

1. Identificación da programación

Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano académico
36015159	Chan do Monte	Marín	2021/2022

Ciclo formativo

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
COM	Comercio e márketing	CMCOM01	Actividades comerciais	Ciclos formativos de grao medio	Réxime xeral-ordinario

Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (*)

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesións semanais	Horas anuais	Sesións anuais
MP1232	Procesos de venda	2021/2022	6	160	192
MP1232_22	Desenvolvemento do proceso de venda	2021/2022	6	110	132
MP1232_12	Cálculo comercial e medios de pagamento e cobramento	2021/2022	6	50	60

(*) No caso de que o módulo profesional estea organizado en unidades formativas de menor duración

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	MARÍA ÁUREA PEDROSA RODRÍGUEZ
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión inspector

2. Concreción do currículo en relación coa súa adecuación ás características do ámbito produtivo

O novo contexto económico e social marcado por unha rápida globalización da economía, a incorporación de novas tecnoloxías, e a crise xeneralizada na que nos atopamos fai que cada vez máis sexa necesario establecer unha total vinculación e relación permanente entre o sistema educativo e produtivo, para lograr un nivel de calidade de vida na sociedade actual, que permita aos cidadáns exercer o seu dereito a ser cualificados axeