales como:

- Desarrollo de acciones de información al cliente/consumidor/usuario.
- Organización, tratamiento y archivo de documentación relativa al servicio de atención al cliente.
- Aplicación de técnicas de comunicación en situaciones de información al cliente y gestión de consultas, quejas y reclamaciones.
- Aplicación de técnicas de negociación en situaciones de reclamaciones.
- Aplicación de métodos de evaluación y control de calidad de los servicios de atención/información al cliente/consumidor/usuario.
- Desarrollo de acciones previstas en planes de calidad y mejora del servicio de atención al cliente.
- Desarrollo de acciones previstas en programas de fidelización de clientes.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Los departamentos de atención al cliente/consumidor/usuario de empresas y organizaciones públicas y privadas.

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

- Utilización de técnicas de comunicación en situaciones de información y asesoramiento al cliente y en la gestión de quejas y reclamaciones.
- Aplicación de técnicas de negociación en situaciones de reclamación en materia de consumo.
- Tratamiento, organización y archivo de documentación.
- Elaboración de informes.
- Manejo de bases de datos y herramientas informáticas de gestión de las relaciones con los clientes.
- Análisis de consultas y reclamaciones en materia de consumo para establecer las líneas de actuación de acuerdo con la legislación y procedimientos establecidos.
- Aplicación de métodos de evaluación y control de calidad del servicio de atención/información al cliente.
- Planteamiento de acciones de fidelización de clientes.
- 

### Elementos curriculares del módulo

a) Desarrollo de actividades de atención/información al cliente:

- La atención al cliente en las empresas y organizaciones.
- Gestión de las relaciones con clientes.
- La identidad corporativa y la imagen de marca.
- Servicios de atención al cliente/consumidor/usuario.
- El departamento de atención al cliente en las empresas y organizaciones.
- Relaciones con otros departamentos de la empresa u organización.
- Estructuras organizativas: organigramas.
- Tipos de organigramas.
- Los *contact centers*. Funciones que desarrollan en la relación con los clientes. Tipología. Servicios que prestan a las empresas.

b) Utilización de técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente:

- La comunicación en la empresa. Información y comunicación.
- El proceso de comunicación.
- Tipos de comunicación.
- Técnicas de comunicación en situaciones de información al cliente.
- La empatía.
- La asertividad.
- La comunicación oral. La comunicación telefónica. La comunicación no verbal.
- La comunicación escrita. Tipos de cartas comerciales. Comunicaciones formales (instancia, recurso, certificado, declaración y oficio). Informes. Otros documentos escritos.
- La comunicación escrita a través de la red (Internet/Intranet).
- El correo electrónico. La mensajería instantánea.
- Comunicación en tiempo real (chat y videoconferencia) y comunicación diferida (foros).

c) Organización de la información relativa a la relación con los clientes:

- Técnicas de organización y archivo de documentación. Sistemas de clasificación, catalogación y archivo de documentos.
- Tipos de archivos.
- Organización de documentos de atención al cliente.
- Ficheros de clientes.
- Las bases de datos.
- Bases de datos documentales.
- Herramientas de gestión de las relaciones con clientes (CRM).
- Manejo de bases de datos de clientes.
- Transmisión de información en la empresa. Elaboración de informes.
- Normativa legal en materia de protección de datos.

d) Identificación de los organismos e instituciones de protección y defensa del consumidor y usuario:

- Concepto de consumidor y usuario.
- Consumidores y usuarios finales e industriales.
- Derechos del consumidor.
- La defensa del consumidor. Normativa legal.
- Instituciones públicas de protección al consumidor. Tipología. Competencias.
- Entidades privadas de protección al consumidor. Tipología. Competencias.

e) Realización de la tramitación de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor:

- Tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo.
- Normativa vigente en materia de consumo aplicable a la gestión de reclamaciones y denuncias.
- Fases del proceso de tramitación de reclamaciones y denuncias.
- Procedimiento de recogida de las reclamaciones.
- Proceso de tramitación de las reclamaciones.
- Las reclamaciones ante la Administración.
- Las técnicas de comunicación en situaciones de quejas y reclamaciones.
- Tratamiento al cliente ante las quejas y reclamaciones. La escucha activa. La empatía. La asertividad.
- La negociación en la resolución de quejas y reclamaciones.
- El plan de negociación. Fases: preparación y estrategia, desarrollo y acuerdo.
- Técnicas de negociación en las reclamaciones.

f) Colaboración en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención al cliente/consumidor/usuario:

- Incidencias, anomalías y retrasos en el proceso de atención/información al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones.
- Tratamiento de las anomalías.
- Procedimientos de evaluación y control del servicio de atención al cliente.
- Normativa aplicable en la atención al cliente.
- Estrategias y técnicas de fidelización de clientes.
- Programas de fidelización de clientes.

## Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

### 1. Desarrolla actividades de atención/información al cliente, procurando transmitir la imagen más adecuada de la empresa u organización.

#### Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las funciones del departamento de atención al cliente de distintos tipos de empresas y organizaciones.
- b) Se han identificado diferentes tipos de organización del departamento de atención al cliente según características de la empresa u organización.
- c) Se han definido las relaciones del departamento de atención al cliente con el de marketing, el de ventas y otros departamentos de la empresa.
- d) Se han confeccionado organigramas de empresas comerciales, teniendo en cuenta su tamaño, estructura y actividad.
- e) Se han diferenciado las áreas de actividad y acciones del servicio de atención al cliente, teniendo en cuenta la legislación vigente.
- f) Se han identificado las funciones de los *contact centers* y los servicios que prestan a las empresas u organizaciones.

### 2. Utiliza técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente/consumidor/ usuario, proporcionando la información solicitada.

#### Criterios de evaluación:

- a) Se ha descrito el proceso de comunicación, los elementos que intervienen y las barreras y dificultades que pueden surgir en el mismo.
- b) Se han identificado los canales de comunicación, interna y externa, de las empresas y organizaciones.
- c) Se han descrito las fases del proceso de información al cliente y las técnicas utilizadas en los diferentes canales de comunicación.
- d) Se ha solicitado la información requerida por el cliente al departamento u organismo competente, a través de distintos canales de comunicación.
- e) Se ha facilitado información a supuestos clientes, utilizando la escucha activa y prestando especial atención a la comunicación no verbal.
- f) Se han mantenido conversaciones telefónicas para informar a supuestos clientes, utilizando actitudes, normas de protocolo y técnicas adecuadas.
- g) Se han redactado escritos de respuesta a solicitudes de información en situaciones de atención al cliente, aplicando las técnicas adecuadas.
- h) Se ha utilizado el correo electrónico y la mensajería instantánea para contestar a las consultas de clientes, respetando las normas de protocolo y adoptando una actitud adecuada.

### **3. Organiza la información relativa a la relación con los clientes, aplicando técnicas de organización y archivo tanto manuales, como informáticas.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han descrito las técnicas de organización y archivo de la información, tanto manuales, como informáticas.
- b) Se han descrito las técnicas más habituales de catalogación y archivo de documentación, analizando sus ventajas e inconvenientes.
- c) Se han clasificado distintos tipos de documentación en materia de atención al cliente/consumidor/usuario.
- d) Se han elaborado, actualizado y consultado bases de datos con la información relativa a los clientes.
- e) Se han manejado herramientas de gestión de las relaciones con los clientes (CRM), de acuerdo con las especificaciones recibidas.
- f) Se ha registrado la información relativa a las consultas o solicitudes de los clientes en la herramienta de gestión de las relaciones con clientes.
- g) Se han aplicado métodos para garantizar la integridad de la información y la protección de datos, de acuerdo con la normativa vigente.

### **4. Identifica los organismos e instituciones de protección y defensa del consumidor y usuario, analizando las competencias de cada uno de ellos.**

Criterios de evaluación:

- a) Se ha definido el concepto del consumidor y usuario, diferenciando los consumidores finales y los industriales.
- b) Se ha identificado la normativa nacional, autonómica y local que regula los derechos del consumidor y usuario.
- c) Se han identificado las instituciones y organismos, públicos y privados, de protección al consumidor y usuario, describiendo sus competencias.
- d) Se ha interpretado la normativa aplicable a la gestión de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario en materia de consumo.
- e) Se han descrito las fuentes de información que facilitan información fiable en materia de consumo.

### **5. Realiza trámites de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor, aplicando técnicas de comunicación y negociación para su resolución.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo.
- b) Se ha descrito el procedimiento que hay que seguir, así como las fases, la forma y los plazos del proceso de tramitación de las reclamaciones del cliente.
- c) Se ha informado al cliente de sus derechos y los posibles mecanismos de solución de la reclamación, de acuerdo con la normativa vigente.
- d) Se ha cumplimentado la documentación necesaria para cursar la reclamación hacia el departamento u organismo competente.
- e) Se han aplicado técnicas de comunicación en la atención de las quejas y reclamaciones, utilizando la escucha activa, la empatía y la asertividad.



- f) Se han utilizado técnicas de negociación y actitudes que faciliten el acuerdo para resolver las reclamaciones del cliente.
- g) Se han identificado y cumplimentado los documentos relativos a la tramitación de las quejas, reclamaciones y denuncias.
- h) Se ha informado al reclamante de la situación y del resultado de la queja o reclamación, de forma oral y/o escrita, y/o por medios electrónicos.

**6. Colabora en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención al cliente, aplicando técnicas de evaluación y control de la eficacia del servicio.**

**Criterios de evaluación:**

- a) Se han identificado los métodos aplicables para evaluar la eficacia del servicio de atención/información al cliente.
- b) Se ha realizado el seguimiento del proceso de tramitación de las quejas y reclamaciones, evaluando la forma y los plazos de resolución.
- c) Se han identificado las principales incidencias y retrasos en el servicio de atención al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones.
- d) Se han descrito las principales medidas aplicables para solucionar las anomalías detectadas y mejorar la calidad del servicio.
- e) Se han aplicado técnicas para medir el nivel de satisfacción del cliente y la eficacia del servicio prestado.
- f) Se han redactado informes con los resultados y conclusiones de la evaluación de la calidad, utilizando herramientas informáticas.
- g) Se han aplicado las acciones establecidas en el plan de mejora de la calidad del servicio, utilizando aplicaciones informáticas.
- h) Se han desarrollado las acciones establecidas en el plan de fidelización de clientes, utilizando la información disponible en la herramienta de gestión de las relaciones con los clientes (CRM).

## DESARROLLO DE LAS UNIDADES DIDÁCTICAS

### UNIDAD DIDÁCTICA 1: Atención comercial en la empresa

#### Contenidos

- 1.1. Concepto y funciones de la empresa comercial.
- 1.2. Organización empresarial.
- 1.3. Organigramas.
- 1.4. La función de atención al cliente.
- 1.5. Imagen corporativa y atención al cliente.

#### Objetivos

- Distinguir las estructuras de organización de una empresa.
- Identificar las funciones de la organización empresarial.
- Elaborar e interpretar un organigrama.
- Explicar las funciones del departamento de atención al cliente.
- Determinar los aspectos más significativos de la imagen corporativa.

#### Resultados de aprendizaje

- Se han identificado las funciones del departamento de atención al cliente de distintos tipos de empresas y organizaciones.
- Se han identificado diferentes tipos de organización del departamento de atención al cliente según características de la empresa u organización.
- Se han definido las relaciones del departamento de atención al cliente con el de marketing, el de ventas y otros departamentos de la empresa.
- Se han confeccionado organigramas de empresas comerciales, teniendo en cuenta su tamaño, estructura y actividad.
- Se han diferenciado las áreas de actividad y acciones del servicio de atención al cliente, teniendo en cuenta la legislación vigente.



## UNIDAD DIDÁCTICA 2: Comunicación y atención comercial

### Contenidos

- 2.1. Comunicación en la empresa.
- 2.2. Técnicas de comunicación empresarial.
- 2.3. Comunicación presencial y atención al cliente.
- 2.4. La comunicación oral.
- 2.5. La comunicación no verbal.
- 2.6. Las habilidades sociales en la atención al cliente.

### Objetivos

- Analizar los procesos de comunicación en las empresas.
- Conocer y evitar las barreras en la comunicación.
- Identificar las distintas clases de comunicación que se dan en la empresa.
- Transmitir y recibir información de forma verbal y no verbal.
- Reconocer los principios básicos de la comunicación oral.
- Comprender y aplicar los componentes de la comunicación no verbal.
- Elaborar mensajes orales con precisión y eficacia.
- Aplicar las habilidades sociales y las normas de protocolo apropiadas en cada momento.

### Resultados de aprendizaje

- Se ha descrito el proceso de comunicación, los elementos que intervienen y las barreras y dificultades que pueden surgir en el mismo.
- Se han identificado los canales de comunicación, interna y externa, de las empresas y organizaciones.
- Se han descrito las fases del proceso de información al cliente y las técnicas utilizadas en los diferentes canales de comunicación.
- Se ha solicitado la información requerida por el cliente al departamento u organismo competente, a través de distintos canales de comunicación.
- Se ha facilitado información a supuestos clientes, utilizando la escucha activa y prestando especial atención a la comunicación no verbal.

## UNIDAD DIDÁCTICA 3: La atención telefónica

### Contenidos

- 3.1. Comunicación y atención telefónica.
- 3.2. Protocolo de atención telefónica.
- 3.3. El lenguaje en las conversaciones telefónicas.
- 3.4. La telefonía móvil en la atención comercial.
- 3.5. *Contact Centers* y *Call Centers*.

### Objetivos

- Conocer las particularidades de la comunicación telefónica en la empresa.
- Atender y realizar llamadas de acuerdo a criterios de prioridad y eficiencia.
- Aplicar con corrección el protocolo de atención telefónica.
- Evitar los errores más frecuentes en el proceso de atención telefónica.
- Comprender y utilizar los componentes de una adecuada técnica vocal.

### Resultados de aprendizaje

- Se han mantenido conversaciones telefónicas para informar a supuestos clientes, utilizando actitudes, normas de protocolo y técnicas adecuadas.
- Se han identificado las funciones de los *contact centers* y los servicios que prestan a las empresas u organizaciones.

## UNIDAD DIDÁCTICA 4: Las comunicaciones escritas en la atención comercial

### Contenidos

- 4.1. Elementos de la comunicación escrita.
- 4.2. La imagen corporativa en las comunicaciones escritas.
- 4.3. Documentación en la atención comercial.
- 4.4. Comunicación escrita en Internet. Correos electrónicos.
- 4.5. Sistemas de mensajería instantánea.

### Objetivos

- Conocer los recursos básicos de la comunicación escrita en la empresa.
- Transmitir la imagen corporativa en los escritos profesionales.
- Identificar la estructura básica de los documentos profesionales de mayor uso en la empresa.
- Distinguir las principales clases de documentos empresariales.
- Describir los aspectos formales de una carta comercial.
- Desarrollar técnicas de redacción propias del ámbito empresarial.
- Analizar y redactar diversos documentos empresariales.

### Resultados de aprendizaje

- Se han redactado escritos de respuesta a solicitudes de información en situaciones de atención al cliente, aplicando las técnicas adecuadas.
- Se ha utilizado el correo electrónico y la mensajería instantánea para contestar a las consultas de clientes, respetando las normas de protocolo y adoptando una actitud adecuada.

## UNIDAD DIDÁCTICA 5: Atención comercial y medios digitales

### Contenidos

**5.1.** Internet en la atención comercial

**5.2.** Páginas web.

**5.3.** Las redes sociales como instrumento de atención comercial.

**5.4.** Otros medios de gestión de la atención al cliente en Internet.

### Objetivos

- Analizar la relación cliente-empresa establecida por medios digitales.
- Conocer las principales disciplinas y competencias digitales.
- Estudiar los criterios comerciales en el diseño de páginas web.
- Distinguir los elementos en la estructura de una página web.
- Identificar las principales acciones comerciales a través de redes sociales.

### Resultados de aprendizaje

- Se han analizado las nuevas tendencias del marketing gracias a la aplicación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.
- Se han identificado las principales competencias digitales.
- Se han utilizado las redes sociales como medio de relación con los clientes.

## UNIDAD DIDÁCTICA 6: La organización documental en las relaciones con clientes

### Contenidos

- 6.1. El archivo en la empresa.
- 6.2. El archivo informático. Bases de datos.
- 6.3. La clasificación documental.
- 6.4. La gestión de las relaciones con los clientes. Sistemas CRM.
- 6.5. Normativa legal en la protección de datos.

### Objetivos

- Identificar las necesidades de la empresa en gestión de la documentación.
- Analizar los soportes documentales.
- Determinar el ciclo de vida de los documentos.
- Conocer el funcionamiento de los distintos sistemas de clasificación y ordenación.
- Estudiar la normativa en materia de protección de datos.
- Distinguir los derechos de los ciudadanos y las obligaciones de las empresas en materia de protección de datos.

### Resultados de aprendizaje

- Se han descrito las técnicas de organización y archivo de la información, tanto manuales, como informáticas.
- Se han descrito las técnicas más habituales de catalogación y archivo de documentación, analizando sus ventajas e inconvenientes.
- Se han clasificado distintos tipos de documentación en materia de atención al cliente/ consumidor/usuario.
- Se han elaborado, actualizado y consultado bases de datos con la información relativa a los clientes.
- Se han manejado herramientas de gestión de las relaciones con los clientes (CRM), de acuerdo con las especificaciones recibidas.
- Se ha registrado la información relativa a las consultas o solicitudes de los clientes en la herramienta de gestión de las relaciones con clientes.
- Se han aplicado métodos para garantizar la integridad de la información y la protección de datos, de acuerdo con la normativa vigente.

## UNIDAD DIDÁCTICA 7: La calidad en el servicio de atención comercial

### Contenidos

- 7.1. Procesos de calidad en la empresa.
- 7.2. Medida de la satisfacción del cliente.
- 7.3. Gestión de la calidad.
- 7.4. El control de la calidad.
- 7.5. Estrategias y técnicas de fidelización de clientes.

### Objetivos

- Entender la importancia del servicio al cliente.
- Conocer el concepto de calidad del servicio al cliente.
- Identificar las variables y los criterios de calidad.
- Aplicar procedimientos de calidad en el servicio al cliente.
- Describir los procesos de medición de la calidad.
- Identificar e interpretar los signos de satisfacción de los clientes.

### Resultados de aprendizaje

- a) Se han identificado los métodos aplicables para evaluar la eficacia del servicio de atención/información al cliente.
- b) Se han descrito las principales medidas aplicables para solucionar las anomalías detectadas y mejorar la calidad del servicio.
- c) Se han aplicado técnicas para medir el nivel de satisfacción del cliente y la eficacia del servicio prestado.
- d) Se han redactado informes con los resultados y conclusiones de la evaluación de la calidad, utilizando herramientas informáticas.
- e) Se han aplicado las acciones establecidas en el plan de mejora de la calidad del servicio, utilizando aplicaciones informáticas.
- f) Se han desarrollado las acciones establecidas en el plan de fidelización de clientes, utilizando la información disponible en la herramienta de gestión de las relaciones con los clientes (CRM).

## UNIDAD DIDÁCTICA 8: Tramitación de quejas y reclamaciones

### Contenidos

- 8.1.** Incidencias en el proceso de atención e información al cliente.
- 8.2.** Tipos de consultas, quejas y reclamaciones.
- 8.3.** Técnicas de comunicación en situaciones de quejas y reclamaciones.
- 8.4.** Tramitación de quejas y reclamaciones.
- 8.5.** La negociación con el cliente.

### Objetivos

- Conocer los sistemas de recogida de información ofrecida por los clientes.
- Distinguir los tipos de incidencias más habituales.
- Estudiar el procedimiento de tramitación de quejas y reclamaciones.
- Aplicar técnicas de comunicación adecuadas en la gestión de las incidencias.
- Analizar las intervenciones de la Administración en materia de consumo.
- Determinar los procedimientos y técnicas de negociación con los clientes.

### Resultados de aprendizaje

- a) Se han identificado las principales incidencias y retrasos en el servicio de atención al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones.
- b) Se ha realizado el seguimiento del proceso de tramitación de las quejas y reclamaciones, evaluando la forma y los plazos de resolución.
- c) Se han aplicado técnicas de comunicación en la atención de las quejas y reclamaciones, utilizando la escucha activa, la empatía y la asertividad.
- d) Se han utilizado técnicas de negociación y actitudes que faciliten el acuerdo para resolver las reclamaciones del cliente.
- e) Se han identificado y cumplimentado los documentos relativos a la tramitación de las quejas, reclamaciones y denuncias.
- f) Se ha informado al reclamante de la situación y del resultado de la queja o reclamación, de forma oral y/o escrita, y/o por medios electrónicos.
- g) Se han identificado los tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo.
- h) Se ha descrito el procedimiento que hay que seguir, así como las fases, la forma y los plazos del proceso de tramitación de las reclamaciones del cliente.
- i) Se ha informado al cliente de sus derechos y los posibles mecanismos de solución de la reclamación, de acuerdo con la normativa vigente.
- j) Se ha cumplimentado la documentación necesaria para cursar la reclamación hacia el departamento u organismo competente.

## UNIDAD DIDÁCTICA 9: La protección del consumidor y usuario

### Contenidos

- 9.1. Concepto de consumidor y usuario.
- 9.2. Derechos y deberes del consumidor.
- 9.3. Normativa legal en la protección de consumidores y usuarios.
- 9.4. Organismos e instituciones de protección y defensa del consumidor.
- 9.5. El sistema arbitral de consumo.

### Objetivos

- Entender las diferencias entre cliente, consumidor y usuario.
- Conocer los derechos y deberes de los consumidores y usuarios.
- Estudiar la normativa legal de protección de consumidores y usuarios.
- Identificar las instituciones de protección y defensa del consumidor.
- Analizar las intervenciones de la Administración en materia de consumo.

### Resultados de aprendizaje

- a) Se ha definido el concepto del consumidor y usuario, diferenciando los consumidores finales y los industriales.
- b) Se ha identificado la normativa nacional, autonómica y local que regula los derechos del consumidor y usuario.
- c) Se han identificado las instituciones y organismos, públicos y privados, de protección al consumidor y usuario, describiendo sus competencias.
- d) Se ha interpretado la normativa aplicable a la gestión de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario en materia de consumo.
- e) Se han descrito las fuentes de información que facilitan información fiable en materia de consumo.



## UNIDAD DIDÁCTICA 10: Supuesto global

### Contenidos

- Bloque 1.** Atención comercial en la empresa.
- Bloque 2.** Comunicación y atención comercial.
- Bloque 3.** Atención telefónica.
- Bloque 4.** Las comunicaciones escritas.
- Bloque 5.** Atención comercial y medios digitales.
- Bloque 6.** La organización documental.
- Bloque 7.** La calidad en el servicio de atención comercial.
- Bloque 8.** Tramitación de quejas y reclamaciones.
- Bloque 9.** La protección del consumidor y usuario.

### Objetivos

- Llevar a cabo procesos correspondientes a los contenidos de las unidades anteriores.
- Realizar operaciones específicas de atención comercial.
- Cumplimentar documentos del servicio de atención al cliente.
- Aplicar los conceptos y técnicas adquiridos en las unidades anteriores.

### Resultados de aprendizaje

- Se han analizado 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.
- Se han desarrollado trabajos en equipo y valorado su organización, participando con tolerancia y respeto.
- Se han tomado decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía.
- Se han adoptado 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.

## Recursos didácticos

- Ordenador, terminales USB, impresora.
- Software ofimático.
- Acceso a Internet.
- Proyector, pantalla.
- Pizarra.
- Biblioteca de aula o del centro.
- Grabaciones de audio.
- Caso práctico en la web de Paraninfo.

## Secuenciación de contenidos

La toma de decisiones en cuanto a la manera de realizar la secuenciación requiere el consenso del departamento y para ello será necesario que se establezcan una serie de criterios que ayuden a tomar dichas decisiones:

- Partir de los conocimientos previos de los alumnos para así garantizar la progresión en los procesos de aprendizaje del alumnado.
- La secuenciación de los contenidos debe estar relacionada con los contenidos del resto de módulos del ciclo.
- Los contenidos deben organizarse siguiendo una progresión de modo que se pase de unos conceptos más sencillos a otros más complejos.
- La estructura de los contenidos ha de ser flexible para así poder incorporar rectificaciones extraídas de la práctica diaria en el aula, donde las previsiones de la secuencia se sometan a una constante evaluación.

A modo de referencia, a continuación se propone una temporalización de las unidades didácticas del libro. Debido a que la duración del módulo puede ser distinta en función del currículo establecido por cada comunidad autónoma, la distribución temporal se expresa en tanto por ciento con respecto al total de horas disponibles, tomando como premisa la importancia de los contenidos y el peso que supone cada una de las unidades didácticas, en el conjunto del módulo.

Unidad didáctica	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
% Tiempo	5 %	15 %	10 %	20 %	5 %	10 %	10 %	10 %	10 %	5 %

## Evaluación. Estrategias y procedimientos

El programa de trabajo de cada alumno puede ser diferente, sea en su temporalización o en las actividades formativas que lo componen dependiendo de las capacidades y destrezas iniciales, desde las primeras unidades formativas del módulo. Debe, además, ser asumido por el propio alumno, pero el final del proceso debe ser adquirir las capacidades necesarias para desenvolverse con soltura en su trabajo.

La evaluación del alumnado tendrá un carácter continuo, personalizado e integrador, que tome como referencia los objetivos establecidos en estas programaciones. A lo largo del proceso formativo, se contemplarán tres momentos de evaluación:

- Evaluación inicial.
- Evaluación procesual o formativa.
- Evaluación final o sumativa.

La evaluación inicial proporciona una información de partida de los alumnos con la finalidad de orientar la intervención educativa adecuadamente, de forma que el proceso de enseñanza/aprendizaje pueda adquirir el carácter de individualización que se requiera en cada caso. En la evaluación inicial, pueden utilizarse instrumentos tales como las entrevistas, cuestionarios u observación directa para conocer al alumnado (capacidades y habilidades, técnicas de trabajo, motivaciones e intereses).

La evaluación procesual o formativa se realiza a lo largo del propio proceso de enseñanza-aprendizaje. Aquí se evaluarán aspectos tales como:

- La asistencia.
- La participación.
- El progreso de cada alumno.
- El tipo y grado de aprendizajes adquiridos.
- La consecución de los resultados de aprendizaje.
- Las dificultades halladas en el aprendizaje de los diferentes tipos de contenidos.

La evaluación final representa el resultado del seguimiento y la evaluación de todo el proceso formativo, en el que se valorarán:

- La asistencia y participación activa.
- La evolución positiva en la implementación de actitudes profesionales.
- La consecución de los resultados de aprendizaje que se piden en el decreto que regula el ciclo.

De esta manera quedará evaluado tanto el grado de consecución de los resultados de aprendizaje como la actitud del alumno en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

## **Instrumentos de evaluación**

- h) Realización de trabajos.
- i) Pruebas escritas, orales y objetivas.
- j) Registros de observación (diario de clase).
- k) Encuestas.

## **Criterios de calificación**

**Calificación de la teoría:** estará determinada por una nota comprendida entre el 0 y el 10, considerándose aprobados aquellos que alcancen el 5 o superior. En caso de que se hagan más de un examen por trimestre, la nota será la media de las obtenidas en todos los exámenes realizados.

**Calificación de las prácticas:** se calculará por la media aritmética de las notas obtenidas en todos los ejercicios prácticos propuestos. Los ejercicios se calificarán de 0 a 10, considerándose aprobados aquellos que alcancen el 5 o superior.

**Calificación de la actitud:** se calificará en cada ejercicio que se realice ya que el alumnado puede ir cambiando de actitud, tanto en el tiempo como en la realización del

ejercicio, según le guste o le interese más o menos. Se calificará también de 0 a 10 y se calculará la media para obtener la calificación final.

<b>CRITERIOS DE CALIFICACIÓN</b>	<b>% DE CALIFICACIÓN</b>
CONTENIDOS TEÓRICOS	50 %
ACTIVIDADES PRÁCTICAS	30 %
ACTITUDES PROFESIONALES	20 %

## **Atención a la diversidad**

Se introducirán medidas dirigidas a los componentes del alumnado que requieran una atención educativa diferente de la ordinaria por presentar alguna necesidad específica de apoyo educativo. Se trata de alumnos que requieren una atención educativa específica por presentar dificultades de aprendizaje, por sus altas capacidades intelectuales, por haberse incorporado tarde al sistema educativo o por condiciones personales.

Para ello es necesario disponer de los recursos precisos con el fin de cumplir el objetivo de su plena integración.

g) **Atención a alumnos en situaciones desfavorecidas.**

Es necesario identificar qué alumnos parten en situaciones de desventaja con respecto a otros, debido a que tienen responsabilidades laborales y/o familiares que pueden derivar en absentismo, bajo rendimiento y retrasos en la entrega de trabajos. Se propondrá mayor flexibilidad en los plazos de entrega y se prepararán materiales elaborados por el docente para que puedan seguir el desarrollo de las clases cuando no puedan asistir.

h) **Atención a alumnos de procedencia extranjera**

Serán alumnos con carencias lingüísticas, por lo que puede resultar de ayuda en el transcurso de las clases facilitarles un diccionario (puede ser en línea) para que puedan traducir distintos términos. También, en su caso, podrán adaptarse los tiempos para la realización de las tareas.

i) **Alumnos con alto rendimiento escolar**

En este caso es fundamental el factor motivacional. Se propondrán actividades de ampliación y profundización, otorgándoles responsabilidades dentro de los grupos de trabajo y se fomentará la exposición de sus tareas y participación.

j) **Alumnos con necesidades educativas especiales**

Será necesaria la adaptación de los espacios para su acceso (medidas especiales de los puestos informáticos y de los espacios en el aula) para los alumnos con dificultades motoras. En los alumnos con discapacidad auditiva leve será aconsejable que ocupen las mesas más cercanas a donde se realice la exposición el docente y, a su vez, este debe dirigirse orientado hacia el alumno para que sea posible la lectura de labios.

Las necesidades educativas especiales que se encontrarán serán aquellas que no comprometan la adquisición de competencias profesionales que propicien la inserción laboral del alumno. Por tanto, las adaptaciones curriculares que se tendrán que llevar a cabo serán siempre no significativas.

## Medios, recursos y materiales

Es imprescindible contar con un aula específica para impartir las enseñanzas del Ciclo Formativo. Además, es conveniente disponer de:

- h) Material de uso común: audiovisual, ordenadores, conexión a Internet, etc.
- i) Libro de texto del alumno: *Servicios de atención comercial* (Ediciones Paraninfo).
- j) También deberá tener cuaderno, documentos, fichas, etc., para realizar las actividades.

**FAMILIA PROFESIONAL DE  
COMERCIO Y MARKETING**

**PROGRAMACIÓN DE CICLO MEDIO  
DE**

**TÉCNICO EN ACTIVIDADES  
COMERCIALES**

**MÓDULO**

**GESTIÓN DE UN PEQUEÑO COMERCIO**

## ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	3
1.1 DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL CICLO Y RELACIÓN DE CUALIFICACIONES Y UNIDADES DE COMPETENCIA SEGÚN EL CATÁLOGO NACIONAL DE CUALIFICACIONES PROFESIONALES.....	3
1.2 ENTORNO PROFESIONAL.....	4
2. COMPETENCIAS, OBJETIVOS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE.....	5
3. CONTENIDOS.....	9
3.1 DISTRIBUCIÓN TEMPORAL DE LOS CONTENIDOS.....	12
3.2 CUADROS RESUMEN DE LAS UNIDADES DE TRABAJO.....	13
4. METODOLOGÍA / ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS.....	27
4.1 LAS ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS.....	27
4.2 ESTRATEGIAS Y TÉCNICAS DOCENTES.....	27
4.3 ACTIVIDADES.....	29
4.4 RECURSOS.....	29
5. EVALUACIÓN.....	30
5.1 CRITERIOS DE EVALUACIÓN.....	30
5.2 INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN.....	30
5.3 CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.....	31
5.4 LAS SESIONES DE EVALUACIÓN.....	32
5.5 CRITERIOS DE PROMOCIÓN.....	33
6. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.....	33
7. EDUCACIÓN EN VALORES.....	34

## 1. INTRODUCCIÓN

### 1.1 DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL CICLO Y RELACIÓN DE CUALIFICACIONES Y UNIDADES DE COMPETENCIA SEGÚN EL CATÁLOGO NACIONAL DE CUALIFICACIONES PROFESIONALES.

Este módulo profesional de Gestión de un Pequeño Comercio está incluido en el título de Técnico en Actividades Comerciales aprobado en el 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.

El título de Técnico en Actividades Comerciales queda identificado por los siguientes elementos:

- Denominación: Actividades comerciales.
- Nivel: Formación Profesional de Grado Medio.
- Duración: 2.000 horas.
- Familia profesional: Comercio y Marketing.
- Referente europeo: Referente en la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación CINE-3b.

Los datos correspondientes al módulo profesional de Gestión de un Pequeño Comercio son tal como sigue:

Nombre: Gestión de un Pequeño Comercio

Código: 1227

El perfil profesional del título de Técnico en Actividades Comerciales queda determinado por su competencia general, sus competencias profesionales, personales y sociales, y por la relación de cualificaciones y, en su caso, unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título.

#### **Relación de Cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título**

##### **Cualificaciones profesionales completas:**

a) Actividades de venta COM085\_2 (Real Decreto 295/2004, de 20 de febrero), que comprende las siguientes unidades de competencia:

- UC0239\_2: Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización.
- UC0240\_2: Realizar las operaciones auxiliares a la venta.
- UC0241\_2: Ejecutar las acciones del servicio de atención al cliente/consumidor/usuario

##### **Cualificaciones profesionales incompletas:**

a) Actividades de gestión del pequeño comercio COM631\_2 (Real Decreto 889/2011, de 24 de junio):

- UC2104\_2: *Impulsar y gestionar un pequeño comercio de calidad.*
- UC2105\_2: *Organizar y animar el punto de venta de un pequeño comercio.*

- UC2106\_2: *Garantizar la capacidad de respuesta y abastecimiento del pequeño comercio.*

b) Organización y gestión de almacenes COM318\_3 (Real Decreto 109/2008, de 1 de febrero):

- UC1015\_2: *Gestionar y coordinar las operaciones del almacén.*

c) Gestión comercial inmobiliaria COM650\_3 (Real Decreto 1550/2011, de 31 de octubre):

- UC0811\_2: *Realizar la venta y difusión de productos inmobiliarios a través de distintos canales de comercialización.*



## 1.2 ENTORNO PROFESIONAL

El Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, e indica que los títulos de formación profesional deben responder a los perfiles profesionales demandados por el sistema productivo.

El marco normativo descrito hace necesario que la ordenación de la formación profesional del sistema educativo responda a las necesidades de la sociedad del conocimiento, basada en la competitividad, la empleabilidad, la movilidad laboral, y en el fomento de la cohesión y la inserción social, adaptándose a los intereses y capacidades de las personas. Se trata de proporcionar a las personas la formación requerida por el sistema productivo y de acercar los títulos de formación profesional a la realidad del mercado laboral.

Así, el Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, que regula el título de Técnico en Actividades Comerciales y fija sus enseñanzas mínimas, en el artículo 7 establece el entorno profesional del mismo y, en concreto, delimita que:

Las personas que obtienen este título ejercen su actividad en cualquier sector productivo dentro del área de comercialización o en las distintas secciones de establecimientos comerciales, realizando actividades de venta de productos y/o servicios a través de diferentes canales de comercialización o bien realizando funciones de organización y gestión de su propio comercio.

Son trabajadores por cuenta propia que gestionan un pequeño comercio o tienda tradicional, o trabajadores por cuenta ajena que ejercen su actividad en los departamentos o secciones de comercialización de cualquier empresa u organización, en distintos subsectores:

- En establecimientos comerciales pequeños, medianos o grandes trabaja por cuenta ajena en las diferentes secciones comerciales.
- En la comercialización de productos y servicios por cuenta propia y ajena fuera del establecimiento comercial.
- En el Departamento comercial de pymes y empresas industriales.
- En el Departamento de atención al cliente/consumidor/usuario de organismos públicos.
- En empresas industriales y comerciales grandes y medianas.
- En el sector del comercio al por menor.

Las **ocupaciones y puestos de trabajo** más relevantes son los siguientes:

- Vendedora o vendedor.
- Vendedora técnica o vendedor técnico.
- Representante comercial.
- Orientadora u orientador comercial.
- Promotora o promotor.
- Televendedora o televendedor.
- Venta a distancia.
- Teleoperadora o teleoperador (call center).
- Información/atención al cliente.
- Cajera/reponedora o cajero/reponedor.
- Operadora u operador de contact-center.

Administradora o administrador de contenidos online.

- Comerciante de tienda.
- Gerente de pequeño comercio.
- Técnica o técnico en gestión de stocks y almacén.
- Jefa o jefe de almacén.
- Responsable de recepción de mercancías.
- Responsable de expedición de mercancías.
- Técnica o técnico en logística de almacenes.
- Técnica o técnico de información/atención al cliente en empresas.

## 2. COMPETENCIAS, OBJETIVOS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Según el artículo 9 del Real Decreto 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, **la competencia general** del 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.

Esta **COMPETENCIA GENERAL** viene definida a través de una serie de **COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES** que son:

**a) Realizar proyectos de viabilidad y de puesta en marcha y ejercicio por cuenta propia de la actividad de un pequeño negocio de comercio al por menor, adquiriendo los recursos necesarios y cumpliendo con las obligaciones legales y administrativas, conforme a la normativa vigente.**

**b) Administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial, realizando las actividades necesarias con eficacia y rentabilidad, y respetando la normativa vigente.**

c) Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los distintos canales de comercialización, utilizando las técnicas de venta adecuadas a la tipología del cliente y a los criterios establecidos por la empresa.

d) Organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías en las condiciones que garanticen su conservación, mediante la optimización de medios humanos, materiales y de espacio, de acuerdo con procedimientos establecidos.

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

f) Realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios, aplicando técnicas de merchandising, de acuerdo con los objetivos establecidos en el plan de comercialización de la empresa.

g) Realizar acciones de comercio electrónico, manteniendo la página web de la empresa y los sistemas sociales de comunicación a través de Internet, para cumplir con los objetivos de comercio electrónico de la empresa definidos en el plan de marketing digital.

h) Realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial, utilizando el hardware y software apropiado para automatizar las tareas y trabajos.

i) Ejecutar las acciones de marketing definidas por la organización comercial en el plan de marketing, identificando las necesidades de productos y/o servicios de los clientes, los factores que

intervienen en la fijación de precios, los canales de distribución y las técnicas de comunicación para cumplir con los objetivos fijados por la dirección comercial.

j) Ejecutar los planes de atención al cliente, gestionando un sistema de información para mantener el servicio de calidad que garantice el nivel de satisfacción de los clientes, consumidores o usuarios.

k) Realizar ventas especializadas de productos y/o servicios, adaptando el argumentario de ventas a las características peculiares de cada caso para cumplir con los objetivos comerciales definidos por la dirección comercial.

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

**m) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.**

**n) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo**

**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.**

La formación del módulo **Gestión de un Pequeño Comercio** contribuye a alcanzar las competencias **a), b), m), n), ñ), o), p), q), r)** y **s)** del título.

La adquisición de estas competencias profesionales, personales y sociales se realizará a través de las enseñanzas del ciclo formativo.

De los **OBJETIVOS** generales para el Ciclo Formativo, establecidos en el RD anteriormente mencionado son:

**a) Recabar las iniciativas emprendedoras y buscar las oportunidades de creación de pequeños negocios comerciales al por menor, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos para realizar proyectos de viabilidad de implantación por cuenta propia de negocios comerciales al por menor.**

**b) Delimitar las características y cuantía de los recursos económicos necesarios, atendiendo a las características de la tienda y de los productos ofertados para la puesta en marcha de un pequeño negocio al por menor.**

**c) Analizar operaciones de compraventa y de cobro y pago, utilizando medios convencionales o electrónicos para administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial.**

d) Comparar y evaluar pedidos de clientes a través de los diferentes canales de comercialización, atendiendo y satisfaciendo sus necesidades de productos y/o servicios, para realizar la venta de productos y/o servicios.

e) Identificar los procesos de seguimiento y post venta, atendiendo y resolviendo, las reclamaciones presentadas por los clientes, para realizar la venta de productos y/o servicios.

f) Reconocer las tareas de recepción, ubicación y expedición de mercancías en el almacén, asignando medios materiales y humanos, controlando los stocks de mercancías y aplicando la normativa vigente en materia de seguridad e higiene, para organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías.

g) Acopiar y procesar datos de previsiones de demanda y compras a proveedores, utilizando tecnologías de la información y comunicación para garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio.

h) Identificar y elegir los mejores proveedores y/o suministradores, negociando las ofertas y condiciones de suministro para realizar las compras necesarias que mantengan el nivel de servicio establecido en función de la demanda de los clientes o consumidores.

i) Crear imagen de tienda, combinando los elementos exteriores e interiores del establecimiento comercial con criterios comerciales, para realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios.

j) Analizar las políticas de venta y fidelización de clientes, organizando la exposición y promoción del surtido, para realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios.

k) Seleccionar datos e introducirlos en la página web de la empresa, realizando su mantenimiento y buscando un buen posicionamiento, la facilidad de uso y la máxima persuasión para realizar acciones de comercio electrónico.

l) Fomentar las interrelaciones con otros usuarios de la red, utilizando estrategias de marketing digital en las redes sociales, para realizar acciones de comercio electrónico.

m) Reconocer las características de los programas informáticos utilizados habitualmente en el sector comercial, confeccionando documentos y materiales informáticos para realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial.

n) Identificar el mercado y el entorno de la empresa comercial, obteniendo y organizando la información de los agentes que intervienen en el proceso comercial y aplicando políticas de marketing apropiadas para ejecutar las acciones de marketing definidas por la organización comercial en el plan de marketing.

ñ) Seleccionar acciones de información al cliente, asesorándolo con diligencia y cortesía y gestionando en su caso las quejas y reclamaciones presentadas, para ejecutar los planes de atención al cliente.

o) Determinar las características diferenciadoras de cada subsector comercial, ofertando los productos y/o servicios mediante técnicas de marketing apropiadas para realizar ventas especializadas de productos y/o servicios.

p) Identificar expresiones y reglas de comunicación en inglés, tanto de palabra como por escrito, para gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores.

q) **Analizar y utilizar los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación para aprender y actualizar sus conocimientos, reconociendo las posibilidades de mejora profesional y personal, para adaptarse a diferentes situaciones profesionales y laborales.**

r) **Desarrollar trabajos en equipo y valorar su organización, participando con tolerancia y respeto, y tomar decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía.**

s) **Adoptar y valorar soluciones creativas ante problemas y contingencias que se presentan en el desarrollo de los procesos de trabajo, para resolver de forma responsable las incidencias de su actividad.**

t) **Aplicar técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a su finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia del proceso.**

u) **Analizar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional, relacionándolos con las causas que los producen, a fin de fundamentar las medidas preventivas que se van a adoptar, y aplicar los protocolos correspondientes para evitar daños en uno mismo, en las demás personas, en el entorno y en el medio ambiente.**

v) **Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al "diseño para todos".**

w) **Aplicar y analizar las técnicas necesarias para mejorar los procedimientos de calidad del trabajo en el proceso de aprendizaje y del sector productivo de referencia.**

x) **Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.**

y) **Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.**

Se pretenden alcanzar en el módulo de **Gestión del Pequeño Comercio** los siguientes objetivos generales a), b), c), q), r), s), t), u), v), w), x) e y)

Una vez establecidas las competencias y los objetivos generales para el Ciclo Formativo, se establecen los **resultados de aprendizaje** para el módulo de **Gestión de un Pequeño Comercio** que son los que siguen:

1. **Obtiene información sobre iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de una pequeña empresa, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos.**
2. **Determina la forma jurídica de la empresa y los trámites que se exigen para su creación y puesta en marcha, aplicando la normativa mercantil, laboral y fiscal vigente.**
3. **Elabora un proyecto de creación de un pequeño comercio, delimitando sus características e incluyendo un estudio de viabilidad para la puesta en marcha y sostenibilidad del mismo.**
4. **Elabora un plan de inversiones básico, identificando los activos fijos que se requieren, su forma de adquisición y los recursos financieros necesarios, en función de las características de la tienda y de los productos que se van a comercializar.**



5. Planifica la gestión económica y la tesorería del pequeño comercio, estableciendo el sistema de fijación de precios que garantice su rentabilidad y sostenibilidad en el tiempo.
6. Gestiona la documentación comercial y de cobro y pago derivada de la compraventa de los productos y/o servicios prestados, respetando la normativa mercantil y fiscal vigente.
7. Gestiona el proceso administrativo, contable y fiscal de la empresa, aplicando la legislación mercantil y fiscal vigente y los principios y normas del Plan General Contable para las pymes.
8. Elabora un plan para la implantación de un servicio de calidad y proximidad con atención personalizada al cliente, potenciando la singularidad y la competitividad del comercio.

### 3. CONTENIDOS

A continuación se recogen los contenidos que el real decreto que regula este título profesional marca como necesarios:

#### **1. Obtención de información sobre iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de una pequeña empresa:**

- La empresa: concepto y elementos de la empresa.
- Funciones básicas de la empresa.
- La empresa y el empresario.
- Clasificación de las empresas atendiendo a distintos criterios.
- Características de las pymes.
- Factores claves de los emprendedores: iniciativa, creatividad y formación.
- El plan de empresa: la idea de negocio.
- Análisis del entorno general y específico de una pequeña empresa.
- Relaciones de la pyme con su entorno.
- Relaciones de la pyme con el conjunto de la sociedad.
- Instituciones y organismos competentes en comercio interior.
- Características del pequeño comercio de proximidad.
- Organismos y entidades públicas y privadas que proporcionan información y orientación a pequeños comercios.

#### **2. Determinación de la forma jurídica de la empresa y los trámites para su creación y puesta en marcha:**

- La empresa individual. Responsabilidad jurídica y obligaciones formales.
- La sociedad mercantil. Tipos de sociedades.
- Sociedad anónima.
- Sociedad de responsabilidad limitada.
- Sociedades laborales: anónima y limitada.
- Otras sociedades mercantiles.
- Sociedades cooperativas.
- Sociedades civiles y comunidades de bienes.
- Selección de la forma jurídica adecuada para un pequeño comercio.
- Constitución de la empresa: requisitos y obligaciones formales.
- Trámites que se deben realizar para la puesta en marcha de la empresa.
- La ventanilla única empresarial.

Obligaciones fiscales y laborales de la empresa.

– Subvenciones oficiales y ayudas para la constitución y apertura de la empresa.

### **3. Elaboración de un proyecto de creación de un pequeño comercio:**

– Análisis del macroentorno de la empresa.

– Análisis del mercado y el entorno comercial. Localización, accesibilidad y proximidad al cliente, zona de influencia, perfil de los clientes y competencia.

– Métodos y técnicas para seleccionar la ubicación del local comercial.

– Análisis interno y externo de la empresa. Análisis DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades).

– Estudio del consumidor/cliente.

– Definición de las características de la tienda.

– Definición de la oferta comercial o surtido de productos.

– Precios de venta de los productos: lista de precios de venta al público.

– Elaboración del plan de empresa en el que se incluya: el plan de inversiones básico con indicación de los recursos financieros necesarios y el estudio de viabilidad económico-financiera del comercio (cuentas de resultados básicas a partir de la previsión de ingresos, costes y gastos, márgenes y resultados).

### **4. Elaboración de un plan de inversiones básico:**

– Estructura económica y estructura financiera de la empresa.

– Fuentes de financiación propia y ajena, interna y externa.

– Determinación de las necesidades de inversión para la apertura de la tienda.

– Subvenciones oficiales y ayudas financieras a la actividad de una pyme.

– Decisión de compra o alquiler del local y otros activos.

– Búsqueda de suministradores y solicitud de ofertas y presupuestos.

– Presupuestos y condiciones de compra y/o alquiler.

– Selección del suministrador más conveniente.

– Financiación a largo plazo: préstamos, leasing, renting y otras formas de financiación. Intereses, comisiones y otros gastos.

– Financiación a corto plazo: créditos comerciales y aplazamientos de pago, créditos bancarios, negociación de efectos comerciales. Intereses y gastos.

– Cálculo de los costes financieros.

### **5. Planificación de la gestión económica y la tesorería del pequeño comercio:**

– Previsión de la demanda.

– Previsión de ingresos y gastos.

– Elaboración de presupuestos.

– Fijación de los precios de venta atendiendo a distintos criterios.

– Cálculo de los precios de venta en función de costes y margen comercial, entre otros.

– Cálculo del punto muerto o umbral de rentabilidad.

– Evaluación de inversiones y cálculo de la rentabilidad.

– Periodo medio de maduración.

– Técnicas de control de flujos de tesorería y liquidez.

– Análisis de la información contable y económico-financiera de la empresa.

– Análisis de la viabilidad y sostenibilidad económico-financiera de la empresa.

– Cálculo e interpretación de ratios económico-financieros básicos: rentabilidad, liquidez, solvencia y endeudamiento.

## **6. Gestión de la documentación comercial y de cobro y pago:**

- Facturación de las ventas: características, requisitos legales y tipos de facturas.
- Cumplimentación y expedición de facturas comerciales.
- Fiscalidad de las operaciones de venta y prestación de servicios: el Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA). Operaciones gravadas. Repercusión del IVA. Tipos de gravamen. Recargo de equivalencia.
- Registro y conservación de facturas según la normativa mercantil y fiscal.
- Medios y documentos de pago y cobro: cheque, transferencia bancaria, recibo normalizado, letra de cambio y pagaré, y medios de pago electrónicos.
- Gestión de cobro de efectos comerciales.
- Negociación y descuento de efectos comerciales.
- Cálculo de los costes de negociación de efectos comerciales.

## **7. Gestión del proceso administrativo, contable y fiscal de la empresa:**

- Gestión laboral en el pequeño comercio. Altas y bajas de los trabajadores, nóminas y boletines de cotización a la Seguridad Social.
- Régimen de cotización a la Seguridad Social de trabajadores autónomos.
- La contabilidad de la empresa.
- El patrimonio de la empresa: activo, pasivo y patrimonio neto.
- El balance. Partidas que lo integran. Relación funcional entre ellas.
- Las cuentas.
- Conceptos de inversión, gasto y pago, ingreso y cobro.
- Los libros contables y de registro.
- El Plan General Contable para las pymes.
- Registro de las operaciones. El ciclo contable.
- El resultado del ejercicio.
- Las cuentas anuales.
- El sistema tributario español. Impuestos directos e indirectos.
- Obligaciones fiscales del pequeño comercio. El calendario fiscal.
- Gestión del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA). Regímenes de tributación.
- Declaración–liquidación del IVA.
- El Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF). Modalidades de tributación.
- El Impuesto de Sociedades. Modalidades de tributación.
- Otros impuestos y tributos que afectan al pequeño comercio.
- Manejo de un paquete integrado de gestión comercial y contable.

## **8. Elaboración de un plan para la implantación de un servicio de calidad y proximidad:**

- Características del servicio de calidad en un pequeño comercio.
- Normas de calidad y códigos de buenas prácticas en pequeños comercios.
- Estrategias de calidad en la atención a los clientes en pequeños comercios.
- Servicios adicionales a la venta en pequeños establecimientos.
- Instrumentos para medir la calidad.
- Normativa de ámbito nacional, autonómico y local que afecta al comercio al por menor.
- Herramientas informáticas de gestión de las relaciones con los clientes.
- Plan de gestión de incidencias, quejas y reclamaciones en el comercio.
- Instrumentos para medir el grado de satisfacción de los clientes.
- Normativa de protección del consumidor aplicada a pequeños comercios.



Técnicas para comprobar el mantenimiento de las instalaciones y la exposición de productos en la tienda, aplicando criterios comerciales y de seguridad.

– Plan de calidad del pequeño comercio.

**TEMPORALIZACIÓN:** El módulo de **Gestión de un Pequeño Comercio** dispone de 168 horas lectivas para su desarrollo. Teniendo en cuenta que se imparte en 8 sesiones semanales, y que el módulo se imparte en el segundo curso y por lo tanto consta de dos trimestres esta es la distribución temporal de las unidades:

### 3.1 DISTRIBUCIÓN TEMPORAL DE LOS CONTENIDOS

UT	TÍTULO	TEMPORALIZACIÓN
<b>1º TRIMESTRE : 82HORAS</b>		
UT 1	<b>Empresa y cultura emprendedora</b>	13 HORAS
UT 2	<b>Forma jurídica de la empresa</b>	19 HORAS
UT 3	<b>Trámites legales para la puesta en marcha de la empresa</b>	15 HORAS
UT 4	<b>Creación de un pequeño comercio</b>	19 HORAS
UT 5	<b>Inversión y financiación</b>	16 HORAS
<b>2º TRIMESTRE: 86 HORAS</b>		
UT 6	<b>El plan de tesorería</b>	18 HORAS
UT 7	<b>Documentación comercial básica</b>	20 HORAS
UT 8	<b>Proceso administrativo contable</b>	20 HORAS
UT 9	<b>Obligaciones fiscales de la empresa</b>	18 HORAS
UT 10	<b>El plan de calidad</b>	18 HORAS
<b>TOTAL:</b>		<b>168 HORAS</b>

### 3.2 CUADROS RESUMEN DE LAS UNIDADES DE TRABAJO

<b>UT 1: Empresa y cultura emprendedora</b>		
Temporalización: 13 sesiones		
Resultado de aprendizaje nº 1		
<b>Criterios de evaluación</b>		
<p>a) Se ha considerado el concepto de cultura emprendedora, valorando su importancia como fuente de creación de empleo y de bienestar social.</p> <p>b) Se ha valorado la importancia de la iniciativa individual, la creatividad, la formación y la colaboración para tener éxito en la actividad emprendedora.</p> <p>c) Se han descrito individualmente las funciones básicas de la empresa y se han analizado todas en conjunto como un sistema integral.</p> <p>d) Se ha reconocido el fenómeno de la responsabilidad social de la empresa y su importancia como elemento de estrategia empresarial.</p> <p>e) Se han identificado prácticas empresariales que incorporan valores éticos, sociales y de respeto al medioambiente.</p> <p>f) Se han identificado los principales elementos del entorno general de la empresa, analizando factores económicos, sociales, demográficos, culturales, tecnológicos, medioambientales y político-legales.</p> <p>g) Se han descrito los factores del microentorno de la empresa, analizando la competencia, los proveedores/suministradores, los intermediarios y las instituciones que regulan y/o influyen en el comercio interior.</p> <p>h) Se han identificado las ventajas y fortalezas del comercio de proximidad tradicional frente a las grandes superficies y otras formas de distribución minorista.</p> <p>i) Se han identificado los organismos públicos y privados que proporcionan información, orientación y asesoramiento a pequeños comercios, describiendo los servicios que prestan y los recursos disponibles online.</p>		
<b>Contenidos conceptuales</b>	<b>Contenidos procedimentales</b>	<b>Contenidos actitudinales</b>
<p>1.1. Empresa: concepto y funciones</p> <p>1.2 Clasificación de las empresas</p> <p>1.3 Cultura emprendedora</p> <p>1.4 Entorno empresarial</p> <p>1.5 Plan de empresa</p> <p>1.6 Distribución comercial</p> <p>1.7 Orientación y asesoramiento a pequeños comercios</p>	<p>1. Consideración del concepto de cultura emprendedora.</p> <p>2. Identificación de la importancia de la iniciativa individual, la creatividad, la formación y la colaboración para tener éxito en la actividad emprendedora.</p> <p>3. Descripción individual de las funciones básicas de la empresa y análisis de todas en conjunto como un sistema integral.</p> <p>4. Reconocimiento del fenómeno de la responsabilidad social de la empresa y su importancia como elemento de estrategia empresarial.</p> <p>5. Identificación de prácticas</p>	<p>1. Actitud positiva el concepto de empresa y sus elementos.</p> <p>2. Disposición a diferenciar los diferentes tipos de empresa.</p> <p>3. Entender y valorar la importancia de la cultura emprendedora.</p> <p>4. Valorar la importancia del plan de empresa para el éxito empresarial.</p> <p>5. Disposición favorable para buscar las informaciones propuestas por el profesorado.</p> <p>6. Cooperación y aceptación de las funciones atribuidas dentro de un trabajo en equipo y responsabilidad en la realización</p>

	<p>empresariales que incorporan valores éticos, sociales y de respeto al medioambiente.</p> <p>6. Identificación de los principales elementos del entorno general de la empresa</p> <p>7. Descripción de los factores del microentorno de la empresa</p> <p>8. Identificación de las ventajas y fortalezas del comercio de proximidad tradicional frente a las grandes superficies y otras formas de distribución minorista.</p> <p>9. Identificación de los organismos públicos y privados que proporcionan información, orientación y asesoramiento a pequeños comercios</p>	<p>de las tareas asignadas dentro de un grupo.</p> <p>7. Participar activamente en los debates propuestos, aportando ideas, realizando sugerencias, respetando las opiniones de los demás y rechazando actitudes de intolerancia.</p>
--	--	---

<b>UT 2: Forma jurídica de la empresa</b>		
Temporalización: 19 sesiones		
Resultado de aprendizaje nº 2		
<p><b>Criterios de evaluación</b></p> <p>a) Se han identificando las formas jurídicas que puede adoptar una pequeña empresa, analizando características, capital social, número de socios, obligaciones formales y responsabilidad de los socios, entre otras.</p> <p>d) Se ha seleccionado la forma jurídica más adecuada, a partir de un estudio comparativo, valorando los costes, los trámites y obligaciones jurídicas y la responsabilidad de los socios.</p> <p>g) Se han identificado las obligaciones mercantiles, laborales y fiscales derivadas del ejercicio de la actividad económica de la empresa.</p>		
Contenidos conceptuales	Contenidos procedimentales	Contenidos actitudinales
<p>2.1 La personalidad jurídica</p> <p>2.2 Empresas sin personalidad jurídica: Empresa individual, emprendedor de Responsabilidad Limitada, Comunidad de Bienes, Sociedad Civil.</p> <p>2.3 Empresas con personalidad jurídica:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Sociedad colectiva</li> <li>-Sociedad comanditaria simple</li> <li>-Sociedad comanditaria por acciones</li> <li>-Sociedad responsabilidad</li> </ul>	<p>1. Identificación de las formas jurídicas que puede adoptar una pequeña empresa.</p> <p>2. Análisis de las características, capital social, número de socios, obligaciones formales y responsabilidad de los socios, entre otras.</p> <p>3. Selección de la forma jurídica más adecuada</p> <p>4. Realización de un estudio comparativo, valorando los costes, los trámites y obligaciones jurídicas y la responsabilidad de</p>	<p>1. Razonar sobre las distintas figuras empresariales existentes.</p> <p>2. Valorar la importancia de la elección adecuada de la forma jurídica de la empresa.</p> <p>3. Reconocer los distintos tipos de empresas</p> <p>4. Disposición favorable para buscar las informaciones propuestas por el profesorado.</p> <p>5. Participar activamente en los debates propuestos, aportando ideas, realizando sugerencias, respetando las opiniones de los</p>

<p>limitada -Sociedad limitada nueva empresa -Sociedad limitada de formación sucesiva -Sociedad anónima -Empresas de economía social: sociedad laboral y sociedad cooperativa 2.4 ¿Cómo seleccionar tu forma jurídica idónea?</p>	<p>los socios. 5. Identificación de las obligaciones mercantiles, laborales y fiscales derivadas del ejercicio de la actividad económica de la empresa</p>	<p>demás y rechazando actitudes de intolerancia. 6. Iniciativa personal para la comunicación con las y los miembros del equipo.</p>
---	--	---

### UT 3: Trámites legales para la puesta en marcha de la empresa

Temporalización: 15 sesiones

Resultado de aprendizaje nº 2

#### Criterios de evaluación

- b) Se han calculado los gastos de constitución y puesta en marcha de la empresa derivados de las distintas formas jurídicas, consultando la legislación vigente.
- c) Se ha obtenido información sobre posibles ayudas y subvenciones para la creación de una empresa, identificando los requisitos y trámites que se deben realizar.
- e) Se ha consultado la normativa nacional, autonómica y local que regula y/o afecta al pequeño comercio.
- f) Se han determinado los trámites administrativos y jurídicos, las autorizaciones y licencias que se requieren para la apertura y puesta en marcha del comercio y los organismos donde se gestionan y/o tramitan.
- h) Se ha cumplimentado la documentación que se requiere para la creación y puesta en marcha de la empresa.

Contenidos conceptuales	Contenidos procedimentales	Contenidos actitudinales
<p>3.1 Inicio de la actividad 3.2 Trámites para la constitución de una empresa sin personalidad jurídica: empresario individual 3.3 Trámites para la constitución de una empresa con personalidad jurídica: sociedad mercantil 3.4 Subvenciones por inicio de actividad</p>	<p>1. Calculo de los gastos de constitución y puesta en marcha de la empresa. 2. Obtención de información sobre posibles ayudas y subvenciones para la creación de una empresa. 3. Identificación de los requisitos y trámites que se deben realizar. 4. Consulta de la normativa nacional, autonómica y local que regula y/o afecta al pequeño comercio. 5. Determinación de los trámites administrativos y jurídicos, las autorizaciones y licencias para la apertura y puesta en marcha del comercio</p>	<p>1. Valorar la importancia del conocimiento de la normativa para realizar los trámites de constitución. 2. Razonar el tipo de subvención más adecuado para cada negocio. 3. Actitud positiva hacia la consulta de normativa acorde al tema. 4. Disposición favorable para buscar las informaciones propuestas por el profesorado. 5. Iniciativa personal para la comunicación con las y los miembros del equipo</p>

	<p>6. Identificación de los organismos donde se gestionan y/o tramitan.</p> <p>7. Cumplimentación la documentación para la creación y puesta en marcha de la empresa.</p>	
<p><b>UT 4 : Creación de un pequeño comercio</b></p>		
<p>Temporalización: 19 sesiones</p>		
<p>Resultado de aprendizaje nº 3</p>		
<p><b>Criterios de evaluación</b></p> <p>a) Se ha establecido la ubicación y características de la tienda en función de la densidad, diversidad y accesibilidad de su zona de influencia, el tipo de clientes y sus hábitos de compra y los productos que se van a comercializar, entre otras.</p> <p>b) Se han identificado las fortalezas y debilidades personales y las oportunidades y amenazas del entorno, mediante el correspondiente análisis DAFO.</p> <p>c) Se ha definido la oferta comercial o surtido, en función de las oportunidades de negocio, el perfil de los clientes, las tendencias del mercado y la competencia de la zona de influencia, entre otras.</p> <p>d) Se ha incluido un plan de inversiones básico que recoge los activos fijos necesarios, la forma de adquisición y la financiación de los mismos.</p> <p>e) Se ha elaborado una lista de precios de los productos, aplicando los criterios de fijación de precios establecidos.</p> <p>f) Se ha incluido un estudio de viabilidad económica y financiera del comercio, elaborando una cuenta de resultados básica para dos ejercicios, a partir de la estimación de los ingresos, gastos y costes previstos, los recursos financieros necesarios y calculando ratios económico-financieros.</p> <p>g) Se ha valorado la posibilidad de contratar empleados en función de las características y necesidades del comercio, calculando los costes y definiendo las funciones que hay que cubrir, el perfil de los candidatos y el procedimiento de selección.</p> <p>h) Se ha valorado la conveniencia de aplicar innovaciones tecnológicas y de acudir a acciones formativas, analizando los puntos débiles y la relación coste beneficio esperado en cuanto a viabilidad y sostenibilidad del negocio.</p> <p>i) Se ha estudiado la posibilidad de comercialización online y de otras formas de venta a distancia, calculando su coste y teniendo en cuenta las características de los productos, el impacto esperado y los usos y prácticas del sector.</p>		
<p>Contenidos conceptuales</p>	<p>Contenidos procedimentales</p>	<p>Contenidos actitudinales</p>
<p>4.1 Análisis del macroentorno de la empresa.</p> <p>4.2 Análisis del mercado y el entorno comercial: análisis del mercado, competencia y consumidor/cliente.</p> <p>4.3 La localización del establecimiento comercial</p> <p>4.4 Análisis interno y externo de la empresa: análisis DAFO.</p> <p>4.5 Definición de la oferta</p>	<p>1. Establecimiento de la ubicación y características de la tienda.</p> <p>2. Realización de análisis DAFO</p> <p>3. Definición la oferta comercial o surtido.</p> <p>4. Inclusión de un Plan de Inversiones básico.</p> <p>5. Elaboración de una lista de precios de los productos.</p> <p>6. Valoración de la posibilidad de contratar empleados o empleadas .</p>	<p>1. Tomar conciencia de las particularidades del entorno a la hora de ubicar la empresa.</p> <p>2. Ser consciente de las fortalezas y debilidades de la empresa.</p> <p>3. Razonar sobre las diferencias de contratación presentes en un plan de Recursos Humanos.</p> <p>4. Cooperación y aceptación de las funciones atribuidas dentro</p>

<p>comercial</p> <p>4.6 Plan de recursos humanos: gestión laboral en el pequeño comercio, nóminas, régimen de cotización de la Seguridad Social de los trabajadores autónomos.</p>	<p>7. Identificación de un plan de recursos humanos.</p> <p>8. Visualización de los distintos tipos de documentos en relación a la contratación.</p>	<p>de un trabajo en equipo, y responsabilidad en la realización de las tareas asignadas dentro de un grupo</p> <p>5. Iniciativa personal para la comunicación con las y los miembros del equipo</p>
--	--	---

<p><b>UT 5 : Inversión y financiación</b></p>		
<p>Temporalización: 16 sesiones</p>		
<p>Resultado de aprendizaje nº 4</p>		
<p><b>Criterios de evaluación</b></p> <p>a) Se han determinado las necesidades de la tienda, local, mobiliario, equipos, sistema de cobro y terminal punto de venta, entre otros, en función de la idea de negocio, el tipo de clientes y los productos y servicios que hay que prestar al cliente.</p> <p>b) Se ha obtenido información sobre posibles ayudas y subvenciones para la compra del equipamiento de la tienda, identificado los organismos donde se tramitan.</p> <p>c) Se ha determinado la forma de adquisición del local, evaluando las modalidades de compraventa, traspaso o alquiler, a partir del análisis de costes, derechos y obligaciones de cada una de las modalidades.</p> <p>d) Se ha obtenido información sobre servicios bancarios y formas de financiación de las inversiones y demás operaciones, analizando el procedimiento, documentación, requisitos y garantías exigidas para obtener un crédito o un préstamo bancario.</p> <p>e) Se han valorado las opciones de leasing y renting para la adquisición de los equipos, calculando los costes y analizando los requisitos y garantías exigidas.</p> <p>f) Se ha seleccionado la forma de obtención y financiación de los equipos e instalaciones de la tienda, evaluando los costes y los riesgos.</p> <p>g) Se han seleccionado las pólizas de seguros adecuadas, en función de las coberturas necesarias según las contingencias y exigencias legales de la actividad.</p>		
<p>Contenidos conceptuales</p>	<p>Contenidos procedimentales</p>	<p>Contenidos actitudinales</p>
<p>5.1 Plan de inversiones inicial.</p> <p>5.2 Fuentes de financiación: financiación propia, financiación ajena a corto plazo y financiación ajena a largo plazo.</p> <p>5.3 Modalidades de adquisición de un local comercial: compra de un local comercial o alquiler de un local comercial.</p>	<p>1. Determinación de las necesidades de la tienda</p> <p>2. Obtención de información sobre posibles ayudas y subvenciones para la compra del equipamiento</p> <p>3. Determinación de la forma de adquisición del local.</p> <p>4. Obtención de información sobre servicios bancarios y formas de financiación de las inversiones</p>	<p>1. Tomar conciencia de la importancia de la financiación.</p> <p>2. Valorar la del estudio de la modalidad de adquisición de un local comercial.</p> <p>3. Razonar sobre los diferentes tipos de financiación.</p> <p>4. Actitud positiva ante la idea del proceso de adquisición de un local.</p> <p>5. Cooperación y aceptación de</p>



<p>5.4 Búsqueda y selección de suministradores. 5.5 Análisis de un préstamo mediante una hoja de cálculo.</p>	<p>y demás operaciones 5. Valoración de las opciones de leasing y renting para la adquisición de los equipos 6. Selección de la forma de obtención y financiación de los equipos e instalaciones de la tienda 7. Selección de las pólizas de seguros adecuadas.</p>	<p>las funciones atribuidas dentro de un trabajo en equipo, y responsabilidad en la realización de las tareas asignadas dentro de un grupo 6. Iniciativa personal para la comunicación con las y los miembros del equipo</p>
---	---	--

<p><b>UT 6 : El plan de tesorería</b></p>		
<p>Temporalización: 18 sesiones</p>		
<p>Resultado de aprendizaje nº 5</p>		
<p><b>Criterios de evaluación</b></p> <p>a) Se ha establecido el sistema de fijación de los precios de venta en función de los costes, margen de beneficios, impuestos sobre el consumo, ciclo de vida del producto, precios de la competencia, diferenciación del producto y percepción del valor de los clientes, entre otros.</p> <p>b) Se han realizado previsiones de la demanda y los ingresos por ventas y de los costes y gastos previstos, a partir de los datos obtenidos de fuentes externas que facilitan información económica del sector y de otros comercios similares.</p> <p>c) Se han establecido los plazos, forma y medios de pago, descuentos y facilidades de pago a los clientes, en función de la capacidad financiera de la empresa, las características del producto, el tipo de clientes y los usos y prácticas del sector.</p> <p>d) Se ha elaborado el calendario de cobros y pagos previstos, en función de las necesidades, compromisos y obligaciones de pago del pequeño comercio y asegurando la disponibilidad de efectivo en caja diariamente.</p> <p>e) Se ha previsto el sistema para comprobar periódica y sistemáticamente la liquidez de la tienda, ajustando los compromisos de pago y las estimaciones de cobro.</p> <p>f) Se han calculado los costes financieros y los riesgos de gestión de cobro y de negociación de efectos comerciales.</p> <p>g) Se han calculado los costes de personal y seguridad social a cargo de la empresa.</p> <p>h) Se ha definido el procedimiento de valoración sistemática de la actividad económica y financiera del comercio, calculando ratios de rentabilidad, solvencia, endeudamiento y liquidez, para detectar y corregir posibles desajustes.</p>		
<p>Contenidos conceptuales</p>	<p>Contenidos procedimentales</p>	<p>Contenidos actitudinales</p>
<p>6.1 Previsión de la demanda 6.2 Previsión de ingresos y gastos 6.3 Determinación del precio de venta: factores determinantes, determinación del precio de venta en función del coste</p>	<p>1. Establecimiento del sistema de fijación de los precios. 2. Realización de previsiones de la demanda y los ingresos por ventas, y de los costes y gastos previstos 3. Establecimiento de los plazos, forma y medios de pago</p>	<p>1. Tomar conciencia de la importancia de la determinación del precio de venta. 2. Valorar la importancia de los diferentes métodos de estudio de costes. 3. Actitud positiva hacia la selección de la inversión más</p>

<p>6.4 Punto muerto o umbral de rentabilidad 6.5 Periodo medio de maduración de una empresa comercial 6.6 Selección de inversiones: criterios estadísticos y criterios financieros 6.7 Plan de tesorería</p>	<p>4. Elaboración del calendario de cobros y pagos previstos 5. Previsión del sistema para comprobar periódica y sistemáticamente la liquidez de la tienda. 6. Cálculo de los costes financieros y los riesgos de gestión de cobro y de negociación de efectos comerciales. 7. Cálculo de los costes de personal y seguridad social a cargo de la empresa. 8. Cálculo de los ratios de rentabilidad, solvencia, endeudamiento y liquidez</p>	<p>adecuada. 4. Tomar conciencia de la importancia del Plan de tesorería. 6. Participar en la elaboración de documentación en relación al tema. 7. Disposición favorable para buscar las informaciones propuestas por el profesorado. 8. Cooperación y aceptación de las funciones atribuidas dentro de un trabajo en equipo, y responsabilidad en la realización de las tareas asignadas dentro de un grupo 9. Iniciativa personal para la comunicación con las y los miembros del equipo</p>
<p><b>UT 7 : Documentación comercial básica</b></p>		
<p>Temporalización: 20 sesiones</p>		
<p>Resultado de aprendizaje nº 6</p>		
<p><b>Criterios de evaluación</b></p> <p>a) Se ha interpretado la normativa mercantil y fiscal y los usos del comercio que regulan la facturación de productos/servicios, incluyendo la facturación electrónica. b) Se han interpretado la normativa reguladora del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) y las obligaciones establecidas para la facturación de productos y/o servicios. c) Se han elaborado facturas correspondientes a las operaciones de compraventa y/o prestación de servicios, de acuerdo con la normativa mercantil y fiscal y los usos del comercio, utilizando herramientas informáticas. d) Se ha realizado el registro periódico de las facturas emitidas y recibidas que exige la normativa del IVA. e) Se han cumplimentado y gestionado los documentos correspondientes a los diferentes medios de pago y cobro de las operaciones de la empresa. f) Se han preparado remesas de efectos comerciales para su envío a las entidades bancarias en gestión de cobro o para su negociación y descuento. <b>g) Se han elaborado facturas de negociación de efectos comerciales.</b></p>		
<p>Contenidos conceptuales</p>	<p>Contenidos procedimentales</p>	<p>Contenidos actitudinales</p>
<p>7.1 Impuesto sobre el valor añadido: características y estructura, operaciones gravadas, tipo de gravamen, recargo de equivalencia. 7.2 Factura: concepto y</p>	<p>1. Interpretación de la normativa mercantil y fiscal y los usos del comercio que regulan la facturación de productos /servicios, incluyendo la facturación electrónica.</p>	<p>1. Valorar la importancia de la normativa reguladora de los impuestos. 2. Actitud positiva sobre la necesidad de tributar. 3. Tomar conciencia de la</p>



<p>requisitos legales, cumplimentación y tipos de facturas comerciales.</p> <p>7.3 Medios y documentos de cobro y pago: cheque, transferencia bancaria, recibo normalizado, letra de cambio, pagaré, medios de pago electrónicos.</p> <p>7.4 Gestión de impagados.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Interpretación de la normativa reguladora del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA).</li> <li>3. Elaboración de facturas correspondientes a las operaciones de compraventa y/o prestación de servicios.</li> <li>4. Realización del registro periódico de las facturas emitidas y recibidas.</li> <li>5. Cumplimentación y gestión de los documentos correspondientes a los diferentes medios de pago y cobro.</li> <li>6. Elaboración de facturas de negociación de efectos comerciales.</li> </ol>	<p>importancia de la correcta elaboración de los modelos de cobro y pago.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Participar en cumplimentación de documentos de pago.</li> <li>5. Disposición favorable para buscar las informaciones propuestas por el profesorado.</li> <li>6. Cooperación y aceptación de las funciones atribuidas dentro de un trabajo en equipo, y responsabilidad en la realización de las tareas asignadas dentro de un grupo</li> <li>7. Iniciativa personal para la comunicación con las y los miembros del equipo</li> </ol>
--	--	---

<p><b>UT 8 : Proceso administrativo contable</b></p>		
<p>Temporalización: 18 sesiones</p>		
<p>Resultado de aprendizaje nº 7</p>		
<p><b>Criterios de evaluación</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Se han identificado las funciones de la contabilidad y los libros obligatorios y voluntarios que debe llevar la empresa.</li> <li>b) Se han diferenciado las distintas partidas del balance (activo, pasivo y patrimonio neto), analizando sus características y relación funcional.</li> <li>c) Se han registrado las operaciones realizadas, de acuerdo con los principios generales y las normas de valoración del Plan General Contable para pymes, utilizando la aplicación informática disponible.</li> <li>d) Se ha calculado la amortización de los elementos del inmovilizado, de acuerdo con la normativa fiscal vigente y el Plan General Contable para las pymes.</li> <li>e) Se ha calculado el resultado del ejercicio y se han elaborado las cuentas anuales, de acuerdo con el Plan General Contable para las pymes.</li> </ol>		
<p>Contenidos conceptuales</p>	<p>Contenidos procedimentales</p>	<p>Contenidos actitudinales</p>
<p>8.1 La contabilidad de la empresa</p> <p>8.2 El patrimonio de la empresa: activo, pasivo y patrimonio neto</p> <p>8.3 Las cuentas: estructura y funcionamiento: estructura de las cuentas, funcionamiento, al asiento contable</p> <p>8.4 La cuenta de resultados en</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. - Identificación de las funciones de la contabilidad, y los libros obligatorios y voluntarios que debe llevar la empresa.</li> <li>2. Diferenciación de las distintas partidas del Balance.</li> <li>3. Elaboración del registro de las operaciones realizadas.</li> <li>4. Realización del cálculo de la amortización de los elementos del</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Valorar la importancia de la correcta contabilidad en la empresa.</li> <li>2. Tomar conciencia de la importancia de la correcta elaboración de las cuentas de resultados.</li> <li>3. Valorar la importancia de una actitud ética en el desarrollo del balance de la empresa.</li> </ol>

<p>el establecimiento comercial 8.5 Las cuentas anuales 8.6 Análisis de las cuentas anuales mediante ratios</p>	<p>inmovilizado. 5. Realización del cálculo de resultado del ejercicio y elaboración de las cuentas anuales.</p>	<p>4. Participar en la realización de casos de balances. 5. Cooperación y aceptación de las funciones atribuidas dentro de un trabajo en equipo, y responsabilidad en la realización de las tareas asignadas dentro de un grupo 6. Iniciativa personal para la comunicación con las y los miembros del equipo</p>
---	--	---

<p><b>UT 9 : Obligaciones fiscales de la empresa</b></p>		
<p>Temporalización: 18 sesiones</p>		
<p>Resultado de aprendizaje nº 7</p>		
<p><b>Criterios de evaluación</b> f) Se han cumplimentado las declaraciones–liquidaciones periódicas del Impuesto sobre el Valor Añadido, en función del régimen de tributación elegido. g) Se han determinado las obligaciones fiscales derivadas de los impuestos que gravan los beneficios, en función de la forma jurídica de la empresa (IRPF e Impuesto de Sociedades). h) Se ha valorado la posibilidad de utilizar asesoramiento externo de carácter laboral, fiscal y/o contable, en función de las características de la empresa.</p>		
<p>Contenidos conceptuales</p>	<p>Contenidos procedimentales</p>	<p>Contenidos actitudinales</p>
<p>9.1 El sistema tributario español: impuestos directos e indirectos 9.2 El impuesto sobre la renta de las personas físicas: métodos de estimación de rendimientos del IRPF y retenciones, modelos y plazos en el IRPF 9.3 El impuesto sobre sociedades 9.4 El impuesto sobre el valor añadido: obligaciones formales del sujeto pasivo, presentación y modelos del IVA, régimen especial criterio de caja.</p>	<p>1. Cumplimentación de las declaraciones-liquidaciones periódicas del Impuesto sobre el Valor Añadido. 2. Determinación de las obligaciones fiscales derivadas de los impuestos que gravan los beneficios, en función de la forma jurídica de la empresa (IRPF e Impuesto de Sociedades). 3. Valoración de la posibilidad de utilizar asesoramiento externo de carácter laboral, fiscal y/o contable, en función de las características de la empresa.</p>	<p>1. Valorar la importancia la aplicación del correcto gravamen sobre las empresas. 2. Tomar conciencia de la importancia de la tributación en la economía. 3. Actitud positiva hacia la obligación de tributación y a su correcta realización. 5. Cooperación y aceptación de las funciones atribuidas dentro de un trabajo en equipo, y responsabilidad en la realización de las tareas asignadas dentro de un grupo 6. Iniciativa personal para la comunicación con las y los miembros del equipo</p>

## UT 10 : El plan de calidad

Temporalización: 12 sesiones

Resultado de aprendizaje nº 8

### Criterios de evaluación

- a) Se han adaptado las características de la tienda a los sistemas normalizados de calidad y a los códigos de buenas prácticas, aplicables al pequeño comercio, de carácter europeo, nacional, autonómico y local.
- b) Se han definido las pautas de atención al cliente, aplicando criterios de calidad, cortesía y trato personalizado, de acuerdo con lo establecido en la norma UNE 175001-1 (calidad de servicio para el pequeño comercio) y otras normas.
- c) Se han establecido los servicios adicionales a la venta propios del servicio de proximidad (envío a domicilio y servicios postventa), según características de la tienda, demandas de clientes y usos del sector, valorando su coste y efectividad.
- d) Se han fijado los horarios y calendario de apertura de la tienda, los períodos de rebajas y promociones y otros aspectos de funcionamiento, respetando la normativa local vigente y los usos y costumbres del comercio al por menor.
- e) Se ha diseñado un sistema actualizado de información y precios de los productos, accesible al consumidor, garantizando la correspondencia entre los precios marcados en las etiquetas y los registrados en la aplicación del TPV.
- f) Se ha fijado el procedimiento de gestión de incidencias, quejas y reclamaciones que garantice un servicio de calidad y el cumplimiento de la normativa de protección del consumidor.
- g) Se ha establecido el procedimiento para comprobar el mantenimiento de las instalaciones y la funcionalidad del surtido de productos expuestos, aplicando criterios comerciales y de seguridad en materia de prevención de riesgos.
- h) Se han mantenido actualizadas las bases de datos de clientes, garantizando su confidencialidad y respeto de la normativa de protección de datos.

Contenidos conceptuales	Contenidos procedimentales	Contenidos actitudinales
10.1 El servicio de calidad: concepto de calidad y características del servicio de calidad 10.2 Normas de calidad y código de buenas prácticas en pequeños comercios 10.3 La calidad como servicio adicional a la venta 10.4 Instrumentos para medir la calidad 10.5 Servicio de reclamaciones al cliente 10.6 Normativa 10.7 Plan de calidad en el pequeño comercio	1. Adaptación de las características de la tienda a los sistemas normalizados de calidad y a los códigos de buenas prácticas. 2. Definición de las pautas de atención al cliente, aplicando criterios de calidad, de acuerdo con lo establecido en la norma. 3. Establecimiento de los servicios adicionales a la venta propios del servicio de proximidad. 4. Fijación de los horarios y calendario de apertura de la tienda, los períodos de rebajas y promociones y otros aspectos. 5. Diseño de un sistema	1. Valorar la importancia de la calidad para el desempeño de la actividad comercial. 2. Tomar conciencia de la importancia de las buenas prácticas. 3. Entender la calidad como algo global e integrador en los negocios. 4. Actitud positiva y colaborativa a la hora de poner en práctica la normativa en materia de calidad. 5. Cooperación y aceptación de las funciones atribuidas dentro de un trabajo en equipo, y responsabilidad en la realización

	<p>actualizado de información y precios de los productos.</p> <p>6. Fijación del procedimiento de gestión de incidencias, quejas y reclamaciones.</p> <p>7. Establecimiento del procedimiento para comprobar el mantenimiento de las instalaciones y la funcionalidad del surtido de productos expuestos, aplicando criterios comerciales y de seguridad en materia de prevención de riesgos.</p> <p>8. Mantenimiento actualizado de las bases de datos de clientes y clientas, garantizando su confidencialidad y respeto de la normativa de protección de datos.</p>	<p>de las tareas asignadas dentro de un grupo.</p> <p>6. Iniciativa personal para la comunicación con las y los miembros del equipo.</p>
--	--	--

#### 4. METODOLOGÍA / ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS

Partiendo de la idea de ir de lo específico a lo general, la metodología a emplear ha de ser mediante un proceso de **aprendizaje constructivo**, de forma que el alumno/a partiendo del conocimiento de realidades y hechos concretos, llegue al conocimiento global y abstracto de la realidad que lo rodea. De esta manera se pretende fomentar en el alumno un **"aprendizaje significativo"** y funcional, para lo que al alumno/a se le plantearán casos prácticos cercanos a la realidad del entorno laboral en el que se encuentra, además del estudio de contenidos teóricos, todo ello bajo la orientación y explicación del docente.

De esta manera se pretende que el alumno/a asuma el principio de **"aprender a aprender"**, es decir, no se trata sólo de darle los contenidos correspondientes al momento en el que se está cursando el CF, sino enseñar al alumno a acceder a toda la información que en un futuro pueda necesitar, es decir, conseguir una **autoformación continuada** por parte de el alumno/a. Por ello la metodología ha de ser activa, de manera que el alumno sea el protagonista de su aprendizaje.

##### 4.1 LAS ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS

Establecidas en RD 1686/2007 de 14 de Diciembre, por el que se establece el título de dicho ciclo formativo; las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permitirán alcanzar los objetivos del módulo, versarán sobre:

- Trámites de constitución y puesta en marcha de una pequeña empresa.
- Obtención y gestión de los recursos financieros necesarios para un pequeño establecimiento comercial.
- Gestión de compra y/o alquiler del local y del equipamiento necesario para la apertura de la tienda.
- Elaboración de presupuestos.
- Gestión del proceso de facturación.
- Gestión de cobros y pagos.

Gestión económica y control de tesorería.

- Registro y archivo de documentación.
- Registro contable de las operaciones realizadas.
- Cálculo del resultado del ejercicio y elaboración de las cuentas anuales.
- Declaración–liquidación de los impuestos derivados de la actividad.
- Elaboración y gestión de la documentación derivada de las obligaciones laborales, contables y fiscales de la empresa.

## 4.2 ESTRATEGIAS Y TÉCNICAS DOCENTES

En cuanto a la **técnica docente** se desarrollara de la siguiente manera:

-Al principio de cada unidad se realizará una actividad del conocimiento que previamente tienen los alumnos/as de los contenidos a tratar en la Unidad de Trabajo, para ello se realizará una actividad consistente en el **lanzamiento de preguntas** para suscitar la participación de los alumnos/as, y poder conocer sus conocimientos “a priori” para poder desarrollar el proceso de aprendizaje significativo.

-Se expondrá mediante medios audiovisuales un **esquema** en el que se recogerán todos los contenidos a tratar durante la Unidad de una manera secuenciada, en el orden en el que se van a desarrollar en el aula.

-A continuación se procederá a **desarrollar los contenidos**, de los que ya disponen los alumnos/as materializados, con la ayuda del soporte visual a través de presentación de diapositivas digitales para facilitar la comprensión y memorización de los mismos de una manera más visual y esquemática. Además los alumnos/as pueden utilizarlos como complemento a su material de estudio para ayudarles a estudiar y sintetizar el contenido del que disponen, no es un recurso excluyente del material del que disponen sino complementario.

A partir del desarrollo de los contenidos se comenzarán a utilizar los diversos recursos en el aula que conducirán a la Unidad durante su desarrollo (tratado en el apartado recursos).

-A medida que se van presentando los contenidos se irán planteando **actividades grupales** realizadas entre todos los miembros del aula, potenciando en los alumnos la cooperación y el respeto hacia el resto de alumnos/as y sus opiniones, así como el aprendizaje de trabajo en equipo.

-Las **actividades individuales** serán consideradas como una actividad de evaluación de carácter individual a través de su entrega.

Este sería el esquema principal del desarrollo de las clases, partiendo de ese esquema inicial se procedería al desarrollo de los respectivos conceptos y la realización de las actividades relacionadas con ellos y utilizando los diversos recursos. A partir de aquí se desarrollarán los distintos contenidos en las diversas sesiones.

-Se facilitarán durante las clases direcciones web, artículos de prensa, modelos de contratos y documentos de compra venta de inmuebles, modelos de encuestas, muestras de empaquetado de productos, etc; con la intención de acercar la teoría a la realidad laboral.

## AGRUPAMIENTOS

Debido a las especiales condiciones de este año y siguiendo el protocolo del Covid, los agrupamientos se harán según el orden que ocupen los alumnos/as en el aula (por lo que se establecerán unos grupos fijos a principio del curso y se mantendrán durante todo el curso académico). Los alumnos/as no podrán desplazarse por el aula ni cambiar de mesa, y mantener en todo momento la distancia de seguridad con sus compañeros de grupo.

Se prevé, desde el principio, acostumbrar al alumno a trabajar en grupo, pues puede aprender de los compañeros. Se presentan tres tipos de actividades:

- 1) Trabajo con el grupo-clase. Son aquellas en que el profesor explica o dirige un contenido o una actividad y todo el grupo participa
- 2) Trabajo en pequeños grupos. Son aquellas actividades que los alumnos resuelven en grupos de 2 a 4 personas. Es importante no agrupar a los alumnos al azar. Debe ser heterogéneo, para aprender unos de otros. También, debe tenerse en cuenta la personalidad de los alumnos.
- 3) Trabajo individual. Son las actividades que los alumnos deben realizar personalmente y solos.

## 4.3 ACTIVIDADES

Las actividades a realizar han de ser claras, variadas, con diferentes grados de dificultad para ajustarse a los ritmos de aprendizaje de los alumnos/as, originales dentro de lo posible, y que sean suficientes en número para abarcar los resultados de aprendizaje previstos.

Las actividades que se van a desarrollar en el aula serán muy variadas y se irán adaptando en todo momento a las necesidades educativas de cada uno de los alumnos/as teniendo en cuenta su situación personal, su ritmo de aprendizaje y su ritmo de trabajo. Por lo tanto, **tanto las propias actividades como su temporalización son totalmente flexibles** para adaptarse a las necesidades específicas de cada alumno/a.

## 4.4 RECURSOS

### A) Recursos didácticos materiales y audiovisuales

1. Libro (en formato digital) Ediciones Paraninfo.
2. Presentaciones de diapositivas del profesor/a y esquemas empleando programas de ofimática.
3. Documentos: modelos de contrato, cuentas de una empresa, IVA, modelo declaración IRPF, etc.
4. Legislación vigente (Ley 37/1992, de 28 de diciembre, del Impuesto sobre el Valor Añadido. Ley 35/2006, de 28 de noviembre, del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas y de modificación parcial de las leyes de los Impuestos sobre Sociedades, sobre la Renta de no Residentes y sobre el Patrimonio, Real Decreto 1514/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Plan General de Contabilidad, etc.).



6. Uso de Páginas Web (Servicio Público de Empleo Estatal, Servicio Canario de Empleo, webs, etc)
7. Recortes de prensa y revistas especializadas
8. Soportes audiovisuales: películas, cortos, anuncios, etc
9. Referencias bibliográficas

## **B) Recursos didácticos ambientales**

1. Aula con el equipamiento siguiente:

- Equipos audiovisuales: Portátil profesor con conexión a internet y altavoces.
- Cañón de proyección.
- Portátiles instalados en red con conexión a internet con el paquete de ofimática Libre Office (uno para cada alumno).
- Pizarra blanca

2. Biblioteca

## **5. EVALUACIÓN**

En el proceso de evaluación se tendrá en cuenta no sólo los contenidos conceptuales, sino también los contenidos procedimentales y actitudinales del alumno/a; además de tener presente en todo momento las características personales del alumno y sus ritmos de aprendizaje y trabajo en el aula.

La evaluación llevada a cabo será una evaluación continua, por lo tanto se exigirá al alumno/a la asistencia regular a las clases y actividades programadas. En el caso de que el alumno/a no asista de manera regular perderá la evaluación continua y tendrá otro método evaluativo.

Teniendo en cuenta que la evaluación continua para esta programación se entiende como la evaluación del módulo de Gestión del Pequeño Comercio a través de evaluaciones parciales por cada una de las unidades de trabajo, a través de la media aritmética de las notas de todas las unidades se determina si ha superado el módulo o no en la evaluación final ordinaria.

Los criterios y procedimientos de evaluación tendrán en cuenta la competencia profesional del título, los objetivos del módulo y las características del sector productivo del mismo.

### **5.1 CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

Los criterios de evaluación vienen determinados por el Real Decreto 1688/2011, por el que se desarrolla el título de dicho ciclo formativo, para cada uno de los resultados de aprendizaje que se enumeran que el alumno/a debe alcanzar para superar el módulo de Gestión del Pequeño Comercio. En esta programación ya se han numerado y recogido anteriormente en el apartado de **CONTENIDOS** donde se detallan los criterios de evaluación que corresponden a cada uno de los resultados de aprendizaje y a su vez a cada uno de los contenidos de la programación personalizada.

## 5.2 INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Estos instrumentos son iguales para cada una de las unidades de trabajo, el esquema es el mismo:

**-Pruebas escritas a nivel individual, prueba objetiva de carácter teórico-práctico**, realizando una por cada unidad de trabajo impartida.

Son pruebas de carácter evaluador en las que los alumnos/as deben demostrar sus conocimientos en las diversas unidades. Constará de una parte tipo test de preguntas cerradas y respuesta única, y (dependiendo de la unidad de trabajo) otra parte que consiste en la realización de un ejercicio práctico de respuesta abierta similar a los efectuados en el aula.

**-Realización de actividades individuales**, que se realizarán **para cada una de las unidades de trabajo que se recogen en la programación**, y que serán solicitados por el/la docente.

**-Realización de trabajos en equipo**. Los integrantes del grupo **serán calificados en conjunto por su trabajo** además de la **valoración individual** a través de la observación realizada en el aula por el docente para determinar la actitud del alumno/a hacia el trabajo en equipo y hacia la propia unidad en él tratada.

\*Excepto los alumnos que no siguen una evaluación continua cuyos instrumentos serán la prueba escrita a nivel individual, realizando una prueba objetiva teórico-práctica en la que se evaluará de manera conjunta todos los contenidos del módulo, y la realización de actividades similares a las realizadas en el aula de carácter individual.

## 5.3 CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Las calificaciones serán numéricas del 1 al 10, siendo necesaria una nota media final mínima de 5 puntos para superar el módulo de Gestión del Pequeño Comercio.

La nota final del alumno/a se distribuirá de la siguiente manera:

Contenidos conceptuales	50% de la nota
Contenidos procedimentales	30% de la nota
Contenidos actitudinales	20% de la nota

**-Contenidos conceptuales**: le corresponde un **50 %** de la nota final. Hacemos referencia a las calificaciones obtenidas en las pruebas objetivas escrita de carácter teórico práctico de evaluación. Las calificaciones se expresarán mediante la escala numérica del 1 a 10. Para aprobar es necesario obtener una calificación de 5 puntos sobre 10.

**-Contenidos procedimentales**: le corresponde el **30 %** de la nota final. Se valorarán las actividades realizadas en clase, los supuestos prácticos, las simulaciones, la elaboración de trabajos monográficos e informes, las exposiciones orales, los comentarios de texto y cualquier trabajo solicitado por el profesor.

**-Contenidos actitudinales**: le corresponde el **20 %** de la nota final. En este apartado se valora la asistencia a clase, la puntualidad, la participación, el respeto ante terceros y todo lo que respecta a las actitudes que hayamos observado y anotado.



Para superar el módulo, en la **evaluación final requerirá de al menos un 50% del total**, así como el alumno o la alumna deberá tener una puntuación mayor o igual al 50% tanto en los contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales.

Se calificará de **0 a 10 (siendo necesario un mínimo de puntuación de 5 para promocionar)**.

Cada alumno o alumna tendrá asignado su propio ordenador portátil, siendo dicho soporte el instrumento básico para la entrega de trabajos, con lo que además se propicia la coherencia de respeto medioambiental en la medida en que se evitan impresiones de documentos y se aplica el uso de las TIC's en el aula y el aprendizaje de su uso por parte de los alumnos/as. Su no disposición en tiempo y forma adecuados dará lugar a que la actividad de que se trate sea considerada como no entregada/realizada.

**\*Los alumnos/as que no sigan la evaluación continua** serán evaluados:

**-Contenidos conceptuales:** Hacemos referencia a las calificaciones obtenidas en las pruebas objetivas escritas de carácter teórico práctico de evaluación, siendo necesario obtener 5 puntos sobre 10 para promocionar. Las respuestas mal contestadas o no contestadas no restarán puntuación.

**-Contenidos procedimentales:** Se valorarán las actividades individuales realizadas que solicite el docente, los supuestos prácticos, la elaboración de trabajos monográficos e informes y cualquier trabajo solicitado por el profesor.

Se calificará de **0 a 10 (siendo necesario un mínimo de puntuación de 5 para promocionar)**.

## 5.4 LAS SESIONES DE EVALUACIÓN

La evaluación se hará en tres momentos: al inicio del curso escolar, durante el curso y al finalizarlo; de ahí a que sea una evaluación continua.

### **-Evaluación inicial:**

Se podrá realizar un cuestionario al inicio del curso para determinar el nivel que en general tiene el alumno (comprensión lectora, vocabulario y expresión escrita) y los conceptos específicos que tiene sobre la materia. No implica calificación.

### **-Evaluación formativa:**

A lo largo de cada unidad se realizará una evaluación según los criterios citados en el apartado anterior. Esta evaluación continua implica llevar un registro personal de cada uno de los alumnos/as y permite identificar cualquier tipo de problema en el proceso enseñanza- aprendizaje que presente el alumno/a y poder aplicar las medidas correctoras a tiempo. De esta manera se podrá controlar el progreso de los alumnos, sus dificultades ante los distintos contenidos, los grados de aprendizaje aprendidos y las actitudes y motivaciones a lo largo del curso.

## Evaluación final:

Sirve para comprobar si los resultados de aprendizaje establecidos se han alcanzado y para ello se utilizarán los criterios de evaluación de cada uno de los resultados de aprendizaje correspondientes. De esta forma se asignará una calificación acorde con el alcance de los resultados obtenidos en relación a los resultados esperados. Se realizará al término del segundo trimestre.

## 5.5 CRITERIOS DE PROMOCIÓN

Para que la evaluación final sea positiva en el módulo será necesario que la media de las notas de todas las evaluaciones **será igual o superior a 5 puntos**.

Los alumnos, al tener una evaluación continua deben asistir regularmente a clase, en el caso de que no asistan a el número de horas lectivas exigidas perderán la evaluación continua.

Aquellos alumnos/as que hayan perdido la evaluación continua deberán presentarse a una prueba final global que abarque todos contenidos del módulo.

## 6. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

La atención a la diversidad figura como uno de los principios y fines de la LOE de 2006 siendo que el Real Decreto 1147/2011 que establece la ordenación de la FP del sistema educativo, en su artículo 3.2 y en la disposición adicional segunda señala la necesidad de garantizar la accesibilidad universal a las enseñanzas de formación profesional.

Así pues se hace necesario que la programación didáctica tenga en cuenta las necesidades individuales que presentan los alumnos que cursan el módulo. Para ello se plantearán actividades de recuperación, refuerzo y ampliación para el alumnado que así lo requiera. En el caso de éste módulo profesional, teniendo en cuenta el carácter eminentemente procedimental de las actividades de enseñanza-aprendizaje-evaluación previstas, será fácilmente posible detectar las necesidades que algunos alumnos presentan así como darles respuesta con prontitud. Por ejemplo se plantea la oportunidad de que alumnos más aventajados en la resolución de tareas sean quienes tutoricen a aquellos que muestran dificultades en el aprendizaje.

-Reconocimiento y refuerzo de lo aprendido para aquellos que ejercen de tutores de alumnos/as con dificultades.

-Mejora de la motivación para aprender por parte de los alumnos/as con dificultades, en tanto que son sus propios compañeros quienes les acompañan en el aprendizaje y les ayudan a superar las dificultades.

- Fomento del trabajo colaborativo que cohesionan al grupo y, en última instancia, favorece el ambiente de aprendizaje.

## 7. EDUCACIÓN EN VALORES

La educación en valores es una parte muy importante dentro de la programación, tratándose de los denominados en la anterior legislación como temas transversales, imprescindibles para el desarrollo del alumno/a de una manera integral.

### - Educación medioambiental:

- Reflexionar sobre el impacto medioambiental causado por el desarrollo tecnológico
- Desarrollar una actitud crítica ante las emisiones de agentes contaminantes por parte de la industria
- Adoptar una actitud responsable de cuidado del medio ambiente

### - Educación para la igualdad de género:

- Desarrollar una actitud crítica ante las actitudes sexistas en todos los ámbitos especialmente en el entorno laboral
- Incentivar conductas de cooperación en las relaciones laborales con personas de distinto sexo, creando un clima de igualdad en el trabajo
- Adoptar actitudes no sexistas para favorecer la igualdad de oportunidades
- Adoptar una actitud crítica frente a actitudes por parte de las empresas en las que se denote una discriminación.

### - Educación para la salud laboral:

- Conociendo la importancia de conocer y promover las medidas de seguridad adecuadas a las condiciones de trabajo

### - Educación para la vida saludable y deportiva:

- Reconociendo la importancia de una buena alimentación y la realización de ejercicio físico.

### - Educación Vial:

- Reconociendo su importancia
- Conociendo las diversas señales y situaciones establecidas

### - Educación para el consumo:

- Identificando la importancia de un consumo responsable

### - Educación para el respeto a la interculturalidad y a la diversidad:

- Respetando la diversidad en el aula y en el entorno laboral futuro



**Gobierno de Canarias**  
Consejería de Educación,  
Universidades y Sostenibilidad



Iniciativa de Empleo Juvenil



Unión Europea

Fondo Social Europeo

*"El FSE invierte en tu futuro"*

# **FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIO Y MARKETING**

## **PROGRAMACIÓN DE CICLO MEDIO DE GESTIÓN COMERCIALES**

### **MÓDULO**

### **COMERCIO ELECTRÓNICO**

## INDICE:

INDICE:.....	1
Introducción.....	2
Objetivos generales.....	2
Perfil profesional del título.....	3
Competencia general.....	3
Objetivos generales del ciclo.....	5
Objetivos generales y competencias del título que se alcanzan con el módulo Comercio Electrónico .....	7
Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación generales del módulo Comercio Electrónico	7
Cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título.....	9
Cualificaciones profesionales incompletas:.....	10
Correspondencia del módulo profesional Comercio Electrónico con las unidades de competencia .....	10
Correspondencia de las unidades didácticas con los capítulos del libro.....	10
Distribución temporal de las unidades didácticas.....	11
DISTRIBUCIÓN TEMPORAL DE LAS UNIDADES DIDÁCTICAS.....	26

## Introducción

El módulo **Comercio Electrónico** se encuadra en el segundo curso del ciclo formativo de Grado Medio del título de **Técnico en Actividades Comerciales**, de la familia profesional de **Comercio y Marketing**, correspondiéndose por tanto con el nivel **CINE 3-b** (Clasificación Internacional Normalizada de la Educación).

Las enseñanzas mínimas de este módulo se establecen en el **Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre**, publicado en el BOE nº 311, de 27 de diciembre de 2011.

Por su parte, el currículo se establece de acuerdo con las diferentes normas recogidas en el **Anexo I** de la presente Guía Didáctica.

Este ciclo formativo tiene una duración total de **2.000 horas**. La duración del módulo será de 126 horas

## Objetivos generales

Los objetivos definen las capacidades que el alumnado debe desarrollar a lo largo del proceso educativo. En este sentido, el objetivo general de la Formación Profesional es la inserción del alumnado en el mundo laboral.

Los objetivos generales en la Formación Profesional están previstos en el artículo 40 de la **Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (LOE)**, publicada en el BOE nº 106, de 4 de mayo de 2006, tal y como se recoge textualmente a continuación:

“La formación profesional en el sistema educativo contribuirá a que los alumnos y las alumnas adquieran las capacidades que les permitan:

- Desarrollar la competencia general correspondiente a la cualificación o cualificaciones objeto de los estudios realizados.
- Comprender la organización y las características del sector productivo correspondiente, así como los mecanismos de inserción profesional.
- Conocer la legislación laboral y los derechos y obligaciones que se derivan de las relaciones laborales.
- Aprender por sí mismos y trabajar en equipo, así como formarse en la prevención de conflictos y en la resolución pacífica de los mismos en todos los ámbitos de la vida personal, familiar y social, con especial atención a la prevención de la violencia de género.
- Fomentar la igualdad efectiva de oportunidades entre hombres y mujeres, así como de las personas con discapacidad, para acceder a una formación que permita todo tipo de opciones profesionales y el ejercicio de las mismas.
- Trabajar en condiciones de seguridad y salud, así como prevenir los posibles riesgos derivados del trabajo.
- Desarrollar una identidad profesional motivadora de futuros aprendizajes y adaptaciones a la evolución de los procesos productivos y al cambio social.

- Afianzar el espíritu emprendedor para el desempeño de actividades e iniciativas empresariales
- Preparar al alumnado para su progresión en el sistema educativo.
- Conocer y prevenir los riesgos medioambientales."

## Perfil profesional del título

El **perfil profesional** del título de *Técnico en Actividades Comerciales*, tal y como recoge el Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, en su *artículo 3*, "queda determinado por su competencia general, sus competencias profesionales, personales y sociales, y por la relación de cualificaciones y, en su caso, unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título".

## Competencia general

La **competencia general** de este título, tal y como recoge el Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, en su *artículo 4*, 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".

## Competencias profesionales, personales y sociales

Las **competencias profesionales, personales y sociales** de este título de *Técnico en Actividades Comerciales*, tal y como recoge el Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, en su *artículo 5*, son las que se relacionan a continuación:

2. Realizar proyectos de viabilidad y de puesta en marcha y ejercicio por cuenta propia de la actividad de un pequeño negocio de comercio al por menor, adquiriendo los recursos necesarios y cumpliendo con las obligaciones legales y administrativas, conforme a la normativa vigente.
3. Administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial, realizando las actividades necesarias con eficacia y rentabilidad, y respetando la normativa vigente.
4. 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.
5. Organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías en las condiciones que garanticen su conservación, mediante la optimización de medios humanos, materiales y de espacio, de acuerdo con procedimientos establecidos.
6. 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.
7. Realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios, aplicando técnicas de merchandising, de acuerdo con los objetivos establecidos en el plan de comercialización de la empresa.



8. Realizar acciones de comercio electrónico, manteniendo la página web de la empresa y los sistemas sociales de comunicación a través de Internet, para cumplir con los objetivos de comercio electrónico de la empresa definidos en el plan de marketing digital.
9. Realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial, utilizando el hardware y software apropiado para automatizar las tareas y trabajos.
10. Ejecutar las acciones de marketing definidas por la organización comercial en el plan de marketing, identificando las necesidades de productos y/o servicios de los clientes, los factores que intervienen en la fijación de precios, los canales de distribución y las técnicas de comunicación para cumplir con los objetivos fijados por la dirección comercial.
11. Ejecutar los planes de atención al cliente, gestionando un sistema de información para mantener el servicio de calidad que garantice el nivel de satisfacción de los clientes, consumidores o usuarios.
12. Realizar ventas especializadas de productos y/o servicios, adaptando el argumentario de ventas a las características peculiares de cada caso para cumplir con los objetivos comerciales definidos por la dirección comercial.
13. Gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores, realizando el seguimiento de las operaciones, para asegurar el nivel de servicio prestado.
14. 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.
15. 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.
16. Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.
17. 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.
18. 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.
19. Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional.
20. 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.

## Objetivos generales del ciclo

Tal y como recoge el Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre en su *artículo 9*, los **objetivos generales** de este ciclo formativo son los siguientes:

- Recabar las iniciativas emprendedoras y buscar las oportunidades de creación de pequeños negocios comerciales al por menor, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e



incorporando valores éticos para realizar proyectos de viabilidad de implantación por cuenta propia de negocios comerciales al por menor.

- Delimitar las características y cuantía de los recursos económicos necesarios, atendiendo a las características de la tienda y de los productos ofertados para la puesta en marcha de un pequeño negocio al por menor.
- Analizar operaciones de compraventa y de cobro y pago, utilizando medios convencionales o electrónicos para administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial.
- 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.
- Identificar los procesos de seguimiento y posventa, atendiendo y resolviendo las reclamaciones presentadas por los clientes, para realizar la venta de productos y/o servicios.
- Reconocer las tareas de recepción, ubicación y expedición de mercancías en el almacén, asignando medios materiales y humanos, controlando los stocks de mercancías y aplicando la normativa vigente en materia de seguridad e higiene, para organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías.
- 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.
- 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.
- Crear imagen de tienda, combinando los elementos exteriores e interiores del establecimiento comercial con criterios comerciales, para realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios.
- Analizar las políticas de venta y fidelización de clientes, organizando la exposición y promoción del surtido, para realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios.
- Seleccionar datos e introducirlos en la página web de la empresa, realizando su mantenimiento y buscando un buen posicionamiento, la facilidad de uso y la máxima persuasión para realizar acciones de comercio electrónico.
- Fomentar las interrelaciones con otros usuarios de la red, utilizando estrategias de marketing digital en las redes sociales, para realizar acciones de comercio electrónico.
- Reconocer las características de los programas informáticos utilizados habitualmente en el sector comercial, confeccionando documentos y materiales informáticos para realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial.
- Identificar el mercado y el entorno de la empresa comercial, obteniendo y organizando la información de los agentes que intervienen en el proceso comercial y aplicando políticas de marketing apropiadas para ejecutar las acciones de marketing definidas por la organización comercial en el plan de marketing.
- ñ) Seleccionar acciones de información al cliente, asesorándolo con diligencia y cortesía y gestionando en su caso las quejas y reclamaciones presentadas, para ejecutar los planes de atención al cliente.
- Determinar las características diferenciadoras de cada subsector comercial, ofertando los productos y/o servicios mediante técnicas de marketing apropiadas para realizar ventas especializadas de productos y/o servicios.

- Identificar expresiones y reglas de comunicación en inglés, tanto de palabra como por escrito, para gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al "diseño para todos".
- 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.
- 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.
- 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.

## **Objetivos generales y competencias del título que se alcanzan con el módulo Comercio Electrónico**

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales k), l), q), r), s) y t) del ciclo formativo, y las competencias g), m), n), ñ), o), p) y q) del título.

## **Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación generales del módulo Comercio Electrónico**

Según el 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, los **resultados de aprendizaje y criterios de evaluación generales** del módulo *Comercio Electrónico* son los siguientes:

●  
**Aplica las directrices del plan de marketing digital de la empresa, participando en su ejecución y sostenimiento.**

***Criterios de evaluación:***

- Se han examinado las características generales y particulares de un plan de marketing digital capaz de alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.
  - Se han ejecutado los procesos de posicionamiento y marketing online.
  - Se han ejecutado los procesos de publicidad y promoción online ajustados a la normativa legal existente.
  - Se han identificado los elementos que configuran el marketing de buscadores.
  - Se han evaluado los desafíos del marketing electrónico: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad.
  - Se han gestionado electrónicamente las relaciones con los clientes, definiendo el programa de fidelización y las herramientas que se van a utilizar.
  - Se han reconocido las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente en el marketing digital.
- **Realiza las acciones necesarias para efectuar ventas online, aplicando las políticas de comercio electrónico definidas por la empresa.**

***Criterios de evaluación:***

- Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio online.
  - Se han definido acciones de captación de clientes enfocadas al comercio electrónico.
  - Se han identificado los modelos de negocio convencionales y electrónicos existentes en la red.
  - Se ha diseñado una tienda virtual.
  - Se ha planificado la gestión de los pedidos recibidos y todo el proceso logístico.
  - Se han establecido los medios de pago que se van a utilizar.
  - Se han seleccionado los sistemas de seguridad que garanticen la privacidad e invulnerabilidad de las operaciones.
- **Realiza el mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online, utilizando aplicaciones informáticas y lenguajes específicos.**

***Criterios de evaluación:***

- Se han redactado sentencias en lenguaje de etiquetas de hipertexto (HTML).
- Se han utilizado programas comerciales para crear los ficheros que componen las páginas web.
- Se ha registrado la dirección de páginas web con dominio propio o con alojamiento gratuito.
- Se han enviado los ficheros web creados al servidor de Internet mediante programas especializados en esta tarea.
- Se han utilizado programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido.

- Se ha construido una página web eficiente para el comercio electrónico.
- Se han incluido en la web enlaces de interés capaces de generar tráfico orientado e interesado en lo que se ofrece.

- **Establece foros de comunicación entre usuarios, utilizando las redes sociales de ámbito empresarial.**

***Criterios de evaluación:***

- Se han utilizado programas web para mantener cibercharlas de texto.
- Se han manejado aplicaciones de mensajería instantánea.
- Se han aplicado sistemas de comunicación oral que utilizan solo sonido o sonido e imagen.
- Se han propuesto temas de contenido profesional a través de blogs temáticos.
- Se han establecido contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional.
- Se han efectuado comunicaciones, publicidad y ventas con otros usuarios de la red a través de redes sociales.
- Se han generado contenidos audiovisuales y fotográficos de la actividad, productos y procesos comerciales.

- **Utiliza entornos de trabajo dirigidos al usuario final (Web 2.0), integrando herramientas informáticas y recursos de Internet.**

***Criterios de evaluación:***

- Se han definido los modelos y funcionalidades Web 2.0. existentes en la red.
- Se han utilizado los recursos gratuitos y libres incluidos en los sitios Web 2.0.
- Se han aplicado los resultados obtenidos en el entorno Web 2.0 mediante la información (*feedback*) proporcionada por los usuarios.
- Se han realizado las tareas necesarias para que la empresa esté presente, además de en su propio sitio web, en buscadores, redes sociales, blogs y chats y foros, entre otros.
- Se han seleccionado las acciones necesarias para integrar el comercio electrónico con funcionalidades propias de la Web 2.0.

## **Cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título**

### **Cualificación profesional completa:**

**Actividades de Venta COM085\_2** (*Real Decreto 295/2004, de 20 de febrero*), que comprende las siguientes unidades de competencia:

- **UC0239\_2:** Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización.

- **UC0240\_2:** Realizar las operaciones auxiliares a la venta.
- **UC0241\_2:** Ejecutar las acciones del Servicio de Atención al Cliente/Consumidor /Usuario.

## Cualificaciones profesionales incompletas:

**Actividades de gestión del pequeño comercio. COM631\_2**(Real Decreto 889/2011, de 24 de junio):

- **UC2104\_2:** Impulsar y gestionar un pequeño comercio de calidad.
- **UC2105\_2:** Organizar y animar el punto de venta de un pequeño comercio.
- **UC2106\_2:** Garantizar la capacidad de respuesta y abastecimiento del pequeño comercio.

**Organización y gestión de almacenes COM318\_3**(Real Decreto 109/2008, de 1 de febrero):

- **UC1015\_2:** Gestionar y coordinar las operaciones del almacén.

**Gestión comercial inmobiliaria COM650\_3**(Real Decreto 1550/2011, de 31 de octubre):

- **UC0811\_2:** Realizar la venta y difusión de productos inmobiliarios a través de distintos canales de comercialización.

## Correspondencia del módulo profesional Comercio Electrónico con las unidades de competencia

MÓDULOS PROFESIONALES	UNIDADES DE COMPETENCIA
<b>1235. Comercio electrónico</b>	En la normativa <b>no se establece correspondencia directa</b> de este módulo profesional con <b>ninguna</b> unidad de competencia.

## Correspondencia de las unidades didácticas con los capítulos del libro

Las unidades didácticas en las que se distribuirá la impartición del módulo **Comercio Electrónico** son 7, correspondiéndose de forma directa con los capítulos que componen el libro de texto, tal y como se recoge a continuación, Se añade la unidad 0 correspondiente al 3<sup>er</sup> trimestre del curso 2019-20 que quedó sin impartir por la situación sanitaria de todo el territorio Español (COVID-19) ya que dichos conocimientos son necesarios para una completa formación del alumnado.

UNIDAD DIDÁCTICA	TÍTULO
UD.0	Repaso del 3 <sup>er</sup> trimestre del curso 2019-20
UD 1	El papel del marketing ante el nuevo contexto social y tecnológico.
UD 2	Elementos distintivos y aplicabilidad del marketing digital.
UD 3	El comercio electrónico: realización de acciones de compraventa <i>online</i> .
UD 4	Organización y programación de un sitio web.
UD 5	Alojamiento y mantenimiento de un sitio web.
UD 6	Establecimiento de relaciones con otros usuarios de la red.
UD 7	La evolución de internet: web 2.0.

## Distribución temporal de las unidades didácticas

**U.D. 0:** Hojas de Cálculo (repaso tercer trimestre año anterior) por circunstancias sanitarias

## ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS

En esta unidad se ofrece una introducción a las características que definen el entorno actual en el que desarrollan su actividad las distintas empresas y organizaciones, con una atención especial a la impresionante influencia del mundo digital, tanto en la definición de sus estrategias como en el conjunto de actuaciones que deben llevar a cabo para su consecución.

Así, se profundiza en las peculiaridades de las hojas de cálculo resaltando el especial papel que desarrollan en las empresas para la consecución y facilitar el desempeño de las funciones de los empleados

## CONTENIDOS

### 0.1. Hojas de cálculo I

- 0.1.1. Introducción al Excel 2010.
- 0.1.2. Diseño e impresión de hojas de Cálculo.
- 0.1.3. El comercio electrónico.

### 0.2. Hojas de cálculo II.

- 0.2.1. Elaboración de facturas y documentación

### 0.3. Hojas de cálculo III.

- 0.3.1. Fórmulas matemáticas
- 0.3.2. Fórmulas estadísticas
- 0.3.3. Funciones lógicas

## OBJETIVOS

- **Exponer** los elementos que configuran el escenario actual de relación entre las organizaciones y sus clientes, a través de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.
- **Determinar** las características generales y específicas que definen el proceso de diseño e implementación de una hoja de cálculo.
- **Reflejar** los desafíos a los que debe enfrentarse las empresas a la hora de desarrollar y facilitar su estrategia mediante la elaboración y confección de documentos mediante hojas de cálculo

## CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Al finalizar esta unidad didáctica, el alumnado habrá adquirido la capacidad de:

- Examinar las características generales y particulares de una hoja de cálculo, dando formato y creando plantillas.
- Evaluar los desafíos de las hojas de cálculo.



## U.D. 1: El papel del marketing ante el nuevo contexto social y tecnológico

### ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS

En esta unidad se ofrece una introducción a las características que definen el entorno actual en el que desarrollan su actividad las distintas empresas y organizaciones, con una atención especial a la impresionante influencia del mundo digital, tanto en la definición de sus estrategias como en el conjunto de actuaciones que deben llevar a cabo para su consecución.

Así, se profundiza tanto en las distintas peculiaridades presentes en cada una de las políticas que componen el e-marketing mix como en los aspectos que definen al cliente *online* y en los desafíos a los que deberá enfrentarse el marketing digital para garantizar la plena satisfacción de los usuarios.

### CONTENIDOS

#### 1.1. Un nuevo escenario requiere una redefinición del modelo de marketing.

- 1.1.1. Aplicación de las nuevas tecnologías al ámbito del marketing.
- 1.1.2. Aplicabilidad del marketing en internet.
- 1.1.3. El comercio electrónico.

#### 1.2. El cliente *online*.

#### 1.3. El marketing digital.

- 1.3.1. Políticas de e-marketing mix.
- 1.3.2. El plan de marketing digital.

#### 1.4. Desafíos actuales del comercio electrónico.

- 1.4.1. Confianza en los medios de pago electrónicos.
- 1.4.2. Problemas de carácter logístico.
- 1.4.3. Seguridad digital.

### OBJETIVOS

- **Exponer** los elementos que configuran el escenario actual de relación entre las organizaciones y sus clientes, a través de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.
- **Delimitar** las peculiaridades que presentan cada una de las políticas que componen el e-marketing mix.
- **Determinar** las características generales y específicas que definen el proceso de diseño e implementación de un plan de marketing digital.
- **Concretar** los aspectos que definen al cliente online.
- **Reflejar** los desafíos a los que debe enfrentarse el marketing digital y, más concretamente, el comercio electrónico en la actualidad, atendiendo especialmente a la confianza en los medios de pago electrónicos, los problemas logísticos y la seguridad digital.

## CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Al finalizar esta unidad didáctica, el alumnado habrá adquirido la capacidad de:

- Examinar las características generales y particulares de un plan de marketing digital capaz de alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.
- Evaluar los desafíos del marketing electrónico: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad.
- Reconocer las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente en el marketing digital.

## U.D. 2: Elementos distintivos y aplicabilidad del marketing digital

### ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS

Tomando como referencia contenidos didácticos ofrecidos en la unidad anterior, la Unidad Didáctica 2 se centra en la exposición de los distintos elementos que integran y caracterizan al marketing digital, y profundiza en el nivel de aplicabilidad real de estos en este nuevo entorno 2.0. En este sentido, se procede a analizar las posibilidades que ofrece actualmente el marketing en buscadores, especialmente en relación con los procesos de posicionamiento SEO y SEM o las distintas herramientas de publicidad y promoción online, así como las diferentes técnicas aplicables a la gestión electrónica de la relación con nuestros clientes.

Asimismo, hemos considerado necesario reservar un espacio en esta unidad para repasar la normativa vigente en el ámbito de la comunicación y la privacidad electrónica, con objeto de dar a conocer los límites legales que existen en el diseño y la aplicación de estrategias de marketing *online*.

### CONTENIDOS

#### 2.1. Procesos de posicionamiento y marketing *online*: marketing en buscadores.

- 2.1.1. Alta en buscadores y directorios especializados.
- 2.1.2. Posicionamiento natural o SEO.
- 2.1.3. Posicionamiento de pago o SEM.

#### 2.2. Procesos de publicidad y promoción *online*.

- 2.2.1. Boletines a través de correo electrónico (*newsletters*).
- 2.2.2. Blogs corporativos.

#### 2.3. La gestión electrónica de la relación con los clientes.

- 2.3.1. Marketing de afiliación.
- 2.3.2. Marketing relacional. Gestión de la relación con los clientes (CRM).
- 2.3.3. *Cross marketing*.
- 2.3.4. Marketing viral.
- 2.3.5. Marketing *one-to-one*.
- 2.3.6. Nuevas tendencias en la comunicación y relación digital con el cliente.

#### 2.4. Normativa aplicable en el ámbito de la comunicación y privacidad electrónica.

- 2.4.1. Normas de aplicación general extendidas al entorno digital.
- 2.4.2. Normas específicas para el entorno digital.

### OBJETIVOS

- **Determinar** los elementos que configuran actualmente el marketing de buscadores.
- **Establecer** las características que definen los procesos de posicionamiento y marketing *online*.
- **Describir** los procesos de publicidad y promoción online más pujantes en la actualidad.
- **Diferenciar** las principales estrategias para la gestión electrónica de las relaciones con los clientes, prestando especial atención al desarrollo de programas de fidelización y la definición de las herramientas que deben utilizarse.
- **Ofrecer** información sobre las nuevas tendencias que están adquiriendo notoriedad en la comunicación y relación digital con el cliente.

- **Enumerar** las principales normativas aplicables en nuestro ordenamiento jurídico en el ámbito de la comunicación y privacidad electrónica.

## CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Al concluir esta unidad didáctica, el alumnado estará en condiciones de:

- Ejecutar los procesos de posicionamiento y marketing online.
- Poner en marcha los procesos de publicidad y promoción online ajustados a la normativa legal existente.
- Identificar los elementos que configuran el marketing de buscadores.
- Gestionar electrónicamente las relaciones con los clientes, definiendo el programa de fidelización y las herramientas que se van a utilizar.

## U. D. 3: El comercio electrónico: realización de acciones de compraventa *online*

### ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS

Esta unidad se centra específicamente en todos los aspectos relativos al comercio electrónico, y refleja los pasos necesarios para la creación o la adaptación de un negocio al entorno digital. Además, a partir de estos conceptos, se profundizará posteriormente en las operaciones esenciales que se deben desarrollar para el éxito de nuestra presencia comercial *online*.

### CONTENIDOS

- 3.1. **Internet como nuevo escenario comercial: negocios convencionales frente a negocios electrónicos.**
- 3.2. **La tienda virtual. Creación o adaptación de un negocio al entorno digital.**
  - 3.2.1. Concepción y diseño de una tienda virtual: gestión y almacenamiento.
  - 3.2.2. Tipologías de negocio electrónico.
- 3.3. **Operaciones comerciales esenciales en el ámbito del comercio electrónico.**
  - 3.3.1. Logística y gestión *online* de pedidos.
  - 3.3.2. Medios de pago electrónico.
  - 3.3.3. Sistemas de seguridad en el desarrollo del comercio electrónico.
  - 3.3.4. Acciones de comercio electrónico dirigidas a la captación y fidelización de clientes.

### OBJETIVOS

- **Contextualizar** las características que definen internet como un nuevo escenario comercial, estableciendo las ventajas más significativas del comercio electrónico frente al comercio convencional.
- **Establecer** los parámetros necesarios para el diseño y creación o adaptación de nuestro negocio al entorno digital.
- **Definir** aquellas tipologías de negocio que se han implantado en el ámbito electrónico, más allá de la tienda *online*, como *e-procurement*, *e-marketplace* o *e-auction*.
- **Profundizar** en las operaciones comerciales esenciales en el ámbito del comercio electrónico.

### CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Al finalizar esta unidad didáctica, el alumnado deberá haber adquirido los conocimientos necesarios para:

- Establecer los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio *online*.
- Definir acciones de captación de clientes enfocadas al comercio electrónico.
- Identificar los modelos de negocio convencionales y electrónicos existentes en la red.
- Diseñar una tienda virtual.
- Planificar la gestión de los pedidos recibidos y todo el proceso logístico.
- Establecer los medios de pago que se van a utilizar.
- Seleccionar los sistemas de seguridad que garanticen la privacidad e invulnerabilidad de las operaciones.

## U. D. 4: Organización y programación de un sitio web

### ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS

En esta unidad se detalla, en primer lugar, cuáles son las partes de un sitio web y cómo organizarlas. Para la creación de sitios web, se define el lenguaje de programación de páginas web HTML y se muestra la forma de diseñar páginas sencillas a partir de dicho lenguaje. Finalmente, se describe el modo de agregar hipervínculos y contenidos multimedia en las páginas web.

### CONTENIDOS

#### 4.1. Cómo estructurar un sitio web corporativo.

- 4.1.1. Planificación del sitio.
- 4.1.2. Determinación del mercado objetivo.
- 4.1.3. Análisis de la competencia.
- 4.1.4. Generación del contenido del sitio.
- 4.1.5. Definición del diseño visual.

#### 4.2. Lenguaje HTML.

- 4.2.1. ¿Qué es HTML?
- 4.2.2. ¿Qué es una hoja de estilo?
- 4.2.3. Componentes de HTML.

#### 4.3. ¿Qué necesito para crear una página web?

- 4.3.1. Un navegador web.
- 4.3.2. Un editor HTML.
- 4.3.3. Un programa para la gestión de imágenes.
- 4.3.4. Espacio en un servidor: alojamiento.

#### 4.4. Edición y diseño de mi primera página web.

- 4.4.1. Título y mensaje de bienvenida: "¡Hola, mundo!".
- 4.4.2. Añadir texto a la página web.
- 4.4.3. Crear una lista.
- 4.4.4. Crear una tabla.
- 4.4.5. Enlazar con otros sitios web.
- 4.4.6. Trabajar con formularios.
- 4.4.7. Añadir imágenes a la página web.
- 4.4.8. Añadir sonido y vídeo a la página web.

### OBJETIVOS

- **Organizar** los contenidos de un sitio web en diferentes páginas web.
- **Comprender** cuál es la estructura de una página web y qué contenidos debe incluir.
- **Conocer** el lenguaje de marcado HTML.
- **Crear** páginas web sencillas utilizando los editores web más usuales.
- **Agregar** contenido multimedia y enlazar con otros hipertextos en una página web.

## CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Una vez finalizada la exposición de esta unidad didáctica, el alumnado estará en disposición de demostrar su destreza en lo relativo a las siguientes competencias:

- Redactar sentencias en lenguaje de etiquetas de hipertexto (HTML).
- Utilizar programas comerciales para crear los ficheros que componen las páginas web.
- Utilizar programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido.
- Incluir en la web enlaces de interés capaces de generar tráfico orientado e interesado en lo que se ofrece.



## U. D. 5: Alojamiento y mantenimiento de un sitio web

### ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS

En esta unidad didáctica se continúa con la gestión de un sitio web y la descripción de las opciones de alojamiento y mantenimiento. En efecto, además de alojar una página en un servidor web, es necesario completar el proceso de alta en los buscadores y diseñar la estrategia de posicionamiento. Posteriormente, se describen varias herramientas útiles en el proceso de diseño y administración de un sitio web tales como programas de diseño gráfico, utilidades para la conversión de ficheros multimedia, herramientas para el análisis del mercado, sistemas de gestión de vídeo y sonido y sistemas de gestión de contenido o CMS.

Finalmente, se analizan las particularidades que debe integrar un sitio web para el comercio electrónico.

### CONTENIDOS

#### 5.1. Alojamiento en un servidor web.

- 5.1.1. Nombre de dominio.
- 5.1.2. Características de un servicio de alojamiento web.
- 5.1.3. ¿Qué opciones de alojamiento existen?

#### 5.2. Cómo publicar los contenidos en el servidor.

- 5.2.1. Mediante el protocolo FTP.
- 5.2.2. Mediante una interfaz web.

#### 5.3. Alta en buscadores.

#### 5.4. Aplicaciones y utilidades para la web.

- 5.4.1. Programas de diseño gráfico.
- 5.4.2. Utilidades para la conversión de ficheros de vídeo y sonido.
- 5.4.3. Utilidades para la analítica web.
- 5.4.4. Sistemas de gestión de contenido: sitios web que construyen otros sitios.

#### 5.5. Administración de la web comercial.

- 5.5.1. Catálogo *online*.
- 5.5.2. Flujos de caja y financiación de la tienda *online*.
- 5.5.3. Conocer al usuario: mapas de calor y zonas calientes de una web.
- 5.5.4. Zona de usuario y fidelización del cliente.
- 5.5.5. El carrito de la compra.

### OBJETIVOS

- **Decidir** qué opción de alojamiento es la adecuada para una web determinada.
- **Conocer** las alternativas a través de las cuales se puede transferir la información que se va a publicar en un sitio web al servidor de alojamiento.
- **Comprender** la importancia del posicionamiento de un sitio web en los buscadores en internet, principalmente Google.
- **Aprender** a construir una página web eficiente para el comercio electrónico, incluyendo un catálogo *online*, zonas de usuario e implementación del carrito online.
- **Identificar** los aspectos diferenciadores de una web para el comercio electrónico, análisis de las zonas de interés (zonas calientes), flujos de caja, capacidad de financiación y fidelización del cliente.

## CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Una vez finalizada esta unidad formativa, el alumnado deberá demostrar sus conocimientos en relación a su capacidad para:

- Registrar la dirección de páginas web con dominio propio o con alojamiento gratuito.
- Enviar los ficheros web creados al servidor de Internet mediante programas especializados en esta tarea.
- Construir una página web eficiente para el comercio electrónico.

## U. D. 6: Establecimiento de relaciones con otros usuarios de la red

### ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS

La presente unidad didáctica se centra en los medios disponibles para el establecimiento de relaciones con otros usuarios en la red como elemento esencial para la creación de un entorno interactivo y bidireccional con nuestros clientes.

### CONTENIDOS

#### 6.1. Definición e implicaciones de la web 2.0.

#### 6.2. Sistemas para el establecimiento de comunicación mediante texto.

6.2.1. Comunidades virtuales.

6.2.2. Servicios de mensajería instantánea.

#### 6.3. Sistemas para el establecimiento de comunicación audiovisual.

6.3.1. Telefonía a través de internet: la videoconferencia.

6.3.2. Redes sociales.

### OBJETIVOS

- **Profundizar** en la conceptualización de la web 2.0 y de las implicaciones que está teniendo en el establecimiento de relaciones de carácter personal, profesional o comercial entre usuarios.
- **Definir** los distintos sistemas disponibles actualmente para el establecimiento de procesos de comunicación entre usuarios a través de texto, prestando especial atención a las comunidades virtuales y los servicios de mensajería instantánea.
- **Contemplar** las principales características diferenciales de los distintos sistemas concebidos para el establecimiento de procesos de comunicación entre usuarios a través de medios audiovisuales, centrandó nuestra atención tanto en el desarrollo de la telefonía a través de internet como en las redes sociales.

### CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Al finalizar esta unidad didáctica, el alumnado estará capacitado para el desarrollo de las siguientes actuaciones:

- Utilizar programas web para mantener cibercharlas de texto.
- Manejar aplicaciones de mensajería instantánea.
- Aplicar sistemas de comunicación oral que utilizan solo sonido o sonido e imagen.
- Proponer temas de contenido profesional a través de blogs temáticos.
- Establecer contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional.
- Efectuar comunicaciones, publicidad y ventas con otros usuarios de la red a través de redes sociales.
- Generar contenidos audiovisuales y fotográficos de la actividad, productos y procesos comerciales.

## U. D. 7: La evolución de internet: web 2.0

### ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS

Para finalizar con la exposición de los contenidos didácticos reflejados en este libro, la Unidad 7 describe el concepto de la web 2.0, sus funcionalidades y sus objetivos, así como la forma en que deben diseñarse las estrategias de marketing en este nuevo escenario y las herramientas de que se dispone.

La característica diferencial de la web 2.0 es la participación colaborativa de los usuarios, que modifica definitivamente la visión que el usuario tiene de internet y su forma de utilizarla.

Por ello, el comercio electrónico también ha tenido que cambiar su dirección y actualmente se habla igualmente de marketing 2.0 para adaptarse a este nuevo escenario.

### CONTENIDOS

#### 7.1. ¿Qué es la web 2.0?

- 7.1.1. Origen.
- 7.1.2. Características.
- 7.1.3. Funcionalidades: opiniones y foros de usuarios.
- 7.1.4. Reputación corporativa *online*.
- 7.1.5. Objetivos.

#### 7.2. Marketing *online* en la web 2.0: *Social Media Marketing* (SMM).

- 7.2.1. Bitácoras o blogs.
- 7.2.2. Páginas web colaborativas o wikis.
- 7.2.3. Diseño publicitario: *banners*.
- 7.2.4. Pequeños dispositivos electrónicos: *gadgets*.
- 7.2.5. Aplicaciones modulares: *widgets*.
- 7.2.6. Redifusión o sindicación de contenidos web.
- 7.2.7. Redifusión de contenidos multimedia: *podcasting*.

#### 7.3. Sitios web integrados.

- 7.3.1. Comparadores de precios y opiniones.
- 7.3.2. Sitios web de subastas.
- 7.3.3. Sitios web de compraventa entre particulares.

#### 7.4. Redes sociales en la web 2.0.

- 7.4.1. Redes sociales y comercio electrónico.
- 7.4.2. Usuario productor y consumidor: *prosumidor*.
- 7.4.3. Prescriptor de marca e influenciador.

#### 7.5. Seguridad informática en el comercio electrónico.

- 7.5.1. Robo de datos.
- 7.5.2. Suplantación de identidad.
- 7.5.3. Virus informáticos

## OBJETIVOS

- **Definir** el concepto de web 2.0, sus modelos y funcionalidades.
- **Describir y utilizar** recursos gratuitos y libres incluidos en los sitios web 2.0.
- **Hacer uso** de la retroalimentación de los usuarios en el entorno web 2.0 para conectar con las personas de la manera más eficaz y personalizada posible.
- **Detallar** los mecanismos para la presencia de la empresa de comercio electrónico en buscadores, redes sociales, blogs, chats, foros y otras herramientas del entorno web 2.0, implementando una estrategia de marketing en medios sociales.
- **Detectar y neutralizar** los elementos de vulnerabilidad implícitos al entorno web 2.0, analizando las posibilidades de prevención, detección y corrección frente a estos ataques.

## CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Una vez finalizada esta unidad didáctica, el alumnado estará capacitado para demostrar que domina los siguientes aspectos competenciales:

- Definir los modelos y funcionalidades Web 2.0 existentes en la red.
- Utilizar los recursos gratuitos y libres incluidos en los sitios Web 2.0.
- Aplicar los resultados obtenidos en el entorno Web 2.0 mediante la información (*feedback*) proporcionada por los usuarios.
- Realizar las tareas necesarias para que la empresa esté presente, además de en su propio sitio web, en buscadores, redes sociales, blogs y chats y foros, entre otros.
- Seleccionar las acciones necesarias para integrar el comercio electrónico con funcionalidades propias de la Web 2.0.

## DISTRIBUCIÓN TEMPORAL DE LAS UNIDADES DIDÁCTICAS

U.D.	UD.0	UD 1	UD 2	UD 3	UD 4	UD 5	UD 6	UD 7	DURACIÓN (Horas)
<b>CARGA LECTIVA</b>	<b>10%</b>	<b>10 %</b>	<b>15 %</b>	<b>15 %</b>	<b>22 %</b>	<b>20 %</b>	<b>5 %</b>	<b>5 %</b>	
<b>CANARIAS</b>	20	12	17	17	25	20	5	10	<b>126</b>

**FAMILIA PROFESIONAL DE  
COMERCIO Y MARKETING**

**PROGRAMACIÓN DE CICLO MEDIO  
DE**

**TÉCNICO EN ACTIVIDADES  
COMERCIALES**

**MÓDULO**

**VENTA TÉCNICA**

## ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	3
1.1 DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL CICLO Y RELACIÓN DE CUALIFICACIONES Y UNIDADES DE COMPETENCIA SEGÚN EL CATÁLOGO NACIONAL DE CUALIFICACIONES PROFESIONALES.....	3
1.2 ENTORNO PROFESIONAL.....	4
2. COMPETENCIAS, OBJETIVOS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE.....	5
3. CONTENIDOS.....	9
3.1 DISTRIBUCIÓN TEMPORAL DE LOS CONTENIDOS.....	11
3.2 CUADROS RESUMEN DE LAS UNIDADES DE TRABAJO.....	12
4. METODOLOGÍA / ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS.....	22
4.1 LAS ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS.....	22
4.2 ESTRATEGIAS Y TÉCNICAS DOCENTES.....	22
4.3 ACTIVIDADES.....	24
4.4 RECURSOS.....	24
5. EVALUACIÓN.....	25
5.1 CRITERIOS DE EVALUACIÓN.....	25
5.2 INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN.....	25
5.3 CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.....	26
5.4 LAS SESIONES DE EVALUACIÓN.....	27
5.5 CRITERIOS DE PROMOCIÓN.....	28
6. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.....	28
7. EDUCACIÓN EN VALORES.....	28



## 1. INTRODUCCIÓN

### 1.1 DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL CICLO Y RELACIÓN DE CUALIFICACIONES Y UNIDADES DE COMPETENCIA SEGÚN EL CATÁLOGO NACIONAL DE CUALIFICACIONES PROFESIONALES.

Este módulo profesional de Venta Técnica está incluido en el título de Técnico en Actividades Comerciales aprobado en el 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.

El título de Técnico en Actividades Comerciales queda identificado por los siguientes elementos:

- Denominación: Actividades comerciales.
- Nivel: Formación Profesional de Grado Medio.
- Duración: 2.000 horas.
- Familia profesional: Comercio y Marketing.
- Referente europeo: Referente en la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación CINE-3b.

Los datos correspondientes al módulo profesional de Venta Técnica son tal como sigue:

Nombre: Venta Técnica.

Código: 1230.

El perfil profesional del título de Técnico en Actividades Comerciales queda determinado por su competencia general, sus competencias profesionales, personales y sociales, y por la relación de cualificaciones y, en su caso, unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título.

#### **Relación de Cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título**

##### **Cualificaciones profesionales completas:**

a) Actividades de venta COM085\_2 (Real Decreto 295/2004, de 20 de febrero), que comprende las siguientes unidades de competencia:

- UC0239\_2: Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización.
- UC0240\_2: Realizar las operaciones auxiliares a la venta.
- UC0241\_2: Ejecutar las acciones del servicio de atención al cliente/consumidor/usuario

##### **Cualificaciones profesionales incompletas:**

a) Actividades de gestión del pequeño comercio COM631\_2 (Real Decreto 889/2011, de 24 de junio):

- UC2104\_2: Impulsar y gestionar un pequeño comercio de calidad.
- UC2105\_2: Organizar y animar el punto de venta de un pequeño comercio.

- UC2106\_2: Garantizar la capacidad de respuesta y abastecimiento del pequeño comercio.

b) Organización y gestión de almacenes COM318\_3 (Real Decreto 109/2008, de 1 de febrero):

- UC1015\_2: Gestionar y coordinar las operaciones del almacén.

c) Gestión comercial inmobiliaria COM650\_3 (Real Decreto 1550/2011, de 31 de octubre):

- UC0811\_2: Realizar la venta y difusión de productos inmobiliarios a través de distintos canales de comercialización.

## 1.2 ENTORNO PROFESIONAL

El Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, e indica que los títulos de formación profesional deben responder a los perfiles profesionales demandados por el sistema productivo.

El marco normativo descrito hace necesario que la ordenación de la formación profesional del sistema educativo responda a las necesidades de la sociedad del conocimiento, basada en la competitividad, la empleabilidad, la movilidad laboral, y en el fomento de la cohesión y la inserción social, adaptándose a los intereses y capacidades de las personas. Se trata de proporcionar a las personas la formación requerida por el sistema productivo y de acercar los títulos de formación profesional a la realidad del mercado laboral.

Así, el Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, que regula el título de Técnico en Actividades Comerciales y fija sus enseñanzas mínimas, en el artículo 7 establece el entorno profesional del mismo y, en concreto, delimita que:

Las personas que obtienen este título ejercen su actividad en cualquier sector productivo dentro del área de comercialización o en las distintas secciones de establecimientos comerciales, realizando actividades de venta de productos y/o servicios a través de diferentes canales de comercialización o bien realizando funciones de organización y gestión de su propio comercio.

Son trabajadores por cuenta propia que gestionan un pequeño comercio o tienda tradicional, o trabajadores por cuenta ajena que ejercen su actividad en los departamentos o secciones de comercialización de cualquier empresa u organización, en distintos subsectores:

- En establecimientos comerciales pequeños, medianos o grandes trabaja por cuenta ajena en las diferentes secciones comerciales.
- En la comercialización de productos y servicios por cuenta propia y ajena fuera del establecimiento comercial.
- En el Departamento comercial de pymes y empresas industriales.
- En el Departamento de atención al cliente/consumidor/usuario de organismos públicos.
- En empresas industriales y comerciales grandes y medianas.
- En el sector del comercio al por menor.

Las **ocupaciones y puestos de trabajo** más relevantes son los siguientes:

- Vendedora o vendedor.
- Vendedora técnica o vendedor técnico.
- Representante comercial.
- Orientadora u orientador comercial.
- Promotora o promotor.
- Televendedora o televendedor.
- Venta a distancia.
- Teleoperadora o teleoperador (call center).
- Información/atención al cliente.
- Cajera/reponedora o cajero/reponedor.
- Operadora u operador de contact-center.

Administradora o administrador de contenidos online.

- Comerciante de tienda.
- Gerente de pequeño comercio.
- Técnica o técnico en gestión de stocks y almacén.
- Jefa o jefe de almacén.
- Responsable de recepción de mercancías.
- Responsable de expedición de mercancías.
- Técnica o técnico en logística de almacenes.
- Técnica o técnico de información/atención al cliente en empresas.

## 2. COMPETENCIAS, OBJETIVOS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Según el artículo 9 del Real Decreto 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, **la competencia general** del 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.

Esta **COMPETENCIA GENERAL** viene definida a través de una serie de **COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES** que son:

a) Realizar proyectos de viabilidad y de puesta en marcha y ejercicio por cuenta propia de la actividad de un pequeño negocio de comercio al por menor, adquiriendo los recursos necesarios y cumpliendo con las obligaciones legales y administrativas, conforme a la normativa vigente.

b) Administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial, realizando las actividades necesarias con eficacia y rentabilidad, y respetando la normativa vigente.

**c) Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los distintos canales de comercialización, utilizando las técnicas de venta adecuadas a la tipología del cliente y a los criterios establecidos por la empresa.**

d) Organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías en las condiciones que garanticen su conservación, mediante la optimización de medios humanos, materiales y de espacio, de acuerdo con procedimientos establecidos.

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

f) Realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios, aplicando técnicas de merchandising, de acuerdo con los objetivos establecidos en el plan de comercialización de la empresa.

g) Realizar acciones de comercio electrónico, manteniendo la página web de la empresa y los sistemas sociales de comunicación a través de Internet, para cumplir con los objetivos de comercio electrónico de la empresa definidos en el plan de marketing digital.

h) Realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial, utilizando el hardware y software apropiado para automatizar las tareas y trabajos.

i) Ejecutar las acciones de marketing definidas por la organización comercial en el plan de marketing, identificando las necesidades de productos y/o servicios de los clientes, los factores que

intervienen en la fijación de precios, los canales de distribución y las técnicas de comunicación para cumplir con los objetivos fijados por la dirección comercial.

j) Ejecutar los planes de atención al cliente, gestionando un sistema de información para mantener el servicio de calidad que garantice el nivel de satisfacción de los clientes, consumidores o usuarios.

**k) Realizar ventas especializadas de productos y/o servicios, adaptando el argumentario de ventas a las características peculiares de cada caso para cumplir con los objetivos comerciales definidos por la dirección comercial.**

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

**m) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.**

**n) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo**

**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.

La formación del módulo **Venta Técnica** contribuye a alcanzar las competencias **c), k), m), n), ñ), o), p) y q)** del título.

La adquisición de estas competencias profesionales, personales y sociales se realizará a través de las enseñanzas del ciclo formativo.

De los **OBJETIVOS** generales para el Ciclo Formativo, establecidos en el RD anteriormente mencionado son:

a) Recabar las iniciativas emprendedoras y buscar las oportunidades de creación de pequeños negocios comerciales al por menor, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos para realizar proyectos de viabilidad de implantación por cuenta propia de negocios comerciales al por menor.

b) Delimitar las características y cuantía de los recursos económicos necesarios, atendiendo a las características de la tienda y de los productos ofertados para la puesta en marcha de un pequeño negocio al por menor.

c) Analizar operaciones de compraventa y de cobro y pago, utilizando medios convencionales o electrónicos para administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial.

**d) Comparar y evaluar pedidos de clientes a través de los diferentes canales de comercialización, atendiendo y satisfaciendo sus necesidades de productos y/o servicios, para realizar la venta de productos y/o servicios.**

**e) Identificar los procesos de seguimiento y post venta, atendiendo y resolviendo, las reclamaciones presentadas por los clientes, para realizar la venta de productos y/o servicios.**

f) Reconocer las tareas de recepción, ubicación y expedición de mercancías en el almacén, asignando medios materiales y humanos, controlando los stocks de mercancías y aplicando la normativa vigente en materia de seguridad e higiene, para organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías.

g) Acopiar y procesar datos de previsiones de demanda y compras a proveedores, utilizando tecnologías de la información y comunicación para garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio.

h) Identificar y elegir los mejores proveedores y/o suministradores, negociando las ofertas y condiciones de suministro para realizar las compras necesarias que mantengan el nivel de servicio establecido en función de la demanda de los clientes o consumidores.

i) Crear imagen de tienda, combinando los elementos exteriores e interiores del establecimiento comercial con criterios comerciales, para realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios.

j) Analizar las políticas de venta y fidelización de clientes, organizando la exposición y promoción del surtido, para realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios.

k) Seleccionar datos e introducirlos en la página web de la empresa, realizando su mantenimiento y buscando un buen posicionamiento, la facilidad de uso y la máxima persuasión para realizar acciones de comercio electrónico.

l) Fomentar las interrelaciones con otros usuarios de la red, utilizando estrategias de marketing digital en las redes sociales, para realizar acciones de comercio electrónico.

m) Reconocer las características de los programas informáticos utilizados habitualmente en el sector comercial, confeccionando documentos y materiales informáticos para realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial.

n) Identificar el mercado y el entorno de la empresa comercial, obteniendo y organizando la información de los agentes que intervienen en el proceso comercial y aplicando políticas de marketing apropiadas para ejecutar las acciones de marketing definidas por la organización comercial en el plan de marketing.

ñ) Seleccionar acciones de información al cliente, asesorándolo con diligencia y cortesía y gestionando en su caso las quejas y reclamaciones presentadas, para ejecutar los planes de atención al cliente.

**o) Determinar las características diferenciadoras de cada subsector comercial, ofertando los productos y/o servicios mediante técnicas de marketing apropiadas para realizar ventas especializadas de productos y/o servicios.**

p) Identificar expresiones y reglas de comunicación en inglés, tanto de palabra como por escrito, para gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores.

**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.**

Se pretenden alcanzar en el módulo de **Venta Técnica** los siguientes objetivos generales **d), e), o), q), r), s), t), u), v) y w)**

Una vez establecidas las competencias y los objetivos generales para el Ciclo Formativo, se establecen los **resultados de aprendizaje** para el módulo de **Venta Técnica** que son los que siguen:

1. **Elabora ofertas comerciales de productos industriales y del sector primario, adaptando los argumentos de venta a los distintos tipos de clientes (minoristas, mayoristas e institucionales).**
2. **Confecciona ofertas comerciales de servicios, adaptando los argumentos de venta a las características específicas del servicio propuesto y a las necesidades de cada cliente.**
3. **Realiza actividades propias de la venta de productos tecnológicos, aplicando técnicas de venta adecuadas y recopilando información actualizada de la evolución y tendencias del mercado de este tipo de bienes.**
4. **Desarrolla actividades relacionadas con la venta de productos de alta gama, aplicando técnicas que garanticen la transmisión de la imagen de marca de calidad y reputación elevada.**
5. **Prepara diferentes acciones promocionales de bienes inmuebles, aplicando técnicas de comunicación adaptadas al sector.**

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

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

### **3. CONTENIDOS**

A continuación se recogen los contenidos que el real decreto que regula este título profesional marca como necesarios:

#### **Elaboración de ofertas comerciales de productos industriales:**

- Técnicas de venta aplicadas al cliente industrial.
- Agentes comerciales. Fomento del encuentro comprador–vendedor.
- Materiales, composición e ingredientes.
- El envase y el embalaje como argumento de ventas.
- La certificación como herramienta de marketing.
- La seguridad del producto como parámetro para mantener la confianza del cliente industrial.
- Facilitadores: aseguradoras y entidades financieras.

#### **Confección de ofertas comerciales de servicios:**

- Tipología de servicios.
- Objetivos en la prestación de servicios. Objetivos sociales y económicos.
- Planificación de los servicios según las necesidades de los usuarios.
- Características inherentes a los servicios.
- La intangibilidad y las propuestas para contrarrestar este factor.
- La inseparabilidad y modos de superarla.
- La heterogeneidad y la lucha en la empresa por reducirla. La caducidad inmediata y las soluciones para evitar la pérdida total.
- La concentración de la demanda en periodos puntuales y estrategias para combatirla.
- Sistemas de control de satisfacción de los usuarios en la ejecución de la oferta de servicios.

#### **Realización de actividades propias de la venta de productos tecnológicos:**

- El espíritu emprendedor en la búsqueda de nuevos nichos de mercado.
- La innovación y el lanzamiento de nuevos productos.
- Agrupación de funciones, nuevos usos y utilidades, novedades en el manejo, desarrollo de accesorios y complementos, y compatibilidades en sistemas y productos.
- Catálogos y manuales de instrucciones.
- Gestión de clientes poco satisfechos y sugerencias de mejora.
- Elaboración de presentaciones de novedades.
- Análisis del fenómeno de la moda y las tendencias. Previsión.
- El cliente prescriptor como punta de lanza en el mercado.
- Flexibilidad de la empresa para adaptarse a entornos cambiantes.

#### **Desarrollo de actividades relacionadas con la venta de productos de alta gama:**

- La comunicación del posicionamiento.



El cliente que busca la marca.

- La distribución selectiva.
- La utilización de caras conocidas en la publicidad.
- Producto: los objetos exclusivos, las series limitadas y los modelos de autor.
- Imagen de marca e imagen personal.
- El análisis de marca.
- Técnicas de empaquetado.
- Normativa de etiquetado.
- Sistemas de alarma para productos.
- Políticas antihurto.

#### **Preparación de acciones promocionales de bienes inmuebles:**

- La figura del agente comercial y del asesor comercial inmobiliario.
- La promoción de inmuebles: medios y canales.
- Comercialización de inmuebles: presencial, por teléfono y por ordenador.
- La capacidad de compra o alquiler de los potenciales clientes.
- Legislación vigente en materia de protección de datos.
- Protección al consumidor en operaciones de compraventa y alquiler de inmuebles.
- Política de confidencialidad de datos de la organización.
- La cartera de inmuebles. Clasificación por filtros: zona, precio, estado de habitabilidad y características.

#### **Desarrollo de actividades relacionadas con el proceso de venta de inmuebles:**

- Tipos de inmuebles: vivienda libre, de protección oficial y cooperativas de viviendas.
- LAU. Ley de arrendamientos urbanos.
- Presentación, visita y demostración del producto inmobiliario.
- La visita a los inmuebles en cartera.
- Documento de visita.
- Documento de reserva de compra o alquiler.
- Escritura pública de la operación.
- Normativa reguladora de las operaciones inmobiliarias.
- Gastos de formalización de contrato.
- Obligaciones, desgravaciones y bonificaciones fiscales.
- Garantías reales y personales.

#### **Desarrollo de actividades de telemarketing:**

- Concepto de telemarketing.
- Evolución hasta el BPO (business process outsourcing).
- Ventajas y factores de éxito del telemarketing.
- Sectores económicos de desarrollo del telemarketing.
- El profesiograma del teleoperador.
- Pautas para la excelencia en la comunicación telefónica.
- Tipología de interlocutores.
- Aplicaciones del uso del teléfono en operaciones comerciales.
- Investigación comercial por teléfono.
- El proceso de la venta telefónica.

Los ratios en la medición de la excelencia, calidad y eficiencia del servicio en las actuaciones de telemarketing.

**TEMPORALIZACIÓN:** El modulo de **Venta Técnica** dispone de 126 horas lectivas para su desarrollo. Teniendo en cuenta que se imparte en 6 sesiones semanales, y que el modulo se imparte en el segundo curso y por lo tanto consta de dos trimestres esta es la distribución temporal de las unidades:

### 3.1 DISTRIBUCIÓN TEMPORAL DE LOS CONTENIDOS

UT	TÍTULO	TEMPORALIZACIÓN
<b>1º TRIMESTRE : 60 HORAS</b>		
UT 1	<b>Elaboración de ofertas comerciales de productos industriales</b>	22 HORAS
UT 2	<b>Confección de ofertas comerciales de servicios</b>	23 HORAS
UT 3	<b>Realización de actividades propias de la venta de productos tecnológicos</b>	15 HORAS
<b>2º TRIMESTRE: 66 HORAS</b>		
UT 4	<b>Desarrollo de actividades relacionadas con la venta de productos de alta gama</b>	20 HORAS
UT 5	<b>Preparación de acciones promocionales de bienes inmuebles</b>	16 HORAS
UT 6	<b>Desarrollo de actividades relacionadas con el proceso de venta de inmuebles</b>	18 HORAS
UT 7	<b>Desarrollo de actividades de telemarketing</b>	12 HORAS
<b>TOTAL:</b>		<b>126 HORAS</b>

### 3.2 CUADROS RESUMEN DE LAS UNIDADES DE TRABAJO

<b>UT 1: Elaboración de ofertas comerciales de productos industriales”.</b>		
Temporalización: 22 sesiones		
Resultado de aprendizaje nº 1		
<b>Criterios de evaluación</b>		
<p>a) Se han realizado búsquedas de fuentes de información de clientes industriales y mayoristas.</p> <p>b) Se han elaborado argumentarios de ventas centrados en la variable producto, tales como atributos físicos, composición, utilidades y aplicaciones de dichos productos.</p> <p>c) Se han realizado propuestas de ofertas de productos a un cliente institucional, industrial o mayorista.</p> <p>d) Se han destacado las ventajas de nuevos materiales, componentes e ingredientes de los productos ofertados.</p> <p>e) Se han seleccionado subvariables de producto, tales como el envase, el etiquetado, la certificación y la seguridad, como herramientas de marketing para potenciar los beneficios del producto ofertado.</p>		
<b>Contenidos conceptuales</b>	<b>Contenidos procedimentales</b>	<b>Contenidos actitudinales</b>
<p>1.1. Técnicas de venta aplicadas al cliente industrial</p> <p>1.2. Diferencias entre el marketing industrial y el marketing de consumo masivo</p> <p>1.3. Mercados del sector primario: agricultura, ganadería y pesca</p> <p>1.4. Materias primas, componentes y productos semielaborados.</p> <p>1.5. Venta al por mayor y venta a granel</p> <p>1.6. Segmentación y especialización. Soluciones a la medida del comprador</p> <p>1.7. Agentes comerciales. Fomento del encuentro comprador/vendedor</p> <p>1.8. Venta relacional</p> <p>1.9. Tipología del comprador industrial. Compradores activos, pasivos y colaborativos</p> <p>1.10. Materiales, composición e ingredientes. Proveedores: de confianza y de calidad.</p>	<p>1. Realización de búsquedas de fuentes de información de clientes y clientas, industriales y mayoristas.</p> <p>2. Elaboración de argumentarios de ventas centrados en la variable producto, tales como atributos físicos, composición, utilidades y aplicaciones de dichos productos.</p> <p>3. Realización de propuestas de ofertas de productos a un cliente o clienta institucional, industrial o mayorista.</p> <p>4. Distinción de las ventajas de nuevos materiales, componentes e ingredientes de los productos ofertados.</p> <p>5. Selección de subvariables de producto, tales como el envase, el etiquetado, la certificación y la seguridad, como herramientas de <i>marketing</i> para potenciar los beneficios del producto ofertado.</p> <p>6. Realización de búsquedas y conocimiento de los agentes facilitadores más relevantes</p> <p>7. Diferenciación entre los</p>	<p>1. Disposición a diferenciar los distintos tipos de clientes industriales</p> <p>2. Actitud positiva hacia el entendimiento de los diferentes intermediarios en el proceso de venta.</p> <p>3. Entender y valorar la importancia del embalaje del producto.</p> <p>4. Disposición favorable para buscar las informaciones propuestas por el profesorado.</p> <p>5. Cooperación y aceptación de las funciones atribuidas dentro de un trabajo en equipo y responsabilidad en la realización de las tareas asignadas dentro de un grupo.</p> <p>6. Participar activamente en los debates propuestos, aportando ideas, realizando sugerencias, respetando las opiniones de los demás y rechazando actitudes de intolerancia.</p>

<p>1.11. Subvariables del producto. El envase y el embalaje como argumento de ventas</p> <p>1.12. La certificación como herramienta de marketing</p> <p>1.13. La seguridad del producto como parámetro de confianza del cliente industrial</p> <p>1.14. Facilitadores. Aseguradoras y entidades financieras. Financiación de productos</p> <p>1.15. Homologaciones parciales y homologaciones totales</p>	<p>distintos tipos de homologaciones.</p>	
---	---	--

<p><b>UT 2: Confección de ofertas comerciales de servicios</b></p>		
<p>Temporalización: 23 sesiones</p>		
<p>Resultado de aprendizaje nº 2</p>		
<p><b>Criterios de evaluación</b></p> <p>a) Se han identificado características intrínsecas de los servicios, como son caducidad inmediata, demanda concentrada puntualmente, intangibilidad, inseparabilidad y heterogeneidad.</p> <p>b) Se han estructurado y jerarquizado los objetivos de las ofertas de servicios entre logros económicos y sociales, si los hubiera.</p> <p>c) Se ha encuestado a los clientes para conocer su grado de comprensión y aceptación del servicio ofrecido.</p> <p>d) Se ha medido la efectividad de las encuestas una vez aplicadas por la organización.</p> <p>e) Se han analizado estrategias para superar las dificultades que conlleva la aceptación de una oferta de prestación de servicios.</p> <p>f) Se han confeccionado argumentos de ventas de servicios públicos y privados.</p> <p>g) Se han elaborado propuestas para captar clientes que contraten prestaciones de servicios a largo plazo.</p>		
<p>Contenidos conceptuales</p>	<p>Contenidos procedimentales</p>	<p>Contenidos actitudinales</p>
<p>2.1. Tipología de los servicios. Servicios públicos y privados</p> <p>2.2. Mercados de servicios</p> <p>2.3. Objetivos en la prestación de servicios. Objetivos sociales y objetivos económicos</p> <p>2.4. Planificación de los servicios según las necesidades de los usuarios</p> <p>2.5. Características inherentes</p>	<p>1. Identificación de las características intrínsecas de los servicios.</p> <p>2. Estructuración y jerarquización de los objetivos de las ofertas de servicios entre logros económicos y sociales, si los hubiera.</p> <p>- Realización de encuestas a la clientela para conocer su grado de comprensión y aceptación del</p>	<p>1. Valorar la diferencia entre un producto y un servicio.</p> <p>2. Razonar sobre los distintos tipos de servicio que existen actualmente.</p> <p>3. Reconocer las características de un servicio.</p> <p>4. Disposición favorable para buscar las informaciones propuestas por el profesorado.</p>

<p>a los servicios</p> <p>2.6. Intangibilidad. Imposibilidad de almacenar y de patentar los servicios</p> <p>2.7. Inseparabilidad. Participación del cliente en la producción del servicio</p> <p>2.8. Heterogeneidad y la lucha en la empresa por reducirla</p> <p>2.9. Concentración de la demanda en periodos puntuales</p> <p>2.10. Control de la satisfacción de los usuarios en la ejecución de la oferta de servicios</p>	<p>servicio ofrecido.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Medición de la efectividad de las encuestas, una vez aplicadas por la organización.</li> <li>- Análisis de las estrategias para superar las dificultades que conlleva la aceptación de una oferta de prestación de servicios.</li> <li>- Confección de los argumentos de ventas de servicios públicos y privados.</li> <li>- Elaboración de las propuestas para captar clientes y clientas que contraten prestaciones de servicios a largo plazo.</li> </ul>	<p>5. Participar activamente en los debates propuestos, aportando ideas, realizando sugerencias, respetando las opiniones de los demás y rechazando actitudes de intolerancia.</p> <p>6. Iniciativa personal para la comunicación con las y los miembros del equipo.</p>
--	---	--

<p><b>UT 3: Realización de actividades propias de la venta de productos tecnológicos</b></p>		
<p>Temporalización: 15 sesiones</p>		
<p>Resultado de aprendizaje nº 3</p>		
<p><b>Criterios de evaluación</b></p> <p>a) Se han analizado carteras de productos/servicios tecnológicos ofertados en los distintos canales de comercialización.</p> <p>b) Se han obtenido datos del mercado a través de la información y sugerencias recibidas de los clientes.</p> <p>c) Se ha organizado la información obtenida sobre innovaciones del mercado, centrándose en las utilidades de productos, nuevos usos, fácil manejo, accesorios, complementos y compatibilidades.</p> <p>d) Se ha argumentado la posibilidad de introducir nuevos productos y/o servicios, modificaciones o variantes de modelos que complementen la cartera de productos, ajustándose a las nuevas modas y tendencias.</p> <p>e) Se han proporcionado datos al superior inmediato sobre la existencia de segmentos de clientes comercialmente rentables, proponiendo nuevas líneas de negocio, fomentando el espíritu emprendedor en la empresa.</p> <p>f) Se han detectado áreas de mejora en grupos de clientes poco satisfechos, que pueden ser cubiertos con la oferta de un producto/servicio que se adapte mejor a sus necesidades.</p> <p>g) Se han elaborado ofertas de productos tecnológicos, utilizando herramientas informáticas de presentación.</p>		
<p>Contenidos conceptuales</p>	<p>Contenidos procedimentales</p>	<p>Contenidos actitudinales</p>
<p>3.1. El espíritu emprendedor en la búsqueda de nuevos nichos de mercado</p> <p>3.2. Empresas de base tecnológica. Innovación para crear nuevos productos</p>	<p>1. Análisis de las carteras de productos/servicios tecnológicos ofertados en los distintos canales de comercialización.</p> <p>2. Obtención de datos del mercado a través de la</p>	<p>1. Razonar sobre la forma de realizar la segmentación del mercado de productos tecnológicos. Reconocer las clases de innovación que existen en el mercado tecnológico.</p>

<p>3.3. Mercados de bienes tecnológicos</p> <p>3.4. Proceso de venta de productos tecnológicos</p> <p>3.5. Análisis del fenómeno de la moda y las tendencias</p> <p>3.6. Agrupación de funciones. Nuevos usos y utilidades</p> <p>3.7. Catálogos y manuales de instrucciones. Servicio posventa</p> <p>3.8. Flexibilidad de la empresa en entornos cambiantes. Venta <i>online</i></p>	<p>información y sugerencias recibidas de la clientela.</p> <p>3. Organización de la información obtenida sobre innovaciones del mercado.</p> <p>4. Argumentación de la posibilidad de introducir nuevos productos y/o servicios</p> <p>5. Detección de áreas de mejora en grupos de clientes y clientas poco satisfechos, que pueden ser cubiertos con la oferta de un producto/servicio que se adapte mejor a sus necesidades.</p> <p>6. Elaboración de ofertas de productos tecnológicos.</p>	<p>2. Valorar la importancia de la atención al cliente antes, durante y después de la compra de productos tecnológicos</p> <p>3. Disposición favorable para buscar las informaciones propuestas por el profesorado.</p> <p>4. Cooperación y aceptación de las funciones atribuidas dentro de un trabajo en equipo, y responsabilidad en la realización de las tareas asignadas dentro de un grupo</p> <p>5. Iniciativa personal para la comunicación con las y los miembros del equipo</p>
--	--	--

<p><b>UT 4 : Desarrollo de actividades relacionadas con la venta de productos de alta gama</b></p>		
<p>Temporalización: 20 sesiones</p>		
<p>Resultado de aprendizaje nº 4</p>		
<p><b>Criterios de evaluación</b></p> <p>a) Se han establecido las causas que determinan la consideración de un producto como de alta gama, tales como precio, características innovadoras y calidad entre otras.</p> <p>b) Se ha determinado el procedimiento de transmisión de una imagen de alto posicionamiento a través del lenguaje verbal y no verbal, la imagen personal y el trato al cliente.</p> <p>c) Se ha confeccionado un argumentario de ventas centrado en la variable comunicación, tales como imagen de marca, origen, personalidad, reconocimiento social, pertenencia a un grupo o clase y exclusiva cartera de clientes.</p> <p>d) Se han seleccionado los argumentos adecuados en operaciones de venta de productos de alto posicionamiento.</p> <p>e) Se ha realizado el empaquetado y/o embalaje del producto con rapidez y eficiencia, utilizando distintas técnicas acordes con los parámetros estéticos de la imagen corporativa.</p> <p>f) Se ha realizado el etiquetaje de productos de alto valor monetario, siguiendo la normativa aplicable en cada caso.</p> <p>g) Se ha revisado la seguridad de la mercancía con sistemas anti hurto, comprobando la concordancia etiqueta-producto y el funcionamiento de las cámaras de video vigilancia.</p> <p>h) Se han analizado las pautas de actuación establecidas por la organización al detectar un hurto.</p>		
<p>Contenidos conceptuales</p>	<p>Contenidos procedimentales</p>	<p>Contenidos actitudinales</p>
<p>4.1. Comunicación del posicionamiento</p>	<p>1. Valoración de las causas que determinan la consideración de un</p>	<p>1. Tomar conciencia de las particularidades en la venta de</p>



<p>4.2. Producto de alta gama. Definición y características</p> <p>4.3. Mercados de alto posicionamiento. Distribución selectiva. Sectores de alta gama</p> <p>4.4. Objetos exclusivos, series limitadas y modelos de autor</p> <p>4.5. Análisis de la marca. <i>Branding</i> y lujo. Cliente que busca la marca</p> <p>4.6. Imagen de marca e imagen personal. Marca de lujo y estilo de vida</p> <p>4.7. Publicidad. Mensaje del lujo. Utilización de caras conocidas en la publicidad</p> <p>4.8. Venta de productos de lujo. Punto de venta. Características y ambientación</p> <p>4.9. Oferta de venta</p> <p>4.10. Comunicación verbal. Comunicación no verbal. Imagen personal del vendedor</p> <p>4.11. Técnicas de empaquetado según estilos, formas y tamaños</p> <p>4.12. Servicio posventa de los productos de alta gama</p>	<p>producto como de alta gama.</p> <p>2. Determinación del procedimiento de transmisión de una imagen de alto posicionamiento a través del lenguaje verbal y no verbal, la imagen personal y el trato al cliente o clienta.</p> <p>3. Confección de un argumentario de ventas centrado en la variable comunicación</p> <p>4. Selección de los argumentos adecuados en operaciones de venta de productos de alto posicionamiento.</p> <p>5. Realización del empaquetado y/o embalaje del producto con rapidez y eficiencia, utilizando distintas técnicas.</p> <p>6. Realización del etiquetaje de productos de alto valor monetario.</p> <p>7. Revisión de la seguridad de la mercancía con sistemas anti hurto</p> <p>8. Análisis de las pautas de actuación establecidas por la organización al detectar un hurto.</p>	<p>cada tipología de producto e inculcar valores contrarios al hurto y los actos vandálicos.</p> <p>2. Ser consciente de la posición que ocupan las diferentes marcas en la mente del consumidor y en la propia.</p> <p>3. Razonar sobre las diferencias que presentan los productos de lujo y sus puntos de venta.</p> <p>4. Valorar la importancia de la comunicación no verbal en la venta de estos productos.</p> <p>5. Cooperación y aceptación de las funciones atribuidas dentro de un trabajo en equipo, y responsabilidad en la realización de las tareas asignadas dentro de un grupo</p> <p>6. Iniciativa personal para la comunicación con las y los miembros del equipo</p>
--	--	--

<p><b>UT 5 : Preparación de acciones promocionales de bienes inmuebles</b></p>
<p>Temporalización: 16 sesiones</p>
<p>Resultado de aprendizaje nº 5</p>
<p><b>Criterios de evaluación</b></p> <p>a) Se han elaborado mensajes publicitarios con la información de los inmuebles que se ofertan.</p> <p>b) Se han comparado las ventajas e inconvenientes de los distintos soportes de difusión.</p> <p>c) Se ha gestionado la difusión del material promocional utilizando diversos medios de comunicación.</p> <p>d) Se han seleccionado las fuentes de información disponibles para la captación de potenciales demandantes–clientes de inmuebles en venta o alquiler.</p> <p>e) Se han determinado las necesidades y posibilidades económico–financieras de los potenciales demandantes– clientes, aplicando los instrumentos de medida previstos por la organización.</p> <p>f) Se han registrado los datos del posible cliente, cumpliendo con los criterios de confidencialidad y con la normativa sobre protección de datos.</p>



g) Se han realizado estudios comparativos para seleccionar el elemento de nuestra cartera de inmuebles que mejor se ajuste a las expectativas y posibilidades económicas del cliente.

Contenidos conceptuales	Contenidos procedimentales	Contenidos actitudinales
5.1. Agencia inmobiliaria 5.2. Las figuras del agente comercial y del asesor comercial inmobiliario 5.3. Promoción de inmuebles. Medios y canales 5.4. Diseño de los mensajes publicitarios 5.5. Alquiler con opción a compra 5.6. Comercialización de inmuebles. Venta presencial, por teléfono y por ordenador 5.7. Capacidad de compra o alquiler de los clientes potenciales. Tipos de clientes 5.8. Legislación vigente en materia de protección de datos 5.9. Protección al consumidor en operaciones de compraventa y alquiler de inmuebles 5.10. Política de confidencialidad de los datos de la organización 5.11. Cartera de inmuebles. Clasificación por filtros	1. Elaboración de mensajes publicitarios con la información de los inmuebles que se ofertan. 2. Comparativa de las ventajas e inconvenientes de los distintos soportes de difusión. 3. Gestión de la difusión del material promocional utilizando diversos medios de comunicación. 4. Selección de las fuentes de información disponibles para la captación de potenciales demandantes-clientela de inmuebles en venta o alquiler. 5. Determinación de las necesidades y posibilidades económico financieras de los potenciales demandantes clientela, aplicando los instrumentos de medida previstos por la organización. 6. Registro de los datos del posible cliente o clienta, cumpliendo con los criterios de confidencialidad y con la normativa sobre protección de datos. 7. Realización de estudios comparativos para seleccionar el elemento de nuestra cartera de inmuebles que mejor se ajuste a las expectativas y posibilidades económicas del cliente o clienta.	1. Tomar conciencia de las peculiaridades del sector inmobiliario. 2. Valorar la importancia del conocimiento de la situación económica y posibilidades del consumidor. 3. Razonar sobre la importancia del cumplimiento de la normativa en relación a la protección de datos. 4. Valorar la importancia de la política de privacidad en este tipo de transacciones. 5. Cooperación y aceptación de las funciones atribuidas dentro de un trabajo en equipo, y responsabilidad en la realización de las tareas asignadas dentro de un grupo 6. Iniciativa personal para la comunicación con las y los miembros del equipo

**UT 6 : Desarrollo de actividades relacionadas con el proceso de venta de inmuebles**

Temporalización: 18 sesiones

Resultado de aprendizaje nº 6

**Criterios de evaluación**

- Se han seleccionado los inmuebles más en consonancia con las necesidades y deseos de los potenciales clientes, presentando la información en forma de dossier.
- Se ha informado de forma clara y efectiva a los clientes de las características y precios de los inmuebles previamente seleccionados.

- c) Se han seleccionado los parámetros esenciales en las visitas a los inmuebles que mas se ajustan a los intereses de los potenciales clientes.
- d) Se han transmitido a los posibles clientes del producto inmobiliario las condiciones de la intermediación de la operación.
- e) Se han programado procesos de negociación comercial para alcanzar el cierre de la operación comercial.
- f) Se han cumplimentado hojas de visita, precontratos, contratos y documentación anexa.
- g) Se ha realizado el seguimiento de las operaciones a través de un sistema de comunicación continua capaz de planificar nuevas visitas y de registrar las variaciones en los datos de la oferta.

Contenidos conceptuales	Contenidos procedimentales	Contenidos actitudinales
<p>6.1. Tipos de inmuebles: de precio libre, de protección oficial y en cooperativa</p> <p>6.2. Normativa reguladora de las operaciones inmobiliarias</p> <p>6.3. Presentación, visita y demostración del producto inmobiliario</p> <p>6.4. Función de intermediación. Contrato de comisión</p> <p>6.5. Equipo de colaboradores: arquitectos, abogados y asesores</p> <p>6.6. Documentos de visita y documentos de reserva de compra o alquiler</p> <p>6.7. Escritura pública de la operación. Contenido de la escritura</p> <p>6.8. Gastos de formalización del contrato: notaría, registro y gestoría</p> <p>6.9. Obligaciones fiscales en la compra de inmuebles</p> <p>6.10. Ayudas al alquiler. Ayudas para VPO</p> <p>6.11. Modalidades de financiación. Garantías reales y personales</p>	<p>1. Selección de los inmuebles más en consonancia con las necesidades y deseos de los potenciales clientes y clientas, presentando la información en forma de <i>dossier</i>.</p> <p>2. Información clara y efectiva a la clientela, de las características y precios de los inmuebles previamente seleccionados.</p> <p>3. Selección de los parámetros esenciales en las visitas a los inmuebles que mas se ajustan a los intereses de los potenciales clientes y clientas.</p> <p>4. Transmisión a los posibles clientes y clientas del producto inmobiliario, de las condiciones de la intermediación de la operación.</p> <p>5. Programación de procesos de negociación comercial para alcanzar el cierre de la operación comercial.</p> <p>6. Cumplimentación de las hojas de visita, precontratos, contratos y documentación anexa.</p> <p>7. Realización del seguimiento de las operaciones a través de un sistema de comunicación continua capaz de planificar nuevas visitas y de registrar las variaciones en los datos de la oferta.</p>	<p>1. Tomar conciencia de los tipos de inmuebles.</p> <p>2. Valorar la importancia de la presentación de la visita como parte del proceso de venta</p> <p>3. Razonar sobre la importancia del cumplimiento de la normativa reguladora de las operaciones inmobiliarias</p> <p>4. Tomar conciencia de la importancia de la intermediación.</p> <p>5. Valorar las figuras de los colaboradores</p> <p>6. Participar en la elaboración de documentación en relación al tema.</p> <p>7. Disposición favorable para buscar las informaciones propuestas por el profesorado.</p> <p>8. Cooperación y aceptación de las funciones atribuidas dentro de un trabajo en equipo, y responsabilidad en la realización de las tareas asignadas dentro de un grupo</p> <p>9. Iniciativa personal para la comunicación con las y los miembros del equipo</p>



**Gobierno de Canarias**  
Consejería de Educación,  
Universidades y Sostenibilidad



Iniciativa de Empleo Juvenil



Unión Europea

Fondo Social Europeo  
*"El FSE invierte en tu futuro"*

**UT 7 : Desarrollo de actividades de telemarketing**

Temporalización: 12 sesiones		
Resultado de aprendizaje nº 7		
Criterios de evaluación		
<p>a) Se han identificado los distintos sectores donde se ha desarrollado el telemarketing.</p> <p>b) Se han analizado las diversas funciones que cumple esta herramienta de comunicación comercial en la empresa.</p> <p>c) Se ha analizado el perfil que debe tener un buen teleoperador.</p> <p>d) Se han caracterizado las técnicas de atención personalizada, captación y idealización del cliente a través del telemarketing.</p> <p>e) Se han identificado las distintas etapas del proceso de venta telefónica.</p> <p>f) Se han elaborado guiones para la realización de llamadas de ventas.</p> <p>g) Se han previsto las objeciones que pueden plantear los clientes y la forma de afrontarlas con éxito.</p> <p>h) Se han realizado simulaciones de operaciones de telemarketing en casos de captación, retención o recuperación de clientes.</p>		
Contenidos conceptuales	Contenidos procedimentales	Contenidos actitudinales
<p>7.1. Concepto de telemarketing. Objetivos, características y funciones. CRM</p> <p>7.2. Evolución hasta el BPO (business process outsourcing)</p> <p>7.3. Ventajas y factores de éxito del telemarketing</p> <p>7.4. Sectores económicos que han facilitado el desarrollo del telemarketing</p> <p>7.5. Proceso de la venta telefónica. Identificación del público objetivo</p> <p>7.6. Profesiograma del teleoperador. Tipos de llamadas</p> <p>7.7. Técnicas de atención personalizada. Captación y fidelización de clientes</p> <p>7.8. Pautas para la excelencia en la comunicación telefónica</p> <p>7.9. Tipología de los interlocutores</p> <p>7.10. Aplicaciones del uso del teléfono en operaciones comerciales</p> <p>7.11. Investigación comercial por teléfono</p> <p>7.12. Medición de la excelencia: calidad y eficiencia</p>	<p>1. Identificación de los distintos sectores donde se ha desarrollado el <i>Telemarketing</i>.</p> <p>2. Análisis de las diversas funciones que cumple esta herramienta de comunicación comercial en la empresa.</p> <p>3. Análisis del perfil que debe tener un buen teleoperador o teleoperadora.</p> <p>4. Caracterización de las técnicas de atención personalizada, captación y idealización del cliente o clienta a través del <i>Telemarketing</i>.</p> <p>5. Identificación de las distintas etapas del proceso de venta telefónica.</p> <p>6. Elaboración de guiones para la realización de llamadas de ventas.</p> <p>7. Previsión de las objeciones que pueden plantear los clientes y clientas, y la forma de afrontarlas con éxito.</p> <p>8. Realización de simulaciones de operaciones de <i>Telemarketing</i> en casos de captación, retención o recuperación de clientes y clientas</p>	<p>1. Valorar la importancia de la función de los teleoperadores.</p> <p>2. Actitud positiva sobre la necesidad de aplicar técnicas de venta telefónica.</p> <p>3. Tomar conciencia de la importancia de la profesionalización de la profesión.</p> <p>4. Participar en la elaboración de guiones para la mejora de la venta.</p> <p>5. Disposición favorable para buscar las informaciones propuestas por el profesorado.</p> <p>6. Cooperación y aceptación de las funciones atribuidas dentro de un trabajo en equipo, y responsabilidad en la realización de las tareas asignadas dentro de un grupo</p> <p>7. Iniciativa personal para la comunicación con las y los miembros del equipo</p>

del telemarketing		
-------------------	--	--

#### 4. METODOLOGÍA / ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS

Partiendo de esta idea de ir de lo específico a lo general, la metodología a emplear ha de ser mediante un proceso de **aprendizaje constructivo**, de forma que el alumno/a partiendo del conocimiento de realidades y hechos concretos, llegue al conocimiento global y abstracto de la realidad que lo rodea. De esta manera se pretende fomentar en el alumno un “**aprendizaje significativo**” y funcional, para lo que al alumno/a se le plantearán casos prácticos cercanos a la realidad del entorno laboral en el que se encuentra, además del estudio de contenidos teóricos, todo ello bajo la orientación y explicación del docente.

De esta manera se pretende que el alumno/a asuma el principio de “**aprender a aprender**”, es decir, no se trata sólo de darle los contenidos correspondientes al momento en el que se está cursando el CF, sino enseñar al alumno a acceder a toda la información que en un futuro pueda necesitar, es decir, conseguir una **autoformación continuada** por parte de el alumno/a. Por ello la metodología ha de ser activa, de manera que el alumno sea el protagonista de su aprendizaje.

##### 4.1 LAS ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS

Establecidas en RD 1686/2007 de 14 de Diciembre, por el que se establece el título de dicho ciclo formativo; las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permitirán alcanzar los objetivos del módulo, versarán sobre:

- Las actividades de supervisión de mercancía de elevado precio en el establecimiento comercial.
- El trabajo en un equipo de ventas y la comunicación a superiores jerárquicos sobre nichos de mercados, sugerencias de diversificación hacia nuevos productos y demandas de los clientes.
- La promoción de venta al por menor de productos y servicios tecnológicos.
- Los procesos de venta al por mayor en establecimiento y fuera de establecimiento al cliente particular, comercial o industrial.
- Las operaciones de promoción de inmuebles en venta o alquiler.
- Las actividades de telemarketing dirigidas a la investigación de mercados, promoción, atención al cliente, venta, retención, recuperación y fidelización del cliente.

##### 4.2 ESTRATEGIAS Y TÉCNICAS DOCENTES

En cuanto a la **técnica docente** se desarrollara de la siguiente manera:

-Al principio de cada unidad se realizará una actividad del conocimiento que previamente tienen los alumnos/as de los contenidos a tratar en la Unidad de Trabajo, para ello se realizará una actividad consistente en el **lanzamiento de preguntas** para suscitar la participación de los alumnos/as, y poder conocer sus conocimientos “a priori” para poder desarrollar el proceso de aprendizaje significativo.

-Se expondrá mediante medios audiovisuales un **esquema** en el que se recogerán todos los contenidos a tratar durante la Unidad de una manera secuenciada, en el orden en el que se van a desarrollar en el aula.

-A continuación se procederá a **desarrollar los contenidos**, de los que ya disponen los alumnos/as materializados, con la ayuda del soporte visual a través de presentación de diapositivas digitales para facilitar la comprensión y memorización de los mismos de una manera más visual y esquemática. Además los alumnos/as pueden utilizarlos como complemento a su material de estudio para ayudarles a estudiar y sintetizar el contenido del que disponen, no es un recurso excluyente del material del que disponen sino complementario.  
A partir del desarrollo de los contenidos se comenzarán a utilizar los diversos recursos en el aula que conducirán a la Unidad durante su desarrollo (tratado en el apartado recursos).

-A medida que se van presentando los contenidos se irán planteando **actividades grupales** realizadas entre todos los miembros del aula, potenciando en los alumnos la cooperación y el respeto hacia el resto de alumnos/as y sus opiniones, así como el aprendizaje de trabajo en equipo.

-Las **actividades individuales** serán consideradas como una actividad de evaluación de carácter individual a través de su entrega.

Este sería el esquema principal del desarrollo de las clases, partiendo de ese esquema inicial se procedería al desarrollo de los respectivos conceptos y la realización de las actividades relacionadas con ellos y utilizando los diversos recursos. A partir de aquí se desarrollarán los distintos contenidos en las diversas sesiones.

-Se facilitarán durante las clases direcciones web, artículos de prensa, modelos de contratos y documentos de compra venta de inmuebles, modelos de encuestas, muestras de empaquetado de productos, etc; con la intención de acercar la teoría a la realidad laboral.

## **AGRUPAMIENTOS**

Debido a las especiales condiciones de este año y siguiendo el protocolo del Covid, los agrupamientos se harán según el orden que ocupen los alumnos/as en el aula (por lo que se establecerán unos grupos fijos a principio del curso y se mantendrán durante todo el curso académico). Los alumnos/as no podrán desplazarse por el aula ni cambiar de mesa, y mantener en todo momento la distancia de seguridad con sus compañeros de grupo.

Se prevé, desde el principio, acostumbrar al alumno a trabajar en grupo, pues puede aprender de los compañeros. Se presentan tres tipos de actividades:

- 1) Trabajo con el grupo-clase. Son aquellas en que el profesor explica o dirige un contenido o una actividad y todo el grupo participa
- 2) Trabajo en pequeños grupos. Son aquellas actividades que los alumnos resuelven en grupos de 2 a 4 personas. Es importante no agrupar a los alumnos al azar. Debe ser heterogéneo, para aprender unos de otros. También, debe tenerse en cuenta la personalidad de los alumnos.
- 3) Trabajo individual. Son las actividades que los alumnos deben realizar personalmente y solos.

## **4.3 ACTIVIDADES**



Las actividades a realizar han de ser claras, variadas, con diferentes grados de dificultad para ajustarse a los ritmos de aprendizaje de los alumnos/as, originales dentro de lo posible, y que sean suficientes en número para abarcar los resultados de aprendizaje previstos.

Las actividades que se van a desarrollar en el aula serán muy variadas y se irán adaptando en todo momento a las necesidades educativas de cada uno de los alumnos/as teniendo en cuenta su situación personal, su ritmo de aprendizaje y su ritmo de trabajo. Por lo tanto, **tanto las propias actividades como su temporalización son totalmente flexibles** para adaptarse a las necesidades específicas de cada alumno/a.

#### 4.4 RECURSOS

##### A) Recursos didácticos materiales y audiovisuales

1. Libro (en formato digital) Ediciones Paraninfo.
2. Presentaciones de diapositivas del profesor/a y esquemas empleando programas de ofimática.
3. Documentos: modelos de compraventa, encuestas, escritura de compraventa, etc
4. Legislación vigente (Ley de Protección de Datos Personales, Ley de patentes y marcas, normativa sobre el etiquetado de productos, etc.
6. Uso de Páginas Web (Servicio Público de Empleo Estatal, Servicio Canario de Empleo, webs y comparadores de ventad de inmuebles, etc)
7. Recortes de prensa y revistas especializadas
8. Soportes audiovisuales: películas, cortos, anuncios, etc
9. Referencias bibliográficas

##### B) Recursos didácticos ambientales

1. Aula con el equipamiento siguiente:
  - Equipos audiovisuales: Portátil profesor con conexión a internet y altavoces.
  - Cañón de proyección.
  - Portátiles instalados en red con conexión a internet con el paquete de ofimática Libre Office (uno para cada alumno).
  - Pizarra blanca
2. Biblioteca

## 5. EVALUACIÓN



En el proceso de evaluación se tendrá en cuenta no sólo los contenidos conceptuales, sino también los contenidos procedimentales y actitudinales del alumno/a; además de tener presente en todo momento las características personales del alumno y sus ritmos de aprendizaje y trabajo en el aula.

La evaluación llevada a cabo será una evaluación continua, por lo tanto se exigirá al alumno/a la asistencia regular a las clases y actividades programadas. En el caso de que el alumno/a no asista de manera regular perderá la evaluación continua y tendrá otro método evaluativo.

Teniendo en cuenta que la evaluación continua para esta programación se entiende como la evaluación del módulo de Venta Técnica a través de evaluaciones parciales por cada una de las unidades de trabajo, a través de la media aritmética de las notas de todas las unidades se determina si ha superado el módulo o no en la evaluación final ordinaria.

Los criterios y procedimientos de evaluación tendrán en cuenta la competencia profesional del título, los objetivos del módulo y las características del sector productivo del mismo.

## 5.1 CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Los criterios de evaluación vienen determinados por el Real Decreto 1688/2011, por el que se desarrolla el título de dicho ciclo formativo, para cada uno de los resultados de aprendizaje que se enumeran que el alumno/a debe alcanzar para superar el módulo de Venta Técnica. En esta programación ya se han numerado y recogido anteriormente en el apartado de **CONTENIDOS** donde se detallan los criterios de evaluación que corresponden a cada uno de los resultados de aprendizaje y a su vez a cada uno de los contenidos de la programación personalizada.

## 5.2 INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Estos instrumentos son iguales para cada una de las unidades de trabajo, el esquema es el mismo:

**-Pruebas escritas a nivel individual, prueba objetiva de carácter teórico-práctico,** realizando una por cada unidad de trabajo impartida.

Son pruebas de carácter evaluador en las que los alumnos/as deben demostrar sus conocimientos en las diversas unidades. Constará de una parte tipo test de preguntas cerradas y respuesta única, y (dependiendo de la unidad de trabajo) otra parte que consiste en la realización de un ejercicio práctico de respuesta abierta similar a los efectuados en el aula.

**-Realización de actividades individuales,** que se realizarán **para cada una de las unidades de trabajo que se recogen en la programación,** y que serán solicitados por el/la docente.

**-Realización de trabajos en equipo.** Los integrantes del grupo **serán calificados en conjunto por su trabajo** además de la **valoración individual** a través de la observación realizada en el aula por el docente para determinar la actitud del alumno/a hacia el trabajo en equipo y hacia la propia unidad en él tratada.

\*Excepto los alumnos que no siguen una evaluación continua cuyos instrumentos serán la prueba escrita a nivel individual, realizando una prueba objetiva teórico-práctica en la que se evaluará de manera conjunta todos los contenidos del módulo, y la realización de actividades similares a las realizadas en el aula de carácter individual.

### 5.3 CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Las calificaciones serán numéricas del 1 al 10, siendo necesaria una nota media final mínima de 5 puntos para superar el módulo de Venta Técnica.

La nota final del alumno/a se distribuirá de la siguiente manera:

Contenidos conceptuales	50% de la nota
Contenidos procedimentales	30% de la nota
Contenidos actitudinales	20% de la nota

-**Contenidos conceptuales:** le corresponde un **50 %** de la nota final. Hacemos referencia a las calificaciones obtenidas en las pruebas objetivas escrita de carácter teórico práctico de evaluación. Las calificaciones se expresarán mediante la escala numérica del 1 a 10. Para aprobar es necesario obtener una calificación de 5 puntos sobre 10.

-**Contenidos procedimentales:** le corresponde el **30 %** de la nota final. Se valorarán las actividades realizadas en clase, los supuestos prácticos, las simulaciones, la elaboración de trabajos monográficos e informes, las exposiciones orales, los comentarios de texto y cualquier trabajo solicitado por el profesor.

-**Contenidos actitudinales:** le corresponde el **20 %** de la nota final. En este apartado se valora la asistencia a clase, la puntualidad, la participación, el respeto ante terceros y todo lo que respecte a las actitudes que hayamos observado y anotado.

Para superar el modulo, en la **evaluación final requerirá de al menos un 50% del total**, así como el alumno o la alumna deberá tener una puntuación mayor o igual al 50% tanto en los contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales.

Se calificará de **0 a 10 (siendo necesario un mínimo de puntuación de 5 para promocionar)**.

Cada alumno o alumna tendrá asignado su propio ordenador portátil, siendo dicho soporte el instrumento básico para la entrega de trabajos, con lo que además se propicia la coherencia de respeto medioambiental en la medida en que se evitan impresiones de documentos y se aplica el uso de las TIC's en el aula y el aprendizaje de su uso por parte de los alumnos/as. Su no disposición en tiempo y forma adecuados dará lugar a que la actividad de que se trate sea considerada como no entregada/realizada

\***Los alumnos/as que no sigan la evaluación continua** serán evaluados:

**-Contenidos conceptuales:** Hacemos referencia a las calificaciones obtenidas en las pruebas objetivas escritas de carácter teórico práctico de evaluación, siendo necesario obtener 5 puntos sobre 10 para promocionar. Las respuestas mal contestadas o no contestadas no restarán puntuación.

**-Contenidos procedimentales:** Se valorarán las actividades individuales realizadas que solicite el docente, los supuestos prácticos, la elaboración de trabajos monográficos e informes y cualquier trabajo solicitado por el profesor.

Se calificará de **0 a 10 (siendo necesario un mínimo de puntuación de 5 para promocionar)**.

## 5.4 LAS SESIONES DE EVALUACIÓN

La evaluación se hará en tres momentos: al inicio del curso escolar, durante el curso y al finalizarlo; de ahí a que sea una evaluación continua.

### **-Evaluación inicial:**

Se podrá realizar un cuestionario al inicio del curso para determinar el nivel que en general tiene el alumno (comprensión lectora, vocabulario y expresión escrita) y los conceptos específicos que tiene sobre la materia. No implica calificación.

### **-Evaluación formativa:**

A lo largo de cada unidad se realizará una evaluación según los criterios citados en el apartado anterior. Esta evaluación continua implica llevar un registro personal de cada uno de los alumnos/as y permite identificar cualquier tipo de problema en el proceso enseñanza- aprendizaje que presente el alumno/a y poder aplicar las medidas correctoras a tiempo. De esta manera se podrá controlar el progreso de los alumnos, sus dificultades ante los distintos contenidos, los grados de aprendizaje aprendidos y las actitudes y motivaciones a lo largo del curso.

### **-Evaluación final:**

Sirve para comprobar si los resultados de aprendizaje establecidos se han alcanzado y para ello se utilizarán los criterios de evaluación de cada uno de los resultados de aprendizaje correspondientes. De esta forma se asignará una calificación acorde con el alcance de los resultados obtenidos en relación a los resultados esperados. Se realizará al término del segundo trimestre.

## 5.5 CRITERIOS DE PROMOCIÓN

Para que la evaluación final sea positiva en el módulo será necesario que la media de las notas de todas las evaluaciones **será igual o superior a 5 puntos**.

Los alumnos, al tener una evaluación continua deben asistir regularmente a clase, en el caso de que no asistan a el número de horas lectivas exigidas perderán la evaluación continua.

Aquellos alumnos/as que hayan perdido la evaluación continua deberán presentarse a una prueba final global que abarque todos contenidos del módulo.

## 6. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

La atención a la diversidad figura como uno de los principios y fines de la LOE de 2006 siendo que el Real Decreto 1147/2011 que establece la ordenación de la FP del sistema educativo, en su artículo 3.2 y en la disposición adicional segunda señala la necesidad de garantizar la accesibilidad universal a las enseñanzas de formación profesional.

Así pues se hace necesario que la programación didáctica tenga en cuenta las necesidades individuales que presentan los alumnos que cursan el módulo. Para ello se plantearán actividades de recuperación, refuerzo y ampliación para el alumnado que así lo requiera. En el caso de éste módulo profesional, teniendo en cuenta el carácter eminentemente procedimental de las actividades de enseñanza-aprendizaje-evaluación previstas, será fácilmente posible detectar las necesidades que algunos alumnos presentan así como darles respuesta con prontitud. Por ejemplo se plantea la oportunidad de que alumnos más aventajados en la resolución de tareas sean quienes tutoricen a aquellos que muestran dificultades en el aprendizaje.

- Reconocimiento y refuerzo de lo aprendido para aquellos que ejercen de tutores de alumnos/as con dificultades.
- Mejora de la motivación para aprender por parte de los alumnos/as con dificultades, en tanto que son sus propios compañeros quienes les acompañan en el aprendizaje y les ayudan a superar las dificultades.
- Fomento del trabajo colaborativo que cohesionan al grupo y, en última instancia, favorece el ambiente de aprendizaje.

## 7. EDUCACIÓN EN VALORES

La educación en valores es una parte muy importante dentro de la programación, tratándose de los denominados en la anterior legislación como temas transversales, imprescindibles para el desarrollo del alumno/a de una manera integral.

### - Educación medioambiental:

- Reflexionar sobre el impacto medioambiental causado por el desarrollo tecnológico
- Desarrollar una actitud crítica ante las emisiones de agentes contaminantes por parte de la industria
- Adoptar una actitud responsable de cuidado del medio ambiente

### - Educación para la igualdad de género:

- Desarrollar una actitud crítica ante las actitudes sexistas en todos los ámbitos especialmente en el entorno laboral
- Incentivar conductas de cooperación en las relaciones laborales con personas de distinto sexo, creando un clima de igualdad en el trabajo
- Adoptar actitudes no sexistas para favorecer la igualdad de oportunidades
- Adoptar una actitud crítica frente a actitudes por parte de las empresas en las que se denote una discriminación.

### -Educación para la salud laboral:

- Conociendo la importancia de conocer y promover las medidas de seguridad adecuadas a las condiciones de trabajo

**-Educación para la vida saludable y deportiva:**

- Reconociendo la importancia de una buena alimentación y la realización de ejercicio físico.

**-Educación Vial:**

- Reconociendo su importancia
- Conociendo las diversas señales y situaciones establecidas

**-Educación para el consumo:**

- Identificando la importancia de un consumo responsable

**-Educación para el respeto a la interculturalidad y a la diversidad:**

- Respetando la diversidad en el aula y en el entorno laboral futuro

## FAMILIA PROFESIONAL



**Gobierno de Canarias**  
Consejería de Educación,  
Universidades y Sostenibilidad



Iniciativa de Empleo Juvenil



Unión Europea

Fondo Social Europeo  
*"El FSE invierte en tu futuro"*

DE

COMERCIO Y MARKETING

PROGRAMACIÓN DEL  
2º CICLO FORMATIVO FORMACIÓN  
PROFESIONAL BÁSICA

CENTRO: I.E.S. VIGAN

CURSO: 2020-21

MÓDULO: OPERACIONES AUXILIARES DE ALMACENAJE (OEJ)

## ÍNDICE:

- 1.-INTRODUCCIÓN.
- 2.-OBJETIVOS.
- 3.-CONTENIDOS.
- 4.-METODOLOGÍA.
- 5.-TIPOLOGÍA DE ACTIVIDADES.
- 6.-ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.
- 7.-ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS.
- 8.-PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN.
- 9.-SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN.
- 10.-PÉRDIDA DE EVALUACIÓN CONTINUA.
- 11.-ORGANIZACIÓN DE MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.

## 1. INTRODUCCIÓN.



Esta asignatura se encuentra cofinanciada por el Fondo Social Europeo dentro del Programa Operativo Plurirregional de Empleo, Formación y Educación por medio del Reglamento (UE) nº 1304/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de Diciembre de 2.013, relativo al Fondo Social Europeo, enmarcadas en el eje de Prioritario nº 3, Objetivo temático 10 del Programa Operativo 2014-2020.

La Resolución de 5 de febrero de 2.015 de la Secretaria de Estado de Educación, Formación Profesional y Universidades, publica el Convenio de Colaboración con la Comunidad Autónoma de Canarias, por el que se articula la financiación por parte del Ministerio y la cofinanciación por parte del Fondo Social Europeo de la implantación de la Formación Profesional Básica.

Esta programación didáctica se ha realizado atendiendo a tres aspectos: el marco normativo de referencia, a los objetivos generales de la Formación Profesional Básica y la de su alumnado.

**A)** En cuanto al marco normativo:

Reglamento (UE) nº 1304/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de Diciembre de 2.013, relativo al Fondo Social Europeo, enmarcadas en el eje de Prioritario nº 3, Objetivo temático 10 del Programa Operativo 2014-2020.

La Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa.

La Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de educación, modificada por el apartado cinco del artículo único de la Ley 8/2013, de 9 de diciembre, para la Mejora de la Calidad Educativa, establece que las Administraciones educativas desarrollarán el currículo de los títulos de formación profesional a partir de currículo básico.

El Real Decreto 127/2014, de 28 de febrero, por el que se regulan los aspectos específicos de la Formación Profesional Básica de las enseñanzas de la formación profesional del sistema educativo, se aprueban catorce títulos profesionales básicos, se fijan sus currículos básicos y se modifica el Real Decreto 1850/2009, de 4 de diciembre, sobre expedición de títulos académicos y profesionales correspondientes a las enseñanzas establecidas en la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, ha establecido las condiciones específicas de ordenación de la Formación Profesional

Básica. Asimismo, en su Disposición final tercera establece que el primer curso de los ciclos de Formación Profesional Básica se implantará en el curso escolar 2014-2015.

La Orden ECD/1030/2014, de 11 de junio, por la que se establecen las condiciones de implantación de la FPB y el currículo de catorce ciclos formativos de estas enseñanzas en el ámbito de gestión del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

Los siguientes borradores de la Consejería de Educación, Universidades y Sostenibilidad:

1. Borrador de Decreto, por el que se regula la Formación Profesional Básica de las enseñanzas de formación profesional del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Canarias.
2. Borrador de Orden por la que se regulan los procesos de evaluación de las enseñanzas de Formación Profesional Básica y se establece la distribución modular y horaria de doce títulos de estas enseñanzas en el ámbito de la Comunidad Autónoma Canaria.
3. Borrador Decreto, por el que se establecen los currículos de doce ciclos formativos de la Formación Profesional Básica de las enseñanzas de formación profesional del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Canarias.

**B)** En cuanto a los objetivos generales de la Formación Profesional Básica:

1. Además de los objetivos recogidos en el artículo 40.1 y 40.2 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (LOE), en su nueva redacción dada por la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa (LOMCE), la formación profesional básica deberá contribuir a desarrollar en los alumnos y alumnas las capacidades generales determinadas en el artículo 23 de la LOE para la educación secundaria obligatoria.
2. Los ciclos formativos de formación profesional básica, en relación con las cualificaciones profesionales, contribuirán a desarrollar en los alumnos y alumnas las capacidades que les permitan:
  - a) Incorporarse a la actividad en un campo profesional y facilitar su adaptación a las modificaciones laborales que pueden producirse a lo largo de su vida, a través del aprendizaje permanente.
  - b) Desarrollar las competencias correspondientes a las cualificaciones incluidas en el ciclo asociadas a las cualificaciones profesionales y, en su caso, a las unidades de competencia de nivel 1 del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales.
  - c) Adquirir y reforzar las competencias personales, sociales y profesionales necesarias para el desarrollo de un proyecto de vida satisfactorio y acorde con los valores y la convivencia en una

sociedad democrática, promoviendo el desarrollo de la capacidad crítica ante una sociedad cambiante.

- d) Comprender la organización y características del sector productivo correspondiente, así como los mecanismos de inserción profesional; conocer la legislación laboral y los derechos y obligaciones que se derivan de las relaciones laborales.
- e) Aprender de forma autónoma y trabajar en equipo, así como formarse en la prevención de conflictos y en la resolución pacífica de los mismos en todos los ámbitos de la vida personal, familiar, laboral y social, haciendo especial esfuerzo en la prevención de la violencia de género.
- f) Trabajar en condiciones de seguridad y salud, así como prevenir los posibles riesgos derivados del trabajo.
- g) Desarrollar una identidad profesional motivadora de futuros aprendizajes y adaptaciones a la evolución de los procesos productivos y a los cambios sociales.
- h) Afianzar el espíritu emprendedor para el desempeño de actividades e iniciativas profesionales y fomentar la búsqueda activa de empleo.

3. La formación profesional básica deberá contribuir a la formación de las personas en procesos participativos y democráticos, favoreciendo el desarrollo de la responsabilidad y la toma de decisiones del alumnado.

**D)** En cuanto a las características del Grupo.

Se trata de un grupo de 11 alumnos de entre 17, 18 y 19 años, que proceden del primer curso de este mismo ciclo y de este mismo instituto.

Se trata de un grupo de alumnos procedentes de familias trabajadoras con un número de hermanos entre 1 y 3, y con niveles de renta medio-bajo.

En la evaluación inicial sin nota se ha detectado que se trata de un grupo con un bajo nivel cognitivo en términos generales, pero muy capacitados para superar todos los módulos y con muchas posibilidades, dado que son muy participativos y manifiestan una gran necesidad de superación.

## **2. OBJETIVOS.**

La FPB tiene como objetivo el desarrollo de unas competencias básicas, una competencia general así como unas competencias profesionales, personales, sociales que desarrollamos a continuación.

## **2.1. COMPETENCIA GENERAL.**

La competencia general del título consiste en realizar operaciones auxiliares de comercialización, «merchandising» y almacenaje de productos y mercancías, así como las operaciones de tratamiento de datos relacionadas, siguiendo protocolos establecidos, criterios comerciales y de imagen, operando con la calidad indicada, observando las normas de prevención de riesgos laborales y protección medioambiental correspondientes y comunicándose de forma oral y escrita en lengua castellana, así como en alguna lengua extranjera.

## **2.2. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES.**

Las competencias profesionales, personales, sociales y las competencias para el aprendizaje permanente de este título son las que se relacionan a continuación:

- a) Recepcionar mercancías en almacén registrando las entradas conforme a procedimientos y manejarlas, transportarlas y ubicarlas utilizando carretillas automotoras o manuales y medios de manipulación complementarios.
- b) Realizar recuentos e inventarios periódicos de mercancías y mantener actualizada la información en los puntos de venta realizando inventarios y recuentos periódicos, detectando desabastecimientos e incidencias.
- c) Colocar elementos de animación en puntos de venta y disponer productos en los expositores y lineales, siguiendo instrucciones, aplicando criterios comerciales y respetando la imagen de la empresa.
- d) Aplicar técnicas de empaquetado y presentación atractiva de productos para facilitar su promoción en el punto de venta y transmitir la imagen de la empresa.
- e) Seleccionar mercancías o productos, conforme a órdenes de trabajo y embalar y etiquetar unidades de pedido, utilizando herramientas de control y peso así como medios de etiquetado y embalaje para preservar la conservación y estabilidad del pedido hasta su destino.
- f) Atender al cliente, suministrando información sobre la localización y características de los productos, demostrando interés y preocupación por resolver satisfactoriamente sus necesidades y aplicando, en su caso, técnicas protocolizadas para la resolución de quejas.
- g) Mantener el área de trabajo, su mobiliario, vitrinas y escaparates limpios y en orden a lo largo de su actividad.

- h) Preparar equipos y aplicaciones informáticas para llevar a cabo la grabación, tratamiento e impresión de datos y textos, asegurando su funcionamiento.
- i) Elaborar documentos, utilizando el lenguaje científico y los recursos gráficos y expositivos en función de los contextos de aplicación, asegurando su confidencialidad, y utilizando aplicaciones informáticas.
- j) Realizar tareas básicas de almacenamiento y archivo de información y documentación, tanto en soporte digital como convencional, de acuerdo con los protocolos establecidos.
- k) Resolver problemas predecibles relacionados con su entorno físico, social, personal y productivo, utilizando el razonamiento científico y los elementos proporcionados por las ciencias aplicadas y sociales.
- l) Actuar de forma saludable en distintos contextos cotidianos que favorezcan el desarrollo personal y social, analizando hábitos e influencias positivas para la salud humana.
- m) Valorar actuaciones encaminadas a la conservación del medio ambiente diferenciando las consecuencias de las actividades cotidianas que pueda afectar al equilibrio del mismo.
- n) Obtener y comunicar información destinada al autoaprendizaje y a su uso en distintos contextos de su entorno personal, social o profesional mediante recursos a su alcance y los propios de las tecnologías de la información y de la comunicación.
- ñ) Actuar con respeto y sensibilidad hacia la diversidad cultural, el patrimonio histórico artístico y las manifestaciones culturales y artísticas, apreciando su uso y disfrute como fuente de enriquecimiento personal y social.
- o) Comunicarse con claridad, precisión y fluidez en distintos contextos sociales o profesionales y por distintos medios, canales y soportes a su alcance, utilizando y adecuando recursos lingüísticos orales y escritos propios de la lengua castellana y, en su caso, de la lengua cooficial.
- p) Comunicarse en situaciones habituales tanto laborales como personales y sociales utilizando recursos lingüísticos básicos en lengua extranjera.
- q) Realizar explicaciones sencillas sobre acontecimientos y fenómenos característicos de las sociedades contemporáneas a partir de información histórica y geográfica a su disposición.

- r) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en su actividad laboral, utilizando las ofertas formativas a su alcance y localizando los recursos mediante las tecnologías de la información y la comunicación.
- s) Cumplir las tareas propias de su nivel con autonomía y responsabilidad, empleando criterios de calidad y eficiencia en el trabajo asignado y efectuándolo de forma individual o como miembro de un equipo.
- t) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en su ámbito de trabajo, contribuyendo a la calidad del trabajo realizado.
- u) Asumir y cumplir las medidas de prevención de riesgos y seguridad laboral en la realización de las actividades laborales evitando daños personales, laborales y ambientales.
  
- v) Cumplir las normas de calidad, de accesibilidad universal y diseño para todos que afectan a su actividad profesional.
  
- w) Actuar con espíritu emprendedor, iniciativa personal y responsabilidad en la elección de los procedimientos de su actividad profesional.
- x) 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.

El Título Profesional Básico en servicios comerciales incluye dos cualificaciones profesionales completas y una tercera incompleta. Todas ellas asociadas a las unidades de competencia siguientes:

Cualificaciones profesionales completas:

a) Actividades auxiliares de comercio COM412\_1 (Real Decreto 1179/2008, de 11 de julio):

UC1327\_1: Realizar operaciones auxiliares de reposición, disposición y acondicionamiento de productos en el punto de venta.

UC1326\_1: Preparar pedidos de forma eficaz y eficiente, siguiendo procedimientos establecidos.

UC1328\_1: Manipular y trasladar productos en la superficie comercial y en el reparto de proximidad, utilizando transpalés y carretillas de mano.

UC1329\_1: Proporcionar atención e información operativa, estructurada y protocolarizada al cliente.

b) Actividades auxiliares de almacén COM411\_1 (RD 1179/2008, de 11 de julio), que comprende las siguientes unidades de competencia:

UC1325\_1: Realizar las operaciones auxiliares de recepción, colocación, mantenimiento y expedición de cargas en el almacén de forma integrada en el equipo.

UC1326\_1: Preparar pedidos de forma eficaz y eficiente, siguiendo procedimientos establecidos.

UC0432\_1: Manipular cargas con carretillas elevadoras.

Cualificaciones profesionales incompletas:

Operaciones de grabación y tratamiento de datos y documentos ADG306\_1 (Real Decreto 107/2008, de 1 de febrero) que comprende las siguientes unidades de competencia:

UC0973\_1: Introducir datos y textos en terminales informáticos en condiciones de seguridad, calidad y eficiencia.

UC0974\_1: Realizar operaciones básicas de tratamiento de datos y textos, y confección de documentación.

### **2.3. ENTORNO PROFESIONAL.**

En general, desarrolla sus funciones en establecimientos comerciales: tiendas, supermercados e hipermercados, por cuenta ajena, o propia en el caso del reparto de proximidad, siguiendo las instrucciones recibidas y bajo la supervisión directa de un responsable del establecimiento o reparto comercial.

Se ubica en el sector del comercio y en concreto en el comercio mayorista y minorista, supermercados, grandes superficies comerciales y centros de distribución comercial.

Las ocupaciones y puestos de trabajo relevantes son:

Preparador de pedidos.

Auxiliar de dependiente de comercio.

Reponedor.

Repartidor de proximidad a pie.

Auxiliar de animación del punto de venta.

Auxiliar de venta.

Auxiliar de promoción de ventas.

Empleado/a de reposición.

Operador/a de cobro o Cajero/a.



Carretillero/a de recepción y expedición.

Contador/a de recepción y expedición.

Operario/a de logística.

Auxiliar de información.

### **3. CONTENIDOS.**

#### 1. Recepción de mercancías y gestión de entradas:

- Los medios de transporte.
- Procedimientos de control de descargas.
- Concepto y clasificación de las mercancías.
- Tipos de embalaje.
- Documentos relacionados con la recepción de mercancías.
- Registro de mercancías.

#### 2. Etiquetado y codificación de mercancías:

- Sistemas de codificación.
- Códigos EAN 8, 13, 39, 128.
- Proceso de asignación de códigos.
- Etiquetas: tipos y funciones.
- Herramientas de control del etiquetado.
- El rotulado y las señales en los embalajes.
- Comprobación de la trazabilidad.
- Medidas de prevención de riesgos laborales.

#### 3. Almacenaje de productos y mercancías:

- Tipos de almacenes.



- Zonas del almacén.
- Equipos mecánicos para la manipulación de mercancías.
- Normas de colocación de mercancías.
- Formas de colocación de mercancías.
- Normas de seguridad e higiene que regulan la conservación y mantenimiento de mercancías.
- Seguridad y prevención en las operaciones auxiliares de almacenaje.

#### 4. Operaciones básicas de control de existencias:

- Sistemas de almacenaje.
- Tipos de stocks.
- Rotación de las existencias.
- Sistemas de reposición de las mercancías.
- El inventario: finalidad y tipos.
- Proceso de elaboración de inventarios.
- Utilización de aplicaciones informáticas en las actividades auxiliares de control de existencias.
- Normas básicas de actuación en caso de emergencias.

#### 5. Preparación de pedidos y expedición de mercancías:

- La orden de pedido.
- Recepción y tratamiento de pedidos.
- Documentación técnica de expedición.
- Preparación de la carga.
- Etiquetado y embalaje de expedición.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Recepciona mercancías relacionando sus características con las condiciones de almacenamiento previstas.

#### **4. METODOLOGÍA.**

- Metodología activa, participativa, constructiva y socializadora.
- Se parte de los conocimientos previos, formales o no formales, para construir el conocimiento científico.
- Se toma como eje de cada unidad de trabajo uno o varios contenidos procedimentales, alrededor de los que se tratarán, de forma adecuada, tanto los contenidos conceptuales como los actitudinales.
- Las técnicas de trabajo cooperativo serán de aplicación permanente en el aula.
- La simulación será una herramienta de gran utilidad.
- Las actividades formativas tendrán como objetivo adicional la globalización de los contenidos y su funcionalidad.
- Para cumplir los criterios metodológicos expuestos, que son los propios de la enseñanza técnica y profesional, se desarrolla la siguiente metodología didáctica, basada en el aprendizaje significativo.
- Se parte del análisis de los objetivos y criterios de realización/evaluación que persigue el módulo, para determinar los contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales que desarrollan los citados objetivos.
- Se secuencian los citados contenidos siguiendo la lógica interna de la materia y la didáctica de la formación técnico-profesional.
- Una vez secuenciados, los contenidos se organizan en bloques, y estos, en unidades didácticas.
- En cada una de las unidades didácticas se tienen en cuenta los conocimientos previos y los aprendizajes no formales del alumnado, para desarrollar la teoría, a partir de ellos, mediante actividades de aplicación, refuerzo y profundización, con el fin de lograr el «saber hacer» del alumnado.
- Se utilizan mapas conceptuales y esquemas para una mejor comprensión de los contenidos.
- Se plantean actividades resueltas que cumplen varias funciones:
- Ejemplificación.

- Modelo de aplicación práctica de contenidos.
- Profundización en determinados contenidos.
- Todas las actividades propuestas se pueden resolver exclusivamente con los contenidos presentes en el libro texto o apuntes facilitados.
- Las actividades se secuencian, según su grado de dificultad, de menos a más.
- Todas las actividades están relacionadas con el propósito de desarrollar de forma lógica el gran procedimiento que es la gestión administrativa del comercio internacional.

## **5. TIPOLOGÍA DE LAS ACTIVIDADES.**

En cada una de las unidades de trabajo se aplicarán sucesivamente actividades de:

Comprensión, relación, análisis, síntesis y aplicación.

Puesto que el objetivo es facilitar el aprendizaje de los alumnos para alcanzar las capacidades, en la programación de cada módulo se han programado actividades que sirvan para transmitir competencia, ya que esas son las capacidades que pretende alcanzar la nueva formación profesional.

Las actividades de formación deben relacionarse con situaciones de trabajo, y tener en cuenta las actuales tendencias de cambio en las competencias profesionales.

## **6. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.**

- Como consecuencia de la heterogeneidad de las aulas y de la naturaleza individual del proceso de enseñanza-aprendizaje se hace necesario establecer una serie de pautas por parte del profesorado, aparte del apoyo del personal especializado cuando se requiera, que ofrezcan al alumno la posibilidad de alcanzar los objetivos marcados para el módulo a un ritmo acorde a sus aptitudes.
- Podemos distinguir como alumnos con necesidad específica de apoyo educativo a los siguientes:
  - **Alumnos con necesidades educativas especiales:**
  - **Alumnos con trastornos graves de conducta:**
    - Se insistirá básicamente en reforzar los contenidos mínimos mediante actividades de refuerzo pedagógico, como por ejemplo:

- Modificar la ubicación en clase.
- Repetición individualizada de algunas explicaciones.
- Propuesta de actividades complementarias que sirvan de apoyo.
- Potenciar la participación en clase.
- Propuesta de interrogantes para potenciar la curiosidad y, con ello, el aprendizaje.

▪ **Alumnos con discapacidad física:**

- Se debería estudiar el tipo de equipos, herramientas y dispositivos (periféricos) que precisa cada alumno y hacer la pertinente consulta y solicitud a las autoridades o asociaciones dedicadas a tal fin.

• **Alumnos con altas capacidades intelectuales:**

- Se procurará sustituir las actividades que cubran los conocimientos ya adquiridos por otras que requieran un planteamiento más laborioso y que permita desarrollar su capacidad de investigación y razonamiento (actividades de proacción).

• **Alumnos con integración tardía al sistema educativo español:**

▪ **Alumnos con graves carencias lingüísticas:**

- Se puede suministrar el programa, en la medida que sea posible, en su idioma. Si no es viable y la comunicación es prácticamente nula, se podría optar por derivarlo a un aula de inmersión lingüística para adquirir los conceptos mínimos idiomáticos.

▪ **Alumnos con carencia de base:**

- Si el alumno carece de cierta base en otras asignaturas que le impiden avanzar en el módulo, se proporcionarán programas autodidactas que faciliten un aprendizaje de base para continuar sus estudios y se reforzarán los contenidos mínimos de la misma forma que para alumnos con necesidades educativas especiales.

## 7. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS.

Por la particularidad del grupo se aconseja la participación en el mayor número de actos posibles, de tal manera, que los conocimientos teóricos tengan un reflejo en la vida real. Se propondrán las salidas oportunas, para ver en un entorno real, los principios teóricos aprendidos en el aula.

Visitas a empresas de la zona relacionadas con el comercio, transporte y atención al cliente.

Si el alumnado no asiste a las actividades complementarias y extraescolares que se programen, deberá realizar el trabajo o actividad que se le proponga, y que será evaluada de la misma forma que las pruebas objetivas.

## 8. PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN.

- Actitud de respeto y valoración de los compañeros y los profesores.
- Asistencia a clase.
- Eficiencia, orden y limpieza en la realización de actividades prácticas.
- Valoración de sus propios aprendizajes.
- Nivel de participación y colaboración.
- Comprensión de los contenidos conceptuales.
- Capacidad para desarrollar los contenidos procedimentales.
- Constancia en el trabajo individual y en equipo.
- Facilidad para aplicar los contenidos a situaciones reales.
- Iniciativa para tomar decisiones.
- Desarrollo de la capacidad de análisis y el sentido crítico.

Instrumentos:

- Observación plasmada en dietarios, anecdotarios, etc.
- Actividades realizadas en el aula.
- Cuestionarios.
- Pruebas objetivas. (En el caso de no asistir a clase con la regularidad oportuna, mediante continuas faltas injustificadas).
- Pruebas de comprensión de cada bloque.

Para poder llevar a cabo lo anteriormente expuesto, se tendrán en cuenta los siguientes puntos:

- Las actividades y trabajos, individuales o en grupos. Para evaluarlos se tendrán en cuenta aspectos tales como: calidad de los trabajos, claridad de las exposiciones, interés y participación en la actividad desarrollada.
- Resolución de ejercicios y cuestionarios, tanto escritos como orales, con el fin de conocer y evaluar el grado de comprensión adquirido y poner de manifiesto las deficiencias o errores en la comprensión de los conceptos y procesos realizados.

Coincidiendo con las evaluaciones trimestrales programadas por el Instituto se realizarán pruebas prácticas que permitan evaluar el alcance de los objetivos del módulo.

### **Criterios de evaluación:**

#### **1. Recepciona mercancías relacionando sus características con las condiciones de almacenamiento previstas.**

- a) Se han relacionado etiquetas, embalajes y medios de transporte con la tipología de productos y destinos, para su correcta manipulación.
- b) Se han identificado distintos tipos de cargas y mercancías en función de sus características específicas de manipulación.
- c) Se ha verificado la correspondencia entre las mercancías recibidas y sus etiquetas y/o el contenido del albarán.
- d) Se han identificado los distintos tipos de documentos relacionados con la recepción: pedido, albarán, etiquetas, cartas de porte, acta e informe de recepción.
- e) Se han reconocido las discrepancias y anomalías más frecuentes de las cargas.
- f) Se ha extraído una muestra de una carga para su inspección.
- g) Se han clasificado mercancías conforme a sus características y condiciones de conservación.
- h) Se han descrito los procesos de desconsolidación y desembalaje de cargas manualmente o utilizando las herramientas adecuadas.
- i) Se han utilizado hojas de cálculo para cumplimentar fichas de almacén.
- j) Se ha elaborado un informe con el resultado de la recepción, utilizando aplicaciones informáticas.
- k) Se ha empleado tiempo y esfuerzo en ampliar conocimientos e información complementaria.

#### **2. Etiqueta mercancías mediante aplicaciones informáticas específicas valorando el control de la trazabilidad que posibilita su registro y codificación.**

### **Criterios de evaluación:**

- a) Se han identificado diferentes sistemas de codificación de mercancías.
- b) Se han descrito los contenidos y significados de los códigos.
- c) Se ha consultado un índice de códigos en una base de datos de almacén.
- d) Se han etiquetado mercancías con el código de forma visible.
- e) Se han indicado condiciones de manipulación y conservación de los productos.
- f) Se ha descrito la trazabilidad de las mercancías a partir de la etiqueta y documentos de control.



- g) Se ha realizado el alta en el registro de "stocks" utilizando aplicaciones informáticas.
- h) Se han respetado y aplicado las medidas de prevención y seguridad de riesgos laborales en el almacén.

### **3. Almacena productos y mercancías justificando su ubicación y condiciones de almacenamiento en función del espacio disponible.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han clasificado distintos tipos de almacenes.
- b) Se ha identificado la ubicación física de las distintas zonas del almacén.
- c) Se han descrito sistemas básicos y reglas generales de ubicación de mercancías en el almacén para optimizar el espacio disponible.
- d) Se han interpretado órdenes de movimiento de mercancías y productos para optimizar el espacio de almacenaje o proceder a su expedición o suministro.
- e) Se ha descrito el funcionamiento de carretillas automotoras para la manipulación de cargas.
- f) Se han colocado cargas o mercancías en el lugar indicado en la orden de trabajo, teniendo en cuenta las características de las mismas y sus condiciones de manipulación.
- g) Se han utilizado medios informáticos para transmitir, con precisión, la información de los movimientos que se realizan de cargas y mercancías.
- h) Se han aplicado y respetado las medidas de seguridad y prevención de riesgos en el almacén.
- i) Se ha mantenido el almacén limpio y ordenado.

### **4. Colabora en la elaboración de inventarios de mercancías, realizando operaciones básicas de control de existencias mediante herramientas informáticas de control de almacenes.**

Criterios de evaluación:

- a) Se ha descrito la documentación técnica relacionada con el almacén.
- b) Se ha relacionado el almacenaje mínimo con el tiempo de aprovisionamiento de proveedores y la demanda.
- c) Se han identificado los tipos de almacenajes así como de inventarios y sus variables.
- d) Se ha realizado inventario de productos existentes en un almacén, elaborando partes de incidencia si fuese necesario y comunicando necesidades de reaprovisionamiento y roturas de "stock".
- e) Se han señalado los mecanismos que se emplean para asegurar la renovación de almacenajes y el mantenimiento del "stock" mínimo.

- f) Se ha identificado el sistema óptimo de reposición de “stocks” en función del tipo de almacén.
- g) Se han utilizado aplicaciones informáticas específicas de control de almacenes.
- h) Se ha elaborado la información asociada al control del almacén, de manera ordenada, estructurada, clara y precisa, utilizando procesadores de texto y hojas de cálculo.
- i) Se ha valorado la relevancia del control de almacén en la distribución comercial y en el proceso productivo.

**5. Prepara pedidos para su expedición relacionando las características, condiciones de manipulación y conservación de mercancías y productos con órdenes de trabajo y documentos de expedición.** Criterios de evaluación:

- a) Se ha interpretado la normativa que regula el embalaje y el etiquetado de las mercancías o productos.
- b) Se han relacionado las características de los distintos tipos de embalaje con las características físicas y técnicas de los productos y mercancías, sus condiciones de manipulación y transporte.
- c) Se han descrito, a partir de la orden de pedido, las mercancías a expedir.
- d) Se ha verificado, a partir de las fichas de almacén, que existe mercancía suficiente para cubrir el pedido.
- e) Se han descrito los movimientos a realizar en el almacén hasta ubicar la mercancía en la zona de expedición y los equipos adecuados de manipulación.
- f) Se han utilizado aplicaciones informáticas para cumplimentar notas de entrega.
- g) Se han registrado salidas de mercancías en fichas de almacén y documentación técnica.
- h) Se han creado etiquetas y se ha determinado el lugar que deben ocupar en el embalaje, así como las señales de protección de la mercancía.
- i) Se han interpretado órdenes de carga, identificando el lugar de colocación de la mercancía en el medio de transporte en función de sus características físicas y su destino.
- j) Se ha demostrado responsabilidad ante errores.

Para la evaluación se tendrá en cuenta las actividades desarrolladas por el alumno durante el trimestre, previamente valoradas por el profesor y una prueba objetiva del contenido de cada unidad, si dicha prueba consistiera en una parte práctica y otra teórica, el alumno deberá aprobar cada una de ellas, teniendo que repetir en caso de suspenso. Así mismo:

- Por cada falta de asistencia sin justificar del alumno se le restará 0,10 hasta un máximo de 0,5 puntos por evaluación.

- Por falta de trabajo en el aula y por impuntualidad 0,10 (debidamente justificado mediante actividades solicitadas dicho día), hasta un máximo de 1,5 puntos por trimestre.
- Por mal comportamiento durante el desarrollo de las clases consistentes en interrupciones reiteradas, humillaciones, peleas, agresividad en general con los compañeros/as, faltas de respeto, etc. 0,25 hasta un máximo de 1 punto por trimestre (estos comportamientos serán comunicados a Jefatura y a los padres o tutores del alumno, quedando constancia por escrito de los mismos, y justificando de esta forma la minoración de las notas)

Para recuperar las diferentes unidades del módulo se realizarán, en el siguiente trimestre, controles y actividades a los que se aplicarán el procedimiento de evaluación establecido. La nota obtenida en los mismos no será superior a cinco.

Si después de realizar dichas recuperaciones siguen quedando pendientes algunos contenidos se realizarán otras recuperaciones en el mes de junio. Para considerar el módulo aprobado el alumno deberá tener superadas las tres evaluaciones que se realizan durante el curso.

#### **A) TIPO DE EVALUACIÓN.**

La evaluación será continua e integradora en cuanto que estará inmersa en el proceso de enseñanza- aprendizaje del alumnado. La aplicación del proceso de evaluación continua a los alumnos requiere la asistencia regular a las clases y actividades programadas para el módulo profesional.

#### **B) CRITERIOS DE EVALUACIÓN.**

Los criterios de evaluación son los expuestos para cada unidad didáctica.

#### **CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.**

La calificación del Módulo Profesional será la siguiente:

##### **CONCEPTOS. Pruebas objetivas: 50 %**

Se refiere a las pruebas de conocimientos que se realizan a lo largo de la evaluación. La nota máxima será de 5 puntos y para aprobar se necesita obtener en este apartado como mínimo 2,5 puntos.

##### **PROCEDIMIENTOS. Actividades de enseñanza aprendizaje: 30 %**

La calificación determinada para las actividades se repartirá de la siguiente forma:

Los 3 puntos destinados a procedimientos se dividirán proporcionalmente entre el número total de anotaciones de la evaluación obteniendo así la puntuación de cada anotación. La nota del alumno en este apartado se calcula multiplicando la puntuación de cada anotación por el número de anotaciones que tenga el alumno en dicho período. Para aprobar se necesita obtener en este apartado como mínimo 1,5 punto.

## **ACTITUDES. Comportamiento y actitud: 20 %**

En este apartado se valorará la asistencia a clase y la actitud. En definitiva, los 2 puntos se dividen entre el número total de clases de la evaluación para obtener la puntuación de una clase. La nota en este apartado viene determinada multiplicando el número de asistencias del alumno por la puntuación de una clase. Para aprobar se necesita obtener en este apartado como mínimo 1 punto.

Para llevar a cabo la evaluación de la manera más completa posible, se utilizarán los siguientes instrumentos de evaluación:

- Observación directa de las actitudes.
- Cuaderno del alumno.
- Actividades y prácticas.
- Pruebas escritas, de doble naturaleza (cuestionario y ejercicios) siempre que sea posible.

## **C) NATURALEZA DEL INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN.**

Para llevar a cabo la evaluación de la manera más completa posible, se utilizarán los siguientes instrumentos de evaluación:

- Observación directa de las actitudes.
- La asistencia a clase es fundamental.
- Asistir con el material necesario solicitado por el docente.
- Cuaderno del alumno: Orden, limpieza y cumplimiento de tareas.
- Realización de las tareas marcadas y de los esquemas solicitados.
- Pruebas escritas, de doble naturaleza (cuestionario y ejercicios) siempre que sea posible.

## **D) CRITERIOS DE CORRECCIÓN.**

Son implícitos al instrumento de evaluación. Salvo en las pruebas escritas, donde necesariamente se detallarán los criterios de corrección, se intentará dar a conocer a priori el criterio de corrección establecido para cada instrumento de evaluación antes de ponerlo en práctica.

## 9. SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN.

EVALUACIÓN	UNIDADES DIDÁCTICAS	HORAS
1ª EVALUACIÓN	Título I: Recepción de Mercancías y gestión de entradas.	32
	1.1. Conceptos básicos de Logística: Servicio al cliente, Almacenaje, Posventa, Trazabilidad. Aprovisionamiento y Producción. 1.2. Logística Inversa y cadena de logística. 1.3. Cadena logística y la cadena de suministro. 1.4. Medios de Transporte 1.5. Procedimientos de control de descargas. 1.6. Concepto y clasificación de las mercancías 1.7. Tipos de envases y embalajes. 1.8. Actividades básicas en la recepción de la mercancía. 1.9. Documentos relacionados con la recepción de mercancías. 1.10. Registro y verificación de la mercancía.	
	Unidad 2. Etiquetado y codificación de mercancías.	28
	2.1. Sistema de codificación. 2.2. Códigos EAN13, 8, 39, 128. 2.3. Proceso de asignación de códigos. 2.4. Etiquetas: tipos y funciones. 2.5. Herramientas de control del etiquetado. 2.6. Rotulado y señales de los embalajes. 2.7. Comprobación de la trazabilidad. 2.8. Medidas de prevención de riesgos laborales.	
	<b>HORAS TRIMESTRALES</b>	<b>60</b>
2ª EVALUACIÓN	Unidad 3: Almacenaje de productos y mercancías.	32
	3.1. Tipos de almacenes. 3.2. Diseño y zonas del almacén. 3.3. Equipos mecánicos para la manipulación de mercancías. 3.4. Normas de colocación de las mercancías. 3.5. Formas de colocación de las mercancías. 3.6. Normas de seguridad e higiene que regulan la conservación y el mantenimiento de mercancías. 3.7. Seguridad y prevención en las operaciones auxiliares de almacenaje.	
	Unidad 4. Operaciones básicas de control de existencias.	30

	4.1. Sistemas de almacenaje. 4.2. Tipos de stocks 4.3. Rotación de las existencias. 4.4. Costes y gestión de stocks. 4.5. Sistemas de reposición de las mercancías. 4.6. Inventario: Finalidad y tipos. 4.7. Proceso de elaboración de los inventarios. 4.8. Utilización de aplicaciones informáticas en las actividades auxiliares de control de existencias. 4.9. Normas básicas de actuación en caso de emergencia.	
	HORAS TRIMESTRALES	62
	Unidad 5: Preparación de pedidos y expedición de mercancías	18
3ª EVALUACIÓN	5.1. Orden de pedido. 5.2. Recepción y tratamiento de pedidos (zona de picking). 5.3. Documentación técnica de expedición. 5.4. Preparación de la carga. 5.5. Etiquetado y embalaje de expedición. 5.6. Señalización y rotulado del pedido.	
	HORAS TRIMESTRALES	18
<b>HORAS TOTALES</b>		<b>140</b>

## 10. PÉRDIDA DE EVALUACIÓN CONTINUA.

Aquellos alumnos que por acumulación de faltas de asistencia pierdan el derecho a la evaluación continua (según el procedimiento regulado en el Reglamento de régimen Interno del Centro) serán evaluados y calificados a final de curso a través de una prueba objetiva en la que deberán demostrar que han alcanzado las capacidades terminales del módulo, además de presentar todos los trabajos propuestos por el profesor.

Con la suficiente antelación el Departamento planificará las fechas de exámenes para aquellos alumno/as que hayan perdido el derecho a la evaluación continua comunicándolo a Jefatura de Estudios y al/los alumno/s afectados personalmente. Con una semana de antelación a la fecha del examen el/los alumno/s deberá/n entregar todos los trabajos pendientes, en su caso, siendo este un requisito indispensable para poder presentarse al examen.

Aquellos alumnos que no aprueben el módulo en la convocatoria ordinaria de Junio deberán examinarse de todos los contenidos del módulo en convocatoria extraordinaria.

## 11. ORGANIZACIÓN DE MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.

En términos generales los materiales a utilizar serán los siguientes:

- El equipamiento normal de una de las aulas asignadas al programa.
- Se seguirá el libro de “Operaciones Auxiliares de almacenaje” de Amelia de Diego Morillo – Ed. Paraninfo.
- Revistas especializados sobre los diferentes temas a que hace referencia el módulo.
- Los textos legales a que se hace referencia en el desarrollo del módulo.
- Equipos informáticos conectados a Internet.
- Aplicaciones informáticas de propósito general.
- Fotocopias.
- Pizarra.
- Material de oficina (escritura, archivo, reproducción de documentos, etc.).
- Publicaciones periódicas de contenido general y de contenido especializado.



**FAMILIA PROFESIONAL**

**DE**

**COMERCIO Y MARKETING**

**PROGRAMACIÓN DEL**

**CICLO FORMATIVO DE GRADO MEDIO**  
**EN ACTIVIDADES COMERCIALES**

**CENTRO: I.E.S. VIGAN**

**CURSO: 2020-21**

**MÓDULO: TÉCNICAS DE ALMACÉN (CSN)**

## ÍNDICE

1. Datos identificativos del módulo.
2. Presentación.
3. Contextualización.
4. Objetivos generales.
5. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación..
6. Contenidos y secuenciación de las unidades didácticas.
7. Metodología.
8. Atención a la diversidad.
9. Evaluación.
10. Espacios, materiales, recursos didácticos y bibliográficos.
11. Actividades.
12. Métodos extraordinarios de evaluación.

## 1. Datos identificativos del módulo

El título de Técnico en Actividades Comerciales queda identificado por los siguientes elementos:

Denominación: Actividades Comerciales.

Nivel: Formación Profesional de Grado Medio.

Duración: 2.000 horas.

Familia Profesional: Comercio y Marketing.

Referente en la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación:  
CINE-3

Los datos correspondientes al módulo profesional de **Técnicas de almacén** son tal como sigue:

Nombre: **Técnicas de almacén**

Código: 1228

Profesorado: Comercio y Marketing

Profesor Técnico de Formación Profesional: Procesos  
Comerciales

Formación Profesional de Grado Medio. Familia Profesional: Comercio y Marketing

Duración 13 horas en dos trimestres

La normativa que regula el título de Técnico en Actividades Comerciales son:

El título de **"Técnico en Actividades comerciales"** y sus enseñanzas mínimas se regula por el *Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre*, de conformidad con el *RD 1147/2011, de 29 de julio*, que establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, tomando como base el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, las directrices fijadas por la Unión Europea y otros aspectos de interés social. Con la entrada en vigor de la Orden ECD/73/2013, de 23 de enero, se establece definitivamente el currículo y se implantan las enseñanzas amparadas por la LOE (Ley Orgánica de Educación 2/2006).

## Presentación

El Módulo de Técnicas de almacén pretende, de forma sencilla, proporcionar al alumno conocimientos básicos para la adquisición de herramientas y habilidades necesarias para la gestión y coordinación de las diferentes operaciones del almacén optimizando los recursos disponibles.

Esta función de gestionar y coordinar la operativa del almacén incluye aspectos como:

- La determinación de necesidades de recursos humanos y técnicos.
- La selección de equipos, medios y herramientas de almacén.
- Realizar planos de distribución interna de mercancías según métodos y técnicas de almacenamiento.
- El cálculo de coeficientes de utilización e índices de capacidad.
- Realizar y seguir protocolos de almacenaje.
- Realizar presupuestos de almacenaje de mercancías.
- Llevar a cabo la programación de mantenimiento del almacén.
- Relación con el equipo de trabajo.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- *El almacenamiento y distribución de mercancías en empresas logísticas y en empresas comerciales, tanto mayoristas como minoristas.*

## Contextualización

La evolución que se ha producido en el comercio en España en las últimas décadas del siglo XX y en la primera del siglo XXI ha provocado una progresiva modernización y especialización de los almacenes.

Se requiere, por tanto, que el sector del comercio cuente con profesionales con formación para organizar las operaciones que se desempeñan en un almacén garantizando la conservación de las mercancías mediante la optimización de los medios humanos, materiales y de espacio, de acuerdo con los procedimientos establecidos.

Debido a la complejidad de cada uno de los campos de conocimiento que engloba el módulo es necesario planificar la programación de Técnicas de Almacén de forma extensa. Con ella se pretende aparte de los fines formulados en forma de objetivos de conocimientos específicos de cada unidad de trabajo, el fomentar la comprensión y el

conocimiento de la organización y control de las operaciones relacionadas con el almacenaje de productos. Se pretende también que a través del estudio de ejemplos tomados de casos reales se fomente el autoaprendizaje y se promueva el principio de autonomía profesional.

## Objetivos generales

La formación del módulo contribuye a alcanzar los siguientes **objetivos generales** del ciclo formativo:

- Reconocer las tareas de recepción, ubicación y expedición de mercancías en el almacén, asignando medios materiales y humanos, controlando los stocks de mercancías y aplicando la normativa vigente en materia de seguridad e higiene, para organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- Analizar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional, relacionándolos con las causas que los producen, a fin de fundamentar las medidas preventivas que se van a adoptar, y aplicar los protocolos correspondientes para evitar daños en uno mismo, en las demás personas, en el entorno y en el medio ambiente.
- Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al "diseño para todos".

- 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.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las **competencias profesionales, personales y sociales** de este título que se relacionan a continuación:

- 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.
- 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.
- Resolver de forma responsable las incidencias relativas a su actividad, identificando las causas que las provocan, dentro del ámbito de su competencia y autonomía.
- Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.
- 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.
- 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.

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

- Realizar tareas diarias de las operaciones y flujos de mercancías del almacén.
- Recepcionar la mercancía, inspeccionarla y colocarla en el espacio destinado en el almacén.
- Preparar los pedidos de mercancías realizando las actividades complementarias necesarias.
- Realizar la gestión de las mercancías almacenadas.

- Utilizar el sistema de gestión del almacén implantado por la empresa para la gestión diaria de las operaciones y flujos del almacén.
- Conocer y cumplir las normas de seguridad e higiene en las tareas diarias del almacén.

### Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

El presente módulo profesional "Técnicas de Almacén" está asociado a los siguientes resultados de aprendizaje y criterios de evaluación establecidos en el RD 1688/2011 para el módulo de Técnicas de Almacén

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
1. Planifica las tareas diarias necesarias para realizar las operaciones y flujos de mercancías del almacén, optimizando los recursos disponibles.	<p>a) Se ha organizado la información de las operaciones y flujos previstos en el almacén durante un determinado periodo de tiempo.</p> <p>b) Se han asignado las tareas diarias del almacén al personal, de acuerdo con los tiempos asignados a cada actividad.</p> <p>c) Se han transmitido correctamente las órdenes y/o instrucciones de trabajo al personal correspondiente.</p> <p>d) Se han registrado las entradas y salidas de mercancías previstas del almacén en el sistema de gestión de <i>stocks</i>.</p> <p>e) Se ha realizado el control diario del <i>stock</i> del almacén, garantizando las necesidades de clientas y clientes, internos o externos.</p> <p>f) Se han utilizado medios de comunicación y transmisión electrónicos (EDI) para la coordinación y seguimiento de mercancías en el almacén.</p>

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
2. Aplica técnicas de recepción y disposición de mercancías en el almacén, controlando los tiempos de manipulación y las condiciones de almacenamiento en función de las características de la mercancía.	<p>a) Se ha organizado la descarga de las mercancías de los vehículos, asignándole el muelle correspondiente del almacén.</p> <p>b) Se ha verificado la correspondencia entre la mercancía descargada y la documentación que la acompaña.</p> <p>c) Se han investigado las causas por las cuales se ha devuelto mercancía al almacén.</p> <p>d) Se han identificado las instrucciones de descarga y manipulación que contienen las fichas de cada mercancía, de forma que se asegure su integridad y trazabilidad.</p> <p>e) Se han calculado los tiempos de manipulación de las mercancías, optimizando las operaciones, y cumpliendo con la normativa de seguridad y prevención de riesgos laborales.</p> <p>f) Se ha organizado la desconsolidación de la carga y el desembale de las mercancías.</p> <p>g) Se ha asignado la ubicación adecuada a la mercancía recepcionada, teniendo en cuenta sus características de caducidad y rotación, entre otras.</p>



RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
3. Determina las condiciones de preparación de pedidos y la expedición de las mercancías del almacén, optimizando tiempos y recursos de acuerdo con la normativa vigente en materia de manipulación y transporte.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Se han transmitido las instrucciones de preparación de pedidos por el sistema de gestión implantado.</li> <li>b) Se ha optimizado la colocación de mercancías en las unidades de carga, minimizando huecos y asegurando la estiba de las mismas.</li> <li>c) Se ha determinado el método de preparación de pedidos y/o embalaje más adecuado a las características de la mercancía y del almacén.</li> <li>d) Se ha diseñado el sistema de abastecimiento de mercancías a la zona de preparación de pedidos, optimizando las operaciones necesarias.</li> <li>e) Se ha realizado la señalización, rotulación, codificación y etiquetado, entre otras tareas, de las mercancías que van a ser expedidas.</li> <li>f) Se ha confeccionado la documentación que acompaña a la mercancía expedida.</li> <li>g) Se han considerado las condiciones del seguro más favorables para la empresa, en el transporte de la mercancía expedida.</li> <li>h) Se ha elegido el medio transporte más adecuado para la mercancía expedida</li> </ul>

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
4. Aplica técnicas de gestión de <i>stocks</i> de mercancías en el almacén, analizando parámetros de control y realizando inventarios.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Se han calculado los parámetros de gestión y control de inventarios utilizados habitualmente en el almacén.</li> <li>b) Se han establecido criterios de cuantificación de las variables que detecten las desviaciones y roturas de <i>stock</i>.</li> <li>c) Se han establecido sistemas de control de inventarios realizados por medios convencionales o informáticos.</li> <li>d) Se han establecido normas o protocolos de funcionamiento de almacén que regularicen las diferencias encontradas, en su caso, en la realización de inventarios.</li> <li>e) Se han identificado las causas por las que pueden existir descuadres entre el <i>stock</i> físico y el contable.</li> <li>f) Se han propuesto medidas que corrijan los descuadres de almacén, transmitiendo las incidencias de acuerdo con las especificaciones establecidas</li> </ul>

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
5. Programa las actividades diarias del personal del almacén, garantizando el desarrollo efectivo y eficaz de las actividades del almacén.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Se ha determinado el número de trabajadores asignado a cada operación de almacén en función de las órdenes y especificaciones recibidas.</li> <li>b) Se han asignado trabajadores a cada tarea del almacén, respetando la normativa laboral, y de seguridad y prevención de riesgos laborales.</li> <li>c) Se han establecido sistemas de comunicación de las instrucciones de las órdenes y actividades diarias que tiene que realizar el personal del almacén.</li> <li>d) Se han establecido métodos de control de desarrollo de órdenes y actividades del personal de almacén, de acuerdo con los sistemas de calidad implantados por la organización.</li> <li>e) Se han establecido cronogramas para realizar las operaciones</li> </ul>

	<p>habituales del almacén que mejoren la productividad.</p> <p>f) Se han caracterizado las necesidades de información y formación del personal del almacén.</p> <p>g) Se han incorporado técnicas de comunicación que promuevan en el personal de almacén su integración y trabajo en equipo.</p>
--	---

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>6. Maneja aplicaciones informáticas de gestión y organización de almacenes que mejoren el sistema de calidad.</p>	<p>a) Se han determinado las principales tareas del almacén que pueden ser gestionadas de forma eficiente mediante aplicaciones informáticas.</p> <p>b) Se han determinado cuáles son las aplicaciones informáticas existentes en el mercado que pueden gestionar las tareas del almacén.</p> <p>c) Se han utilizado aplicaciones informáticas adecuadas para realizar la gestión comercial del almacén.</p> <p>d) Se han utilizado simuladores adecuados para la optimización de cargas, paletización, embalajes y medios de transporte.</p> <p>e) Se han determinado soluciones logísticas para la automatización y la eficiencia de las tareas del almacén.</p> <p>f) Se han utilizado aplicaciones informáticas para la mejora continua del sistema de calidad de la empresa.</p>

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>7. Aplica la normativa de seguridad e higiene en las operaciones de almacén mediante procedimientos de previsión de accidentes laborales.</p>	<p>a) Se han determinado las incidencias y accidentes más comunes en el trabajo diario dentro de un almacén.</p> <p>b) Se ha determinado la normativa aplicable en materia de seguridad, higiene y prevención de riesgos laborales en las actividades propias del almacenamiento de mercancías.</p> <p>c) Se han caracterizado las medidas que hay que adoptar en caso de accidente producido en la manipulación de la mercancía dentro del almacén.</p> <p>d) Se ha establecido el procedimiento que se debe seguir en el caso de accidentes en el almacén.</p> <p>e) Se han descrito las cargas físicas y mentales que se producen en las actividades del almacén.</p> <p>f) Se han descrito las medidas de seguridad que hay que adoptar y los medios de protección necesarios en caso de incendios menores en el almacén.</p>

## Contenidos, secuenciación y temporalización de las unidades didácticas

Este módulo tiene asignadas 126 horas, a impartir en dos trimestres. Los contenidos se distribuirán en las siguientes unidades:

<b>Unidad 1. Logística y planificación del almacén</b>	
Contenidos	Objetivos
k) Logística y cadena de suministro. Funciones de la logística. Objetivos de la logística. l) Logística inversa en la cadena de suministro. Nueva logística: Cross Docking. m) El almacén: concepto y funciones. n) Tipos de almacenes. o) Planificación y ubicación de los almacenes. El almacén central.	k) Conocer las funciones y objetivos de la logística en las empresas industriales, comerciales y de servicios. l) Saber la función de fabricantes, comerciantes, consumidores y todos los que están implicados en la logística inversa de productos, envases, embalajes y residuos que se originados en la cadena de suministro. m) Conocer las actividades que se realizan en los almacenes, dependiendo de la actividad principal de la empresa. n) Saber las funciones que cumple cada tipo de almacén y cuál debe ser su ubicación geográfica, para minimizar los costes de almacenaje y transporte.
<b>Dedicación aproximada 8 horas</b>	

<b>Unidad 2. Diseño del almacén y equipos de almacenamiento</b>	
Contenidos	Objetivos
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Implantación del edificio y zonas externas. Zonas de carga y descarga.</li> <li>➤ Distribución interior del almacén. Pasillos y codificación de zonas.</li> <li>➤ Medios mecánicos de almacenaje. Equipos con movimiento sin traslado.</li> <li>➤ Equipos con movimiento y traslado. Transpaletas. Apiladores. Carretillas elevadoras. Transelevadores. Vehículos de guiado automático (AGV).</li> </ul>	k) Conocer las distintas zonas del almacén, en función de las actividades que se realizan en el mismo, para rentabilizar al máximo la inversión realizada en el edificio, las instalaciones y los equipos. l) Saber los medios y equipos que se utilizan para el almacenaje y manipulación de productos o cargas y conocer las funciones que mejor desempeña cada uno de ellos, con el fin de reducir tiempos y costes. m) Saber calcular las estanterías que necesitamos instalar, en función de los medios y la cantidad de mercancía que necesitamos almacenar.
<b>Dedicación aproximada 12 horas</b>	

<b>Unidad 3. Sistemas de almacenaje de mercancías</b>	
<b>Contenidos</b>	<b>Objetivos</b>
1 Almacenaje de mercancías. 2 Almacenaje en estanterías. Almacenaje convencional, compacto, dinámico y móvil. 3 Almacenaje de piezas pequeñas. Sistemas de almacenaje "operario hacia el producto". Sistemas de almacenaje "producto hacia el operario". 4 Almacenaje de cargas especiales. 5 Almacenes autoportantes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudiar los sistemas de almacenaje y analizar las ventajas y los inconvenientes que presentan, en función de las mercancías y las actividades que se realizan en cada almacén.</li> <li>• Conocer los medios estáticos y dinámicos que se utilizan para el almacenaje y manipulación de artículos de pequeñas dimensiones que se almacenan por unidades sueltas.</li> <li>• Saber manejar y almacenar cargas voluminosas, cargas largas, cargas de forma irregular, etc. y los medios estáticos y dinámicos más apropiados para realizar dichas operaciones.</li> </ul>
<b>Dedicación aproximada 12 horas</b>	
<b>Unidad 4. Recepción y registro de mercancías</b>	
<b>Contenidos</b>	<b>Objetivos</b>
h) Proceso de recepción. Registro de mercancías. Hoja de recepción. i) Clasificación y ubicación de las mercancías. Clasificación ABC. j) Etiquetado y codificación de mercancías. Sistema estándar de codificación. El código de barras. Simbología GS1-128. k) Simbologías GS1 DataMatrix y GS1 QR-Code. l) Etiquetas electrónicas. Códigos EPC/RFID.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer el proceso de recepción o entrada de mercancías procedentes de proveedores, fabricación o devolución de clientes.</li> <li>• Saber registrar los productos o cargas que entran en el almacén, formalizando las hojas de recepción.</li> <li>• Clasificar los productos por sus características, tamaño, grado de peligrosidad, etc., para colocarlos en el lugar más adecuado del almacén.</li> <li>• Conocer los tipos de etiquetas y codificación de las mercancías y unidades de carga para su almacenaje y transporte.</li> </ul>
<b>Dedicación aproximada 12 horas</b>	

<b>Unidad 5. Técnicas de gestión de <i>stocks</i></b>	
<b>Contenidos</b>	<b>Objetivos</b>
f) Diferencias entre surtido y <i>stock</i> . Planificación del <i>stock</i> . Tipos de <i>stocks</i> según su finalidad. g) Gestión de <i>stocks</i> o existencias. Nivel de servicio y nivel de <i>stock</i> . h) Costes de <i>stocks</i> o existencias. Costes de compra o adquisición. Costes de almacenamiento. i) Rotación de mercancías en el almacén. El PMM. j) Sistemas de reaprovisionamiento. El VOP y el Pp.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diferenciar entre surtido y tipos de <i>stock</i>, analizando la función que cumplen según la actividad de la empresa.</li> <li>• Saber calcular el coste del producto, identificando y desglosando las partidas que lo componen (coste de compra, coste de almacenamiento, etc.)</li> <li>• Calcular la rotación del <i>stock</i> y comparar los ratios obtenidos con los de otros períodos o empresas del sector, para establecer medidas de mejora y aumentar la rentabilidad.</li> <li>• Organizar el reaprovisionamiento de mercancías utilizando el sistema de reposición más aconsejable, para que no se produzca el desabastecimiento del almacén.</li> </ul>
<b>Dedicación aproximada 10 horas</b>	

<b>Unidad 6. Valoración de existencias e inventarios</b>	
<b>Contenidos</b>	<b>Objetivos</b>
i) Control de existencias. Normas contables de valoración. j) Ficha control de existencias. k) Métodos de valoración de existencias. Valoración por el método PMP y FIFO. Registro de devoluciones y mermas. l) El inventario: concepto y normativa. m) Proceso del inventario físico. n) Valoración del inventario.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer los sistemas de control y gestión de las mercancías almacenadas, identificando las causas por las cuales no coincide el inventario físico y el contable.</li> <li>• Saber confeccionar fichas de almacén registrando entradas, salidas y devoluciones; utilizando los métodos de valoración PMP y FIFO para calcular el valor monetario.</li> <li>• Conocer los tipos de inventarios, las normas sobre el informe o inventario anual de los productos almacenados y los pasos que se deben seguir para realizar inventario físico.</li> </ul>
<b>Dedicación aproximada 10 horas</b>	

<b>Unidad 7. Embalaje y expedición de mercancías</b>	
Contenidos	Objetivos
<ul style="list-style-type: none"> <li>i) Recepción y preparación de pedidos. Sistemas de extracción y selección de las mercancías.</li> <li>j) Orden de picking. Preparación del envío. Documentación que acompaña a la mercancía.</li> <li>k) Envases y embalajes: funciones y características. Proceso de envasado-embalado.</li> <li>l) Materiales de envases y embalajes. Clasificación de envases y embalajes.</li> <li>m) Unidad de carga: paletización y embalaje. Paletización de la unidad de carga.</li> <li>n) Legislación sobre envases y embalaje. Gestión de residuos de E+E. Punto Verde.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer las actividades que se realizan cuando hay que preparar un envío o expedición, según el plazo de entrega exigido por el cliente, volumen de mercancías, número de referencias, etc.</li> <li>• Conocer los sistemas de comunicación y transmisión electrónicos (EDI) para la coordinación y seguimiento de mercancías expedidas con transporte multimodal.</li> <li>• Saber los materiales que se utilizan en la elaboración de envases y embalajes; así como el proceso de envasado y embalado más indicado para cada producto.</li> <li>• Conocer los tipos de envases-embalajes y la legislación que regula los materiales de envases-embalajes que se pueden utilizar para cada tipo de producto; el tratamiento y destino de los residuos de envases y embalajes.</li> </ul>
<b>Dedicación aproximada 12 horas</b>	

<b>Unidad 8. Transporte y entrega de mercancías</b>	
Contenidos	Objetivos
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organización del transporte. Etapas y agentes del transporte de mercancías. Estiba de camiones y contenedores.</li> <li>- Formas de contratar el transporte.</li> <li>- Características de los medios de transporte. Transporte por carretera. Transporte por ferrocarril. Transporte marítimo. Transporte aéreo. Transporte multimodal.</li> <li>- Subcontratación: operadores logísticos.</li> <li>- Seguro para transporte de mercancías.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar los medios de transporte, sus características, los servicios que ofrecen y seleccionar el más adecuado al tipo de mercancía y el recorrido.</li> <li>• Saber colocar las mercancías en el medio de transporte para optimizar el espacio, que los productos no sufran deterioros durante el trayecto y la entrega se realice puntualmente.</li> <li>• Conocer los servicios que ofertan los operadores logísticos a empresas que se dedican a actividades industriales y subcontratan las operaciones relacionadas con transporte, almacenaje y distribución.</li> <li>• Saber calcular los costes de transporte utilizando medios propios y contratando los servicios de operadores logísticos.</li> </ul>
<b>Dedicación aproximada 12 horas</b>	

<b>Unidad 9. Personal del almacén y gestión informática</b>	
<b>Contenidos</b>	<b>Objetivos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Departamento de logística y personal de almacén. Recursos humanos del almacén. Puestos y funciones del personal de almacén.</li> <li>- Trabajo en equipo y comunicación. Comunicación y escucha activa. Cronogramas de actuación. Conocimientos y formación del personal.</li> <li>- Sistemas de Gestión de Almacenes (SGA). Integración del SGA y los equipos del almacén.</li> <li>- Software EasyWMS® Basic – Mecalux. Aplicaciones y funciones del EasyWMS® Basic. Funciones del terminal de radiofrecuencia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer la organización del departamento logística-almacén, las funciones y las actividades que realizan los operarios del almacén.</li> <li>• Saber confeccionar cronogramas de actuación estableciendo equipos de trabajo eficientes, en función de la especialidad y la formación continua que necesita cada operario.</li> <li>• Conocer las diferencias entre los Sistemas de Gestión del Almacén (SGA) y los sistemas de radiofrecuencia (REID), analizando las ventajas de su utilización.</li> <li>• Saber utilizar las funciones y herramientas del SGA Mecalux EasyWMS® Basic.</li> </ul>
<b>Dedicación aproximada 20 horas</b>	

<b>Unidad 10. Normas de seguridad y prevención de riesgos en almacenes</b>	
<b>Contenidos</b>	<b>Objetivos</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1 Normas y legislación de seguridad laboral.</li> <li>2 Ley de Prevención de Riesgos Laborales.</li> <li>3 Factores de riesgo en el almacén. Medidas preventivas de seguridad.</li> <li>4 Señalización: colores y símbolos normalizados.</li> <li>5 Riesgos durante el manejo de cargas. Condiciones ambientales.</li> <li>6 Riesgos durante el almacenaje de mercancías.</li> <li>7 Almacenaje de mercancías peligrosas y perecederas.</li> <li>8 Prevención de riesgo por incendio. Protección y actuación en caso de incendio.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer la normativa legal y las disposiciones generales que regulan la seguridad e higiene en el trabajo.</li> <li>• Saber cuáles son las medidas y precauciones que se deben tomar para evitar los riesgos y accidentes derivados de las actividades que se realizan en el almacén.</li> <li>• Desarrollar una actitud activa, participativa y responsable en la prevención de riesgos laborales.</li> <li>• Saber establecer criterios de actuación ante situaciones de emergencia (incendio, intoxicaciones, caídas, etc.).</li> </ul>
<b>Dedicación aproximada 8 horas</b>	



El tiempo total que corresponde a este módulo es de 126 horas. Para impartir los contenidos teórico-prácticos se destinarán:

Unidad 1 .....	8 h.
Unidad 2 .....	12 h.
Unidad 3 .....	12 h.
Unidad 4 .....	12 h.
Unidad 5 .....	10 h.
Unidad 6 .....	10 h.
Unidad 7 .....	12 h.
Unidad 8 .....	12 h.
Unidad 9 .....	20 h.
<u>Unidad 10 .....</u>	<u>8 h.</u>
<b>Total .....</b>	<b>116 horas</b>

Las 10 horas restantes se dedicarán para realizar controles/exámenes de autoevaluación y reforzar las actividades de aplicación que presenten mayor dificultad.

## Metodología.

Según el RD 1538/2006 “la metodología didáctica de las enseñanzas de formación profesional integrará los aspectos científicos, tecnológicos y organizativos que en cada caso correspondan, con el fin de que el alumnado adquiriera una visión global de los procesos productivos propios de la actividad profesional correspondiente”.

Según estos principios tenemos que tener en cuenta lo siguiente:

- El profesor acercará los contenidos del módulo al alumnado de una manera clara y sencilla, con el ánimo de conseguir su involucración, colaboración y participación activa.
- El alumno trabajará determinados contenidos de manera individual, pero se fomentará sobre todo el trabajo en equipos, tal como ocurre en la vida laboral.
- Se alternarán los contenidos teóricos con los casos prácticos relacionados que ayudaran al alumno a la comprensión y asimilación de la teoría.
- El alumno trabajará cada una de las actividades finales de cada unidad en la que se revisan los contenidos vistos en la misma.
- Los contenidos se adaptaran al tipo de alumnos una vez hechas las evaluaciones iniciales.

- La metodología será: La realización de actividades propuestas, el seguimiento del libro de texto, con ampliación de actividades y contenidos en la plataforma Classroom. El uso de resúmenes elaborados por el propio alumno en los controles teórico-prácticos. La realización de estos resúmenes, obligan al alumno a leer el tema y escribirlo, y les facilita la realización de las pruebas objetivas.
- Reforzaremos la lectura comprensiva, leyendo los temas en clase y preguntando sobre lo leído para constatar la comprensión.
- En cuanto a las pruebas objetivas han sido tipo test y ejercicios prácticos.
- El uso de la plataforma Classroom es una herramienta formativa que permite colgar recursos didácticos, actividades y ejercicios que amplían los contenidos.
- Realización de actividades prácticas donde los alumnos demuestran sus destrezas y capacidades.

Se procurará que las clases teóricas se limiten a la exposición y explicación de los conceptos esenciales de cada unidad. Se fomentará la participación del alumnado en dichas exposiciones.

### **Atención a la diversidad.**

El módulo se adaptará a las características del alumnado, con especial atención a los alumnos que presenten una discapacidad.

Se emplearán diferentes recursos de apoyo para prestar una atención adecuada a la diversidad del alumnado. A través de propuestas como, el planteamiento de actividades en orden creciente de dificultad, utilización de materiales complementarios (bibliografía, artículos, recursos on-line), exposiciones de proyectos y trabajos prácticos, se pretenderá que el alumno adquiera los conceptos y destrezas propios del módulo.

### **Evaluación.**

Al inicio de curso se hace necesario establecer una evaluación inicial de los alumnos/as para tratar de comprobar los conocimientos previos y aplicar sus resultados a la organización del módulo. Esta evaluación se realizará mediante una entrevista o

pequeña encuesta por parte del profesor en la que se preguntarán sobre contenidos clave en la materia, experiencias profesionales previas en la materia, expectativas, etc.

La evaluación formativa consiste en constatar el proceso de aprendizaje de cada alumno, a través de la observación sistemática por el profesor, con el fin de modificar o reforzar los contenidos que no hubiesen sido suficientemente asimilados.

La evaluación del currículo programado pretende como objetivo principal la corrección de las desviaciones que se hubiesen producido durante el proceso de enseñanza-aprendizaje. Desde este punto de vista, cuando se evalúe se tendrán en cuenta los aspectos siguientes:

- La adecuación de los objetivos a las características del grupo.
- La consecución de las actividades programadas.
- La idoneidad de los procedimientos de evaluación utilizados.
- La adecuación de los criterios de calificación empleados.

Siendo la evaluación continua, es decir que cada vez que haya de registrarse la calificación global de cada trimestre se hará una valoración de todas las unidades de trabajo impartidas desde el inicio de curso hasta el final del trimestre que se esté evaluando. En este módulo es necesario superar todas las evaluaciones, siendo la nota final la media de los resultados en cada evaluación. Si hubiera alguna evaluación no superada de cualquier evaluación se procederá de la siguiente forma:

En la evaluación se calificarán los procedimientos, la comprensión de los conceptos, las actitudes que se manifiesten en clase, las destrezas desarrolladas, el empleo de técnicas de trabajo, la capacidad de investigación, la metodología utilizada, las realizaciones, etc.

Existen múltiples procedimientos que se pueden utilizar en la evaluación; no obstante, teniendo en cuenta las características de los módulos profesionales, algunos de los que se pueden aplicar son los siguientes:

- Al finalizar cada Unidad Didáctica se controlará que el material exigido al alumno o equipo de trabajo esté completo, ordenado y adecuadamente presentado. Se valorará positivamente la tarea bien hecha y el interés de los alumnos por aclarar las dudas, exponiendo correctamente sus dificultades.
  - De forma permanente se evaluará la actitud y el comportamiento en clase y se valorará positivamente a los alumnos que tomen iniciativas en relación con el

desarrollo de los contenidos del módulo, que participen activamente en las tareas que se propongan y en los debates que se realicen.

- Se realizarán pruebas o controles objetivos, con una doble finalidad: por un lado, evaluar el nivel de los conocimientos adquiridos y, por otro, inducir a los alumnos a exponer sus dudas, lo cual les permitirá interiorizar y relacionar los principales conceptos.
- El profesor/a propondrá la realización de trabajos individuales y en grupo sobre temas de actualidad relacionados con los contenidos que se están desarrollando en clase, se valorará positivamente la calidad del contenido, la documentación aportada, la buena presentación, la aportación de ideas personales y la claridad y originalidad de las conclusiones.

### **9.1.- Criterios de Calificación.**

Cada evaluación se valorará según los siguientes porcentajes:

Conceptos.....	50%
Procedimientos.....	30%
Actitudes:.....	20%
Total: 100 %	

Siguiendo el proceso de evaluación descrito, la calificación del alumnado para cada Evaluación se obtiene sumando las calificaciones asignadas a los mismos por los conceptos siguientes:

#### **CONTENIDOS CONCEPTUALES:**

- Comprende y asimila los contenidos necesarios de dinamización del punto de venta.

Esta información se recoge mediante pruebas orales y escritas.

La calificación de los conceptos supone un 50% de la nota final, en el caso que no hubiera control de los contenidos conceptuales se sumará este 50% al 30% de la calificación de los procedimientos.

### **CONTENIDOS PROCEDIMENTALES:**

- Ejecuta correctamente las actividades propuestas utilizando los procedimientos y métodos adecuados.
- Trabaja en equipo respetando las pautas o procedimientos establecidos previamente por la profesora.
- Planifica, organiza y desarrolla correctamente las actividades propuestas.
- Utiliza los medios informáticos con precisión para presentar documentos con orden y limpieza.
- Lleva Libreta de apuntes con limpieza y claridad.

En contenidos conceptuales y procedimentales, la nota se obtiene calculando la media de las pruebas realizadas durante el trimestre.

En el caso de no presentarse de forma injustificada a un control la calificación será de 0, en el caso de que dicha ausencia esté debidamente justificada no se tendrá en cuenta la nota de dicho control para la media, habiendo otras pruebas para evaluar al alumno.

El copiar o dejar copiar en un control teórico o práctico, conlleva una calificación de 0 en la prueba.

Prohibida la utilización del móvil o dispositivos electrónicos en la realización de los controles.

La recuperación de la evaluación pendiente se realizará en la última evaluación, mediante actividades y control teórico. La nota de la recuperación será de suficiente (5 puntos).

### **CONTENIDOS ACTITUDINALES:**

- Asistencia y puntualidad 10%
- Saber estar: 10%
- Cada falta injustificada restará 0,20 puntos en la nota de la actitud, hasta un máximo de 2 puntos.

9.2.- Superación de Módulos Pendientes (No hay alumnos con módulos pendientes) Realizar los informes individualizados del alumnado con módulos pendientes que deben contener como mínimo:

Contenidos del módulo no superado.

Actividades de recuperación.

Período de realización de dichas actividades.

Indicación de la evaluación final en que serán calificados.

## Espacios, materiales y recursos didácticos y bibliográficos

- Aula polivalente.
- Ordenador profesor con cañón y altavoces para la reproducción de imágenes, presentaciones Libre Office Impress y visualización de videos.
- Ordenadores para los alumnos con acceso a Internet.
- Libro de texto.

## Actividades

- Resumen de todos los contenidos de cada unidad
- Realización de actividades propuestas y ejercicios de clase.
- Realización de cuestionarios de evaluación.

## 12. Métodos extraordinarios de evaluación.

Para el alumnado que venga con asiduidad a las clases presenciales se tendrá en cuenta los métodos extraordinarios de evaluación siguientes:

En la medida en que sea necesario, y a partir de las necesidades individuales del alumnado, se plantearán actividades de refuerzo, ampliación y recuperación, según los casos, para lo cual serán de referencia tanto el currículo de los diferentes módulos profesionales que componen el ciclo formativo (en caso de necesidades en un ámbito específico) como las propias unidades programadas, a las que se podrán añadir actividades complementarias que favorezcan la adquisición de las capacidades previstas para el módulo profesional.

Teniendo en cuenta que la evaluación es continua, aquellos alumnos y alumnas que no tengan evaluación positiva cada trimestre podrán recuperar el módulo realizando las actividades de recuperación que convenientemente se plantearían durante el siguiente trimestre. En todo caso, se debe tener en cuenta que la evaluación positiva del módulo a

final de curso requiere la evidencia de que se alcanzan las capacidades previstas en el currículo correspondiente, con el grado de complejidad que contemplan los criterios de evaluación de cada capacidad. El dominio de las capacidades citadas debe serlo en al menos un 50% de cada una de ellas.

La recuperación del alumnado con pérdida de evaluación continua consistirá en la realización de una prueba escrita con carácter conceptual y procedimental y en la realización de un conjunto de actividades y/o trabajos correspondientes a las competencias que el profesorado considerase para cada módulo, lo cual deberá ser entregado en la fecha de realización de la prueba escrita. Dicha entrega será condición indispensable para poder realizar la misma.

Los apartados de valoración anterior deben obtener un mínimo del 50% cada uno para considerar superado el módulo evaluado. Cuando un uno de ellos no sea igual o superior al 50% de calificación se considerará el módulo no superado"

El alumnado que no asistan a las actividades previstas por causa de fuerza mayor (enfermedad con certificado médico, asistencia a juicio, muerte de un familiar directo, etc.) tendrán derecho a resolver las actividades previstas para el alumnado en general en un nuevo plazo que convenientemente se establecería, preferentemente de común acuerdo entre alumnado-profesorado sin menoscabo de la legalidad vigente y criterios a tal fin descrito en el Centro.

El alumnado que requiera recuperación de algún trimestre/evaluación, en caso de evaluación positiva de las actividades de recuperación realizadas, su nota máxima será de Bien (6) si la recuperación se realiza en el trimestre/evaluación siguiente; y de Suficiente (5) si lo fuera en una convocatoria extraordinaria al final de curso.



# FAMILIA PROFESIONAL

## DE

# COMERCIO Y MARKETING

  

## PROGRAMACIÓN

### DEL 2º CICLO FORMATIVO

### FORMACIÓN

### PROFESIONAL BÁSICA

CENTRO: I.E.S. VIGAN

CURSO: 2020-21

MÓDULO: FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO (FMN)

**1.- Introducción**

**2.- Perfil Profesional: TÍTULO PROFESIONAL BÁSICO EN SERVICIOS  
COMERCIALES.**

**3.- Competencia general del ciclo. Profesionales, personales y sociales.**

**4.- Objetivos generales del ciclo.**

**5.- Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.**

**6.- Módulo profesional de formación en centros de trabajo.**

**7.- Duración y periodo de realización.**

**8.- Metodología y seguimiento.**

**9.- Criterios de calificación.**

## INTRODUCCIÓN

En primer lugar se indican los objetivos generales para éstas enseñanzas y el perfil profesional del módulo dentro de su título correspondiente (competencias). A continuación se describen los objetivos generales del Ciclo formativo al que pertenece este módulo, pasando seguidamente a identificar y describir la estructura de propio módulo (objetivos y competencias que aporta al título, resultados de aprendizaje previstos y sus correspondientes criterios de evaluación).

## OBJETIVOS GENERALES DE LAS ENSEÑANZAS DE FORMACIÓN PROFESIONAL

Tal y como se dispone en el artículo 39 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo (LOE), en la nueva redacción dada por la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa (LOMCE), la Formación Profesional en el sistema educativo, tiene por finalidad preparar al alumnado para la actividad en un campo profesional y facilitar su adaptación a las modificaciones laborales que pueden producirse a lo largo de su vida, contribuir a su desarrollo personal y al ejercicio de una ciudadanía democrática, y permitir su progresión en el sistema educativo y en el sistema de formación profesional para el empleo, así como el aprendizaje a lo largo de la vida.

En su artículo 40, la citada normativa establece que la Formación Profesional en el sistema educativo contribuirá a que el alumnado consiga los resultados de aprendizaje que le permitan:

- a) Desarrollar las competencias propias de cada título de formación profesional.
- b) Comprender la organización y las características del sector productivo correspondiente, así como los mecanismos de inserción profesional.
- c) Conocer la legislación laboral y los derechos y obligaciones que se derivan de las relaciones laborales.
- d) Aprender por sí mismos y trabajar en equipo, así como formarse en la prevención de conflictos y en la resolución pacífica de los mismos en todos los ámbitos de la vida personal, familiar y social, con especial atención a la prevención de la violencia de género.

- e) Fomentar la igualdad efectiva de oportunidades entre hombres y mujeres, así como de las personas con discapacidad, para acceder a una formación que permita todo tipo de opciones profesionales y el ejercicio de las mismas.
- f) Trabajar en condiciones de seguridad y salud, así como prevenir los posibles riesgos derivados del trabajo.
- g) Desarrollar una identidad profesional motivadora de futuros aprendizajes y adaptaciones a la evolución de los procesos productivos y al cambio social.
- h) Afianzar el espíritu emprendedor para el desempeño de actividades e iniciativas empresariales.
- i) Preparar al alumnado para su progresión en el sistema educativo.
- j) Conocer y prevenir los riesgos medioambientales.

Por lo que respecta a los Ciclos de Formación Profesional Básica, en este mismo artículo se recoge que, además de los objetivos mencionados anteriormente, contribuirán a que el alumnado adquiera o complete las competencias del aprendizaje permanente. VER TEXTO CONSOLIDADO DE LA LEY (última modificación: 10 de diciembre de 2013) <http://www.boe.es/buscar/pdf/2006/BOE-A-2006-7899-consolidado.pdf>

## **PERFIL PROFESIONAL: TÍTULO PROFESIONAL BÁSICO EN SERVICIOS COMERCIALES**

Según recoge el Real Decreto 127/2014, de 28 de febrero, en su ANEXO 9, el Título Profesional Básico en Servicios Comerciales queda establecido como sigue:

El Título Profesional Básico en Servicios Comerciales queda identificado por los siguientes elementos:

Denominación: Servicios Comerciales.

Nivel: Formación Profesional Básica.

Duración: 2000 horas.

Familia Profesional: Comercio y Marketing.

Referente europeo: CINE-3.5.3. (Clasificación Internacional Normalizada de la Educación).

## COMPETENCIA GENERAL DEL TÍTULO

La competencia general del título consiste en realizar operaciones auxiliares de comercialización, «merchandising» y almacenaje de productos y mercancías, así como las operaciones de tratamiento de datos relacionadas, siguiendo protocolos establecidos, criterios comerciales y de imagen, operando con la calidad indicada, observando las normas de prevención de riesgos laborales y protección medioambiental correspondientes y comunicándose de forma oral y escrita en lengua castellana y, en su caso, en la lengua cooficial propia así como en alguna lengua extranjera.

## COMPETENCIAS DEL TÍTULO (PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES)

Las competencias profesionales, personales, sociales y las competencias para el aprendizaje permanente de este título son las que se relacionan a continuación:

- a) Recepcionar mercancías en almacén registrando las entradas conforme a procedimientos y manejarlas, transportarlas y ubicarlas utilizando carretillas automotoras o manuales y medios de manipulación complementarios.
- b) Realizar recuentos e inventarios periódicos de mercancías y mantener actualizada la información en los puntos de venta realizando inventarios y recuentos periódicos, detectando desabastecimientos e incidencias.
- c) Colocar elementos de animación en puntos de venta y disponer productos en los expositores y lineales, siguiendo instrucciones, aplicando criterios comerciales y respetando la imagen de la empresa.
- d) Aplicar técnicas de empaquetado y presentación atractiva de productos para facilitar su promoción en el punto de venta y transmitir la imagen de la empresa.
- e) Seleccionar mercancías o productos, conforme a órdenes de trabajo y embalar y etiquetar unidades de pedido, utilizando herramientas de control y peso así como medios de etiquetado y embalaje para preservar la conservación y estabilidad del pedido hasta su destino.

- f) Atender al cliente, suministrando información sobre la localización y características de los productos, demostrando interés y preocupación por resolver satisfactoriamente sus necesidades y aplicando, en su caso, técnicas protocolizadas para la resolución de quejas.
- g) Mantener el área de trabajo, su mobiliario, vitrinas y escaparates limpios y en orden a lo largo de su actividad.
- h) Preparar equipos y aplicaciones informáticas para llevar a cabo la grabación, tratamiento e impresión de datos y textos, asegurando su funcionamiento.
- i) Elaborar documentos, utilizando el lenguaje científico y los recursos gráficos y expositivos en función de los contextos de aplicación, asegurando su confidencialidad, y utilizando aplicaciones informáticas.
- j) Realizar tareas básicas de almacenamiento y archivo de información y documentación, tanto en soporte digital como convencional, de acuerdo con los protocolos establecidos.
- k) Resolver problemas predecibles relacionados con su entorno físico, social, personal y productivo, utilizando el razonamiento científico y los elementos proporcionados por las ciencias aplicadas y sociales.
- l) Actuar de forma saludable en distintos contextos cotidianos que favorezcan el desarrollo personal y social, analizando hábitos e influencias positivas para la salud humana.
- m) Valorar actuaciones encaminadas a la conservación del medio ambiente diferenciado las consecuencias de las actividades cotidianas que pueda afectar al equilibrio del mismo.
- n) Obtener y comunicar información destinada al autoaprendizaje y a su uso en distintos contextos de su entorno personal, social o profesional mediante recursos a su alcance y los propios de las tecnologías de la información y de la comunicación.
- ñ) Actuar con respeto y sensibilidad hacia la diversidad cultural, el patrimonio histórico-artístico y las manifestaciones culturales y artísticas, apreciando su uso y disfrute como fuente de enriquecimiento personal y social.

- o) Comunicarse con claridad, precisión y fluidez en distintos contextos sociales o profesionales y por distintos medios, canales y soportes a su alcance, utilizando y adecuando recursos lingüísticos orales y escritos propios de la lengua castellana y, en su caso, de la lengua cooficial.
- p) Comunicarse en situaciones habituales tanto laborales como personales y sociales utilizando recursos lingüísticos básicos en lengua extranjera.
- q) Realizar explicaciones sencillas sobre acontecimientos y fenómenos característicos de las sociedades contemporáneas a partir de información histórica y geográfica a su disposición.
- r) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en su actividad laboral, utilizando las ofertas formativas a su alcance y localizando los recursos mediante las tecnologías de la información y la comunicación.
- s) Cumplir las tareas propias de su nivel con autonomía y responsabilidad, empleando criterios de calidad y eficiencia en el trabajo asignado y efectuándolo de forma individual o como miembro de un equipo.
- t) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en su ámbito de trabajo, contribuyendo a la calidad del trabajo realizado.
- u) Asumir y cumplir las medidas de prevención de riesgos y seguridad laboral en la realización de las actividades laborales evitando daños personales, laborales y ambientales.
- v) Cumplir las normas de calidad, de accesibilidad universal y diseño para todos que afectan a su actividad profesional.
- w) Actuar con espíritu emprendedor, iniciativa personal y responsabilidad en la elección de los procedimientos de su actividad profesional.
- x) 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.

Relación de cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título



### **Cualificaciones profesionales completas:**

a) Actividades auxiliares de comercio COM412\_1 (Real Decreto 1179/2008, de 11 de julio):

UC1327\_1: Realizar operaciones auxiliares de reposición, disposición y acondicionamiento de productos en el punto de venta.

UC1326\_1: Preparar pedidos de forma eficaz y eficiente, siguiendo procedimientos establecidos.

UC1328\_1: Manipular y trasladar productos en la superficie comercial y en el reparto de proximidad, utilizando transpalés y carretillas de mano.

UC1329\_1: Proporcionar atención e información operativa, estructurada y protocolarizada al cliente.

b) Actividades auxiliares de almacén COM411\_1 (RD 1179/2008, de 11 de julio), que comprende las siguientes unidades de competencia:

UC1325\_1: Realizar las operaciones auxiliares de recepción, colocación, mantenimiento y expedición de cargas en el almacén de forma integrada en el equipo.

UC1326\_1: Preparar pedidos de forma eficaz y eficiente, siguiendo procedimientos establecidos.

UC0432\_1: Manipular cargas con carretillas elevadoras

### **Cualificaciones profesionales incompletas:**

Operaciones de grabación y tratamiento de datos y documentos ADG306\_1 (Real Decreto 107/2008, de 1 de febrero) que comprende las siguientes unidades de competencia:

UC0973\_1: Introducir datos y textos en terminales informáticos en condiciones de seguridad, calidad y eficiencia.

UC0974\_1: Realizar operaciones básicas de tratamiento de datos y textos, y confección de documentación.

## OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO

Los objetivos generales de este ciclo formativo son los siguientes:

- a) Reconocer las fases del procedimiento de recepción y registro de mercancía en almacén así como sus espacios y zonas, relacionándolas con cada tipo de mercancía para proceder a su recepción, transporte manejo y ubicación.
- b) Identificar los procesos de recuento y control en almacén y de información en puntos de venta, siguiendo instrucciones y cumplimentando los documentos necesarios para realizar inventarios y mantener actualizada la información de abastecimiento.
- c) Reconocer equipamientos y técnicas de exposición de mercancías, vinculándolos a cada tipo de empresa para colocar elementos de animación en punto de venta y disponer los productos.
- d) Identificar materiales y técnicas de empaquetado relacionándolos con el tipo de producto y la imagen de la empresa para realizar la presentación atractiva de producto.
- e) Reconocer y emplear las herramientas de control, peso y embalaje de mercancías, relacionándolas con las fases de preparación de pedidos y las órdenes de trabajo para seleccionar, embalar y etiquetar mercancías.
- f) Identificar las necesidades de los clientes y la información precisa para satisfacerlas, aplicando técnicas y protocolos de resolución de incidencias y quejas para atender a los clientes.
- g) Seleccionar las técnicas y materiales de limpieza relacionándolos con cada elemento del puesto de trabajo para mantener el área de trabajo limpia y en orden.
- h) Identificar las principales fases del proceso de grabación, tratamiento e impresión de datos y textos, determinando la secuencia de operaciones para preparar equipos informáticos y aplicaciones.
- i) Aplicar procedimientos de escritura al tacto en teclados extendidos utilizando aplicaciones de aprendizaje específico para documentos.
- j) Utilizar procesadores de texto y hojas de cálculo, empleando sus principales utilidades para elaborar documentos.
- k) Comprender los fenómenos que acontecen en el entorno natural mediante el conocimiento científico como un saber integrado, así como conocer y aplicar los métodos para identificar y resolver problemas básicos en los diversos campos del conocimiento y de la experiencia.
- l) Desarrollar habilidades para formular, plantear, interpretar y resolver problemas, aplicar el razonamiento de cálculo matemático para desenvolverse en la sociedad, en el entorno laboral y gestionar sus recursos económicos.

- m)** Identificar y comprender los aspectos básicos de funcionamiento del cuerpo humano y ponerlos en relación con la salud individual y colectiva y valorar la higiene y la salud para permitir el desarrollo y afianzamiento de hábitos saludables de vida en función del entorno en el que se encuentra.
- n)** Desarrollar hábitos y valores acordes con la conservación y sostenibilidad del patrimonio natural, comprendiendo la interacción entre los seres vivos y el medio natural para valorar las consecuencias que se derivan de la acción humana sobre el equilibrio medioambiental.
- ñ)** Desarrollar las destrezas básicas de las fuentes de información utilizando con sentido crítico las tecnologías de la información y de la comunicación para obtener y comunicar información en el entorno personal, social o profesional.
- o)** Reconocer características básicas de producciones culturales y artísticas, aplicando técnicas de análisis básico de sus elementos para actuar con respeto y sensibilidad hacia la diversidad cultural, el patrimonio histórico-artístico y las manifestaciones culturales y artísticas.
- p)** Desarrollar y afianzar habilidades y destrezas lingüísticas y alcanzar el nivel de precisión, claridad y fluidez requeridas, utilizando los conocimientos sobre la lengua castellana y, en su caso, la lengua cooficial para comunicarse en su entorno social, en su vida cotidiana y en la actividad laboral.
- q)** Desarrollar habilidades lingüísticas básicas en lengua extranjera para comunicarse de forma oral y escrita en situaciones habituales y predecibles de la vida cotidiana y profesional.
- r)** Reconocer causas y rasgos propios de fenómenos y acontecimientos contemporáneos, evolución histórica, distribución geográfica para explicar las características propias de las sociedades contemporáneas.
- s)** Desarrollar valores y hábitos de comportamiento basados en principios democráticos, aplicándolos en sus relaciones sociales habituales y en la resolución pacífica de los conflictos.
- t)** Comparar y seleccionar recursos y ofertas formativas existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida para adaptarse a las nuevas situaciones laborales y personales.
- u)** Desarrollar la iniciativa, la creatividad y el espíritu emprendedor, así como la confianza en sí mismo, la participación y el espíritu crítico para resolver situaciones e incidencias tanto de la actividad profesional como de la personal.
- v)** Desarrollar trabajos en equipo, asumiendo sus deberes, respetando a los demás y cooperando con ellos, actuando con tolerancia y respeto a los demás para la realización eficaz de las tareas y como medio de desarrollo personal.
- w)** Utilizar las tecnologías de la información y de la comunicación para informarse, comunicarse, aprender y facilitarse las tareas laborales.
- x)** Relacionar los riesgos laborales y ambientales con la actividad laboral con el propósito de utilizar las medidas preventivas correspondientes para la protección personal, evitando daños a las demás personas y en el medio ambiente.
- y)** Desarrollar las técnicas de su actividad profesional asegurando la eficacia y la calidad en su trabajo, proponiendo, si procede, mejoras en las actividades de trabajo.

- z) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1.- Recepciona y almacena productos y mercancías teniendo en cuenta sus propiedades para su correcta ubicación y manipulación.

### **Criterios de evaluación:**

- a) Se ha verificado la correspondencia entre las mercancías recibidas y sus etiquetas y/o el contenido del albarán.
- b) Se ha extraído una muestra de la carga para su inspección.
- c) Se han clasificado las mercancías conforme a sus características condiciones de conservación.
- d) Se ha desconsolidado y/o desembalado la carga manualmente utilizando las herramientas adecuadas.
- e) Se han etiquetado las mercancías con el código de forma visible.
- f) Se han elaborado fichas de almacén con la aplicación informática adecuada.
- g) Se han colocado cargas o mercancías en el lugar indicado en la orden trabajo, teniendo en cuenta las características de las mismas y sus condiciones de manipulación.
- h) Se ha realizado inventario de los productos y mercancías del almacén.
- i) Se han abastecido zonas de "picking", estanterías y líneas de depósito.

2.- Maneja traspales y carretillas automotoras o manuales para el traslado de productos y mercancías, interpretando la señalización y respetando las normas de seguridad y circulación al manejar equipos de trabajo móviles.

### **Criterios de evaluación:**

- a) Se han interpretado correctamente las órdenes de movimiento de materiales y productos para su carga o descarga.
- b) Se han seleccionado los medios de transporte a utilizar, en función de la carga.
- c) Se ha realizado la carga o descarga de los productos, conforme a las instrucciones recibidas
- d) Se han trasladado bultos conduciendo traspales, carretillas de mano o automotoras, respetando las normas de seguridad y salud.
- e) Se han realizado las operaciones de mantenimiento de primer nivel de los equipos antes o después del movimiento, siguiendo las indicaciones del fabricante.

f) Se ha estacionado el traspalé o carretilla en el lugar previsto para ello y sin que entorpezca el paso.

3. Prepara pedidos conforme a las órdenes de trabajo, utilizando medios informáticos para la introducción de los datos relacionados y aplicando medios de empaquetado y/o embalaje según las características de los productos.

**Criterios de evaluación:**

a) Se han identificado, a partir de la orden de pedido, las mercancías a expedir.

b) Se ha verificado, a partir de las fichas de almacén, que existe mercancía suficiente para cubrir el pedido.

c) Se han seleccionado las mercancías o productos, conforme a la orden de trabajo, utilizando herramientas de control y peso de las mismas, conformando el pedido con exactitud.

d) Se ha preparado el material de protección y de embalaje y/o empaquetado del pedido.

e) Se ha embalado la unidad de pedido utilizando el material y equipos adecuados.

f) Se ha elaborado una etiqueta para el pedido y se ha determinado el lugar que debe ocupar en el embalaje, así como las señales de protección de la mercancía.

g) Se ha etiquetado la unidad de pedido utilizando medios manuales o herramientas específicas para su etiquetado.

4.- Coloca elementos de animación del punto de venta y repone productos, siguiendo los criterios comerciales y detectando huecos y necesidades de abastecimiento.

**Criterios de evaluación:**

a) Se han diferenciado los distintos tipos de mobiliario utilizados en el punto de venta y los elementos promocionales utilizados habitualmente.

b) Se han montado expositores de productos y góndolas.

c) Se ha colocado cartelería y otros elementos de animación.

d) Se ha identificado el lugar y disposición de los productos a partir de un planograma, foto gráfico del lineal y la etiqueta del producto.

e) Se ha realizado un inventario de las unidades del punto de venta, detectando necesidades de abastecimiento y evitando "roturas de stock."

f) Se han utilizado equipos de lectura de códigos de barras (lectores ópticos) para la identificación y control de los productos.

g) Se ha elaborado la información relativa al punto de venta utilizando aplicaciones informáticas.

h) Se han colocado productos en diferentes tipos de lineales y expositores, siguiendo los criterios de "merchandising" y de imagen de la empresa.

i) Se han colocado dispositivos de seguridad a los productos y etiquetas manualmente o utilizando los equipos adecuados en cada caso.

- j) Se han empaquetado y presentado los productos de manera atractiva, de acuerdo los criterios comerciales y de imagen de la empresa.
- k) Se han limpiado y acondicionado lineales y estanterías para la correcta colocación de los productos.

5. Atiende al cliente, asesorando, informando, realizando ventas, cobros y devoluciones y resolviendo quejas.

**Criterios de evaluación:**

- a) Se ha mantenido una actitud de cordialidad, respeto y amabilidad en el trato, demostrando interés y preocupación por atender satisfactoriamente las necesidades de los clientes.
- b) Se ha obtenido la información necesaria del cliente, favoreciendo la comunicación con el empleo de técnicas y actitudes apropiadas.
- c) Se han dado respuestas a preguntas de fácil solución, utilizando el léxico comercial adecuado.
- d) Se han manejado cajas registradoras y/o T.P.V. para realizar cobros y devoluciones de productos.
- e) Se han utilizado medios de pago electrónico en la realización de cobros y devoluciones.
- f) Se han aplicado técnicas de venta básicas adecuadas a las diferentes situaciones que se plantean en el punto de venta.
- g) Se ha demostrado responsabilidad ante errores.
- h) Se ha informado al cliente de las características de los productos o servicios, especialmente de las calidades esperables.
- i) Se han ofrecido alternativas al cliente ante reclamaciones fácilmente subsanables, exponiendo claramente los tiempos y condiciones de las operaciones a realizar, así como del nivel de probabilidad de modificación esperable.
- j) Se ha suministrado la información y la documentación necesaria al cliente para la presentación de una reclamación escrita, si éste fuera el caso.
- k) Se han recogido los formularios presentados por el cliente para la realización de una reclamación.
- l) Se ha cumplimentado una hoja de reclamación.

6. Actúa conforme a las normas de prevención y riesgos laborales de la empresa.

**Criterios de evaluación:**

- a) Se ha cumplido en todo momento la normativa general sobre prevención y seguridad, así como las establecidas por la empresa.
- b) Se han identificado los factores y situaciones de riesgo que se presentan en su ámbito de actuación en el centro de trabajo.
- c) Se han adoptado actitudes relacionadas con la actividad para minimizar los riesgos laborales y medioambientales.
- d) Se ha empleado el equipo de protección individual (E.P.I.) establecido para las distintas operaciones.
- e) Se han utilizado los dispositivos de protección de las máquinas, equipos e instalaciones en las distintas actividades.
- f) Se ha actuado según el plan de prevención.
- g) Se ha mantenido la zona de trabajo libre de riesgos, con orden y limpieza.



h) Se ha trabajado minimizando el consumo de energía y la generación de residuos.

7. Actúa de forma responsable y se integra en el sistema de relaciones técnico-sociales de la empresa.

**Criterios de evaluación:**

- a) Se han ejecutado con diligencia las instrucciones que recibe.
- b) Se ha responsabilizado del trabajo que desarrolla, comunicándose eficazmente con la persona adecuada en cada momento.
- c) Se ha cumplido con los requerimientos y normas técnicas, demostrando un buen hacer profesional y finalizando su trabajo en un tiempo límite razonable.
- d) Se ha mostrado en todo momento una actitud de respeto hacia los procedimientos y normas establecidos.
- e) Se ha organizado el trabajo que realiza de acuerdo con las instrucciones y procedimientos establecidos, cumpliendo las tareas en orden de prioridad y actuando bajo criterios de seguridad y calidad en las intervenciones.
- f) Se ha coordinado la actividad que desempeña con el resto del personal, informando de cualquier cambio, necesidad relevante o contingencia no prevista.
- g) Se ha incorporado puntualmente al puesto de trabajo, disfrutando de los descansos instituidos y no abandonando el centro de trabajo antes de lo establecido sin motivos debidamente justificados.
- h) Se ha preguntado de manera apropiada la información necesaria o las dudas que pueda tener para el desempeño de sus labores a su responsable inmediato.
- i) Se ha realizado el trabajo conforme a las indicaciones realizadas por sus superiores, planteando las posibles modificaciones o sugerencias en el lugar y modos adecuados.

**MÓDULO PROFESIONAL DE FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO**

1. El módulo profesional de formación en centro de trabajo responderá a lo establecido con carácter general para el conjunto de las enseñanzas de Formación Profesional del sistema educativo.
2. Las Administraciones educativas determinarán el momento en el que debe cursarse el módulo profesional de formación en centros de trabajo, en función de las características del programa y de la disponibilidad de puestos formativos en las empresas.
3. Las Administraciones educativas garantizarán que, con anterioridad al inicio del módulo de formación en centros de trabajo, los alumnos y las alumnas hayan adquirido las competencias y los contenidos relativos a los riesgos específicos y las medidas de prevención en las actividades profesionales correspondientes al perfil profesional de cada título profesional básico, según se requiera en la normativa vigente en materia de prevención de riesgos laborales.
4. Las Administraciones educativas, de forma excepcional, podrán ofrecer la realización del módulo profesional de formación en centros de trabajo establecida en estos ciclos formativos en centros educativos o en instituciones públicas. En estos casos, se dispondrán las actividades adecuadas para su desarrollo bajo la supervisión de un profesional que cumpla la función de tutor o tutora de empresa,



que responda a un perfil adecuado a los resultados de aprendizaje del módulo y que no imparta docencia en el ciclo formativo.

5. Asimismo, también de forma excepcional, las Administraciones educativas podrán disponer medidas de prelación para los alumnos y las alumnas con discapacidad en la selección de las empresas que participan en la impartición del módulo de formación en centros de trabajo, a fin de garantizar sus derechos en relación con lo dispuesto en la normativa vigente en materia de accesibilidad universal y diseño para todos.

6. La duración de este módulo profesional representará, con carácter general, un mínimo del 12% de la duración total del ciclo formativo

## DURACIÓN Y PERIODO DE REALIZACIÓN

Este módulo profesional contribuye a completar las competencias y objetivos generales, propios de este título, que se han alcanzado en el centro educativo o a desarrollar competencias características difíciles de conseguir en el mismo.

Las estancias de los alumnos en el centro de trabajo serán de 200 horas, siendo cada jornada igual al horario de la entidad colaboradora, no pudiendo sobrepasar las 8 horas diarias o 40 horas semanales. Se realizarán dos tutorías de la F.C.T. en el Centro Docente, que no será computada a todos los efectos en el módulo profesional de F.C.T.

El período de realización será desde principios de mayo (una vez evaluado de los módulos de la formación básica y se definan quién podrá acceder a la F.C.T.) y terminarán cuando se complete las 200 horas.

## METODOLOGÍA Y SEGUIMIENTO

La evaluación de la F.C.T. será continua, es decir se realizará durante todo el proceso formativo correspondiente. Lo cual requiere la asistencia regular del alumno al Centro de Trabajo y la realización de las actividades programadas, en el documento correspondiente (programa formativo)

La evaluación del módulo de F.C.T. tiene por objeto la evidencia de la competencia profesional del alumnado a través de los resultados de aprendizaje.

En la evaluación del alumnado colaborará el monitor designado en por el Centro de Trabajo durante su periodo de estancia en el mismo.

El profesor-tutor del grupo de alumnos establecerá un régimen de visitas al Centro de Trabajo, cuya periodicidad será, al menos quincenal, para mantener entrevistas con el monitor del Centro de Trabajo, observar directamente las actividades que el alumnado realiza en el mismo y registrar su seguimiento.

## CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Para la evaluación del módulo de F.C.T, durante el período que dure la realización de la Formación en Centros de trabajo el tutor del grupo deberá llevar a cabo un seguimiento de las actividades desarrolladas por el alumnado en la empresa. Dicho seguimiento permitirá conocer los progresos del alumnado con relación a las capacidades profesionales y al mismo tiempo, detectar y corregir posibles deficiencias de las actividades desarrolladas.

En la evaluación del módulo de F.C.T, se tendrán en cuenta los criterios de evaluación definidos en el programa formativo, la información recogida por el profesor-tutor de F.C.T. a través de las empresas y la valoración de la estancia del alumno en el centro de trabajo, realizada por el tutor designado por la empresa.

La calificación del Módulo de F.C.T, será de **APTO o NO APTO**

Para la calificación de Apto es requisito imprescindible la asistencia regular al Centro de Trabajo. Las faltas de asistencia o puntualidad reiteradas de forma injustificada constituyen falta grave, y conllevan la calificación de NO APTO, y la extinción del concierto de colaboración para un determinado alumno, por decisión unilateral del Centro Docente o la Entidad Colaboradora. Para la calificación se tendrán en cuenta de forma global los aspectos contemplados en los informes a realizar en cada visita con y el informe final del módulo.

## PROGRAMACIÓN

### **MÓDULO PROFESIONAL**

Formación en Centros de Trabajo

(FCT)

**CFGM/CFGS**  
**ACTIVIDADES COMERCIALES**

**Departamento de Comercio**

1.-INTRODUCCIÓN.....	3
2.- LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES RELACIONADAS CON EL MÓDULO SON LAS SIGUIENTES:.....	3
3.- ESTE MÓDULO CONTRIBUIRÁ A LA OBTENCIÓN DE LOS SIGUIENTES OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO FORMATIVO:.....	5
4. -PERIODO DE REALIZACIÓN.....	7
5.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE, CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CONTENIDOS.	7
6. METODOLOGÍA: SEGUIMIENTO. PERIODICIDAD.....	13
7.-CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.....	13

## 1.-INTRODUCCIÓN.

Ciclo Formativo	<b>ACTIVIDADES COMERCIALES</b>		
Módulo	FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO		
Grado	<b>Medio</b>	Código	<b>1237</b>

Las enseñanzas de este ciclo formativo están cofinanciadas por el Fondo Social Europeo, dentro del Programa Iniciativa de Empleo Juvenil.

### “El Fondo Social Europeo invierte en tu futuro”

El Real Decreto **1688/2011 de 18 de Noviembre**, (BOE del 27 de diciembre de 2011), establece el Título de Técnico en Actividades Comerciales y fija sus enseñanzas mínimas.

### Pendiente de publicación del currículo canario en el BOC

El módulo de **Formación en Centros de Trabajo**, con una duración de **220 horas**, contribuirá con los otros módulos del ciclo, a conseguir la competencia general del título, que consiste “en desarrollar actividades de distribución y comercialización de bienes y/o servicios, y en gestionar un pequeño establecimiento comercial, aplicando las normas de calidad y seguridad establecidas y respetando la legislación vigente”.

## 2.- LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES RELACIONADAS CON EL MÓDULO SON LAS SIGUIENTES:

- a) Realizar proyectos de viabilidad y de puesta en marcha y ejercicio por cuenta propia de la actividad de un pequeño negocio de comercio al por menor, adquiriendo los recursos necesarios y cumpliendo con las obligaciones legales y administrativas, conforme a la normativa vigente.
- b) Administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial, realizando las actividades necesarias con eficacia y rentabilidad, y respetando la normativa vigente.

- c) Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los distintos canales de comercialización, utilizando las técnicas de venta adecuadas a la tipología del cliente y a los criterios establecidos por la empresa.
- d) Organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías en las condiciones que garanticen su conservación, mediante la optimización de medios humanos, materiales y de espacio, de acuerdo con procedimientos establecidos.
- e) Garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio, previendo las necesidades de compra para mantener el nivel de servicio que requiere la atención a la demanda de los clientes o consumidores.
- f) Realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios, aplicando técnicas de merchandising, de acuerdo con los objetivos establecidos en el plan de comercialización de la empresa.
- g) Realizar acciones de comercio electrónico, manteniendo la página web de la empresa y los sistemas sociales de comunicación a través de Internet, para cumplir con los objetivos de comercio electrónico de la empresa definidos en el plan de marketing digital.
- h) Realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial, utilizando el hardware y software apropiado para automatizar las tareas y trabajos.
- i) Ejecutar las acciones de marketing definidas por la organización comercial en el plan de marketing, identificando las necesidades de productos y/o servicios de los clientes, los factores que intervienen en la fijación de precios, los canales de distribución y las técnicas de comunicación para cumplir con los objetivos fijados por la dirección comercial.
- j) Ejecutar los planes de atención al cliente, gestionando un sistema de información para mantener el servicio de calidad que garantice el nivel de satisfacción de los clientes, consumidores o usuarios.
- k) Realizar ventas especializadas de productos y/o servicios, adaptando el argumentario de ventas a las características peculiares de cada caso para cumplir con los objetivos comerciales definidos por la dirección comercial.
- l) Gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores, realizando el seguimiento de las operaciones, para asegurar el nivel de servicio prestado.
- m) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos

existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.

n) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.

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.

### **3.- ESTE MÓDULO CONTRIBUIRÁ A LA OBTENCIÓN DE LOS SIGUIENTES OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO FORMATIVO:**

a) Recabar las iniciativas emprendedoras y buscar las oportunidades de creación de pequeños negocios comerciales al por menor, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos para realizar proyectos de viabilidad de implantación por cuenta propia de negocios comerciales al por menor.

b) Delimitar las características y cuantía de los recursos económicos necesarios, atendiendo a las características de la tienda y de los productos ofertados para la puesta en marcha de un pequeño negocio al por menor.

c) Analizar operaciones de compraventa y de cobro y pago, utilizando medios convencionales o electrónicos para administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial.

d) Comparar y evaluar pedidos de clientes a través de los diferentes canales de comercialización, atendiendo y satisfaciendo sus necesidades de productos y/o servicios, para realizar la venta de productos y/o servicios.



e) Identificar los procesos de seguimiento y post venta, atendiendo y resolviendo, las reclamaciones presentadas por los clientes, para realizar la venta de productos y/o servicios.

- Reconocer las tareas de recepción, ubicación y expedición de mercancías en el almacén, asignando medios materiales y humanos, controlando los stocks de mercancías y aplicando la normativa vigente en materia de seguridad e higiene, para organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías.

g) Acopiar y procesar datos de previsiones de demanda y compras a proveedores, utilizando tecnologías de la información y comunicación para garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio.

h) Identificar y elegir los mejores proveedores y/o suministradores, negociando las ofertas y condiciones de suministro para realizar las compras necesarias que mantengan el nivel de servicio establecido en función de la demanda de los clientes o consumidores.

i) Crear imagen de tienda, combinando los elementos exteriores e interiores del establecimiento comercial con criterios comerciales, para realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios.

j) Analizar las políticas de venta y fidelización de clientes, organizando la exposición y promoción del surtido, para realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios.

k) Seleccionar datos e introducirlos en la página web de la empresa, realizando su mantenimiento y buscando un buen posicionamiento, la facilidad de uso y la máxima persuasión para realizar acciones de comercio electrónico.

l) Fomentar las interrelaciones con otros usuarios de la red, utilizando estrategias de marketing digital en las redes sociales, para realizar acciones de comercio electrónico.

m) Reconocer las características de los programas informáticos utilizados habitualmente en el sector comercial, confeccionando documentos y materiales informáticos para realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial.

n) Identificar el mercado y el entorno de la empresa comercial, obteniendo y organizando la información de los agentes que intervienen en el proceso comercial y aplicando políticas de marketing apropiadas para ejecutar las acciones de marketing definidas por la organización comercial en el plan de marketing.

ñ) Seleccionar acciones de información al cliente, asesorándolo con diligencia y cortesía y gestionando en su caso las quejas y reclamaciones presentadas, para ejecutar los planes de atención al cliente.

o) Determinar las características diferenciadoras de cada subsector comercial, ofertando los productos y/o servicios mediante técnicas de marketing apropiadas para realizar ventas especializadas de productos y/o servicios.

p) Identificar expresiones y reglas de comunicación en inglés, tanto de palabra como por escrito, para gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores.

q) Analizar y utilizar los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación para aprender y actualizar sus conocimientos, reconociendo las posibilidades de mejora profesional y personal, para adaptarse a diferentes situaciones profesionales y laborales.

r) Desarrollar trabajos en equipo y valorar su organización, participando con tolerancia y respeto, y tomar decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía.

s) Adoptar y valorar soluciones creativas ante problemas y contingencias que se presentan en el desarrollo de los procesos de trabajo, para resolver de forma responsable las incidencias de su actividad.

t) Aplicar técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a su finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia del proceso.

u) Analizar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional, relacionándolos con las causas que los producen, a fin de fundamentar las medidas preventivas que se van a adoptar, y aplicar los protocolos correspondientes para evitar daños en uno mismo, en las demás personas, en el entorno y en el medio ambiente.

v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al “diseño para todos”.

w) Aplicar y analizar las técnicas necesarias para mejorar los procedimientos de calidad del trabajo en el proceso de aprendizaje y del sector productivo de referencia.

x) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.

y) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.

#### **4. -PERIODO DE REALIZACIÓN**

Se realizará de forma que el último día coincida con el **23 de junio** del año en curso en jornadas adaptadas a cada empresa.

La tutoría se realizará quincenalmente en horario de mañana o de tarde según la empresa.

#### **5.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE, CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CONTENIDOS.**

<b>Resultado de Aprendizaje nº 1:</b>
1º Selecciona oportunidades de empleo, identificando las diferentes posibilidades de inserción y las alternativas de aprendizaje a lo largo de la vida

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
<p>a) Se ha valorado la importancia de la formación permanente como factor clave para la empleabilidad y la adaptación a las exigencias del proceso productivo</p> <p>b) Se han identificado los itinerarios formativo-profesionales relacionados con el perfil profesional del técnico en Actividades Comerciales.</p> <p>c) Se han determinado las aptitudes y actitudes requeridas para la actividad profesional relacionada con el perfil del título.</p> <p>d) Se han identificado los principales yacimientos de empleo y de inserción laboral para el técnico en Actividades Comerciales.</p> <p>e) Se han determinado las técnicas utilizadas en el proceso de búsqueda de empleo.</p> <p>f) Se han previsto las alternativas de autoempleo en los sectores profesionales relacionados con el título.</p> <p>g) Se ha realizado la valoración de la personalidad, aspiraciones, actitudes y formación propia para la toma de decisiones</p>	<p>Constan en el resto de módulos por ser este transversal</p>

### Resultado de Aprendizaje n° 2

2°.-Aplica las estrategias del trabajo en equipo, valorando su eficacia y eficiencia para la consecución de los objetivos de la organización.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
<p>a) Se han valorado las ventajas del trabajo en equipo en situaciones de trabajo relacionadas con el perfil del técnico en Actividades Comerciales.</p> <p>b) Se han identificado los equipos de trabajo que pueden constituirse en una situación real de trabajo.</p> <p>c) Se han determinado las características del equipo de trabajo eficaz frente a los equipos ineficaces.</p> <p>d) Se ha reconocido la posible existencia de conflicto entre los miembros de un grupo como un aspecto característico de las organizaciones.</p> <p>e) Se han identificado los tipos de conflictos y sus fuentes.</p> <p>f) Se han determinado procedimientos para la resolución del conflicto.</p>	<p>Constan en el resto de módulos por ser este transversal</p>

**Resultado de Aprendizaje n° 3**

3.- Ejerce los derechos y cumple las obligaciones que se derivan de las relaciones laborales, reconociéndolas en los diferentes contratos de trabajo

<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>CONTENIDOS</b>
<p>a) Se han identificado los conceptos básicos del derecho del trabajo.</p> <p>b) Se han distinguido los principales organismos que intervienen en las relaciones entre empresarios y trabajadores.</p> <p>c) Se han determinado los derechos y obligaciones derivados de la relación laboral.</p> <p>d) Se han clasificado las principales modalidades de contratación, identificando las medidas de fomento de la contratación para determinados colectivos.</p> <p>e) Se han valorado las medidas establecidas por la legislación vigente para la conciliación de la vida laboral y familiar.</p> <p>f) Se han identificado las causas y efectos de la modificación, suspensión y extinción de la relación laboral.</p> <p>g) Se ha analizado el recibo de salarios, identificando los principales elementos que lo integran.</p> <p>h) Se han analizado las diferentes medidas de conflicto colectivo y los procedimientos de solución de conflictos.</p> <p>i) Se han determinado las condiciones de trabajo pactadas en un convenio colectivo aplicable al sector relacionado con el título de Técnico en Actividades Comerciales.</p> <p>j) Se han identificado las características definitorias de los nuevos entornos de organización del trabajo.</p>	<p>Constan en el resto de módulos por ser este transversal</p>

**RESULTADO DE APRENDIZAJE N° 4**

4. Determina la acción protectora del sistema de la Seguridad Social ante las distintas contingencias cubiertas por las clases de prestaciones.

<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>CONTENIDOS</b>
<p>a) Se ha valorado el papel de la Seguridad Social como pilar esencial para la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos.</p> <p>b) Se han enumerado las diversas contingencias que cubre el sistema de Seguridad Social.</p> <p>c) Se han identificado los regímenes existentes en el sistema de Seguridad Social.</p> <p>d) Se han identificado las obligaciones de empresario y trabajador dentro del sistema de Seguridad Social.</p> <p>e) Se han identificado, en un supuesto sencillo, las bases de cotización de un trabajador y las cuotas correspondientes a trabajador y empresario.</p> <p>f) Se han clasificado las prestaciones del sistema de Seguridad Social, identificando los requisitos.</p> <p>g) Se han determinado las posibles situaciones legales de desempleo.</p> <p>h) Se ha realizado el cálculo de la duración y cuantía de una prestación por desempleo de nivel contributivo básico</p>	<p>Constan en el resto de módulos por ser este transversal</p>

**RESULTADOS DE APRENDIZAJE N° 5**

5.- Evalúa los riesgos derivados de su actividad, analizando las condiciones de trabajo y los Factores de riesgo presentes en su entorno laboral.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTEIDOS
<p>a) Se ha valorado la importancia de la cultura preventiva en todos los ámbitos y actividades de la empresa.</p> <p>b) Se han relacionado las condiciones laborales con la salud del trabajador.</p> <p>c) Se han clasificado los factores de riesgo en la actividad y los daños derivados de los mismos.</p> <p>d) Se han identificado las situaciones de riesgo más habituales en los entornos de trabajo del técnico en Actividades Comerciales.</p> <p>e) Se ha determinado la evaluación de riesgos en la empresa.</p> <p>f) Se han determinado las condiciones de trabajo con significación para la prevención en los entornos de trabajo relacionados con el perfil profesional del técnico en Actividades Comerciales.</p> <p>g) Se han clasificado y descrito los tipos de daños profesionales, con especial referencia a accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, relacionados con el perfil profesional del técnico en Actividades Comerciales.</p>	<p>Constan en el resto de módulos por ser este transversal.</p>

**RESULTADO DE APRENDIZAJE N° 6**

6.- Participa en la elaboración de un plan de prevención de riesgos en una pequeña empresa, identificando las responsabilidades de todos los agentes implicados

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se han determinado los principales derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.</li> <li>• Se han clasificado las distintas formas de gestión de la prevención en la empresa, en función de los distintos criterios establecidos en la normativa sobre prevención de riesgos laborales.</li> <li>• Se han determinado las formas de representación de los trabajadores en la empresa en materia de prevención de riesgos.               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se han identificado los organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales</li> <li>• Se ha valorado la importancia de la existencia de un plan preventivo en la empresa que incluya la secuenciación de actuaciones que se deben realizar en caso de emergencia</li> <li>• Se ha definido el contenido del plan de prevención en un centro de trabajo relacionado con el sector profesional del técnico en Actividades Comerciales.</li> <li>• Se ha proyectado un plan de emergencia y evacuación de una empresa del sector</li> </ul> </li> </ul>	<p>Constan en el resto de módulos por ser este transversal</p>

**Resultado de aprendizaje n° 7**

7.- Aplica las medidas de prevención y protección, analizando las situaciones de riesgo en el entorno laboral del técnico en Actividades Comerciales

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
<ol style="list-style-type: none"> <li>a) Se han definido las técnicas de prevención y de protección individual y colectiva que deben aplicarse para evitar los daños en su origen y minimizar sus consecuencias en caso de que sean inevitables.</li> <li>b) Se ha analizado el significado y alcance de los distintos tipos de señalización de seguridad.</li> <li>c) Se han analizado los protocolos de actuación en caso de emergencia</li> <li>d) Se han identificado las técnicas de clasificación de heridos en caso de emergencia donde existan víctimas de diversa gravedad.</li> <li>e) Se han identificado las técnicas básicas de primeros auxilios que deben ser aplicadas en el lugar del accidente ante distintos tipos de daños y la composición y uso del botiquín.</li> </ol>	<p>Constan en el resto de módulos por ser este transversal</p>



f) Se han determinado los requisitos y condiciones para la vigilancia de la salud del trabajador y su importancia como medida de prevención.	
--	--

## 6. METODOLOGÍA: SEGUIMIENTO. PERIODICIDAD.

La evaluación del módulo será continua durante todo el periodo formativo correspondiente. Durante el período que dure la realización de la formación en centros de trabajo el/la tutor/a del grupo deberá llevar a cabo un seguimiento de las actividades desarrolladas por el alumnado en la empresa. Dicho seguimiento permitirá conocer los progresos del alumnado con relación a las capacidades profesionales y al mismo tiempo, detectar y corregir posibles deficiencias de las actividades desarrolladas.

El profesor/a- tutor/a del módulo organizará un calendario de visitas que será, como mínimo, quincenal.

## 7.-CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

El módulo de FCT se calificará como **apto** o **no apto**.

En la evaluación del módulo de FCT se tendrán en cuenta los criterios de evaluación definidos en el programa formativo, la información recogida a través de las empresas y la valoración de la estancia del alumnado en el centro de trabajo, realizada por el tutor/a designado por la empresa.

Para la evaluación positiva del módulo de FCT, el alumnado debe adquirir la mitad o más de los resultados de aprendizaje programados.

**PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES  
COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES**

**DEPARTAMENTO DE  
COMERCIO Y MARKETING**

Las salidas complementarias y extraescolares que el departamento tiene programadas si la situación sanitaria actual lo permite son:

- Salidas al Centro Comercial las Rotondas de Puerto del Rosario. La finalidad es que el alumnado analice los distintos escaparates.
- Salidas por el pueblo con la finalidad de ver los distintos comercios de la zona y comprobar su logística, seguridad, escaparates, etc.
- Centro logístico en el Cuchillete
- Las organizadas por Vicedirección que resulten de interés para nuestro alumnado.
- Charla sobre drogas concertadas con centros de la zona, con la finalidad de entender lo perjudicial que pueden ser para la salud y como pueden afectar a la finalización de sus estudios.
- Cursos online que el Cabildo de Fuerteventura organice y que estén acorde con los estudios que cursa nuestro alumnado.

Las actividades están previstas para los dos primeros trimestres del curso actual, ya que el tercer trimestre nuestro alumnado estará realizando la F.C.T.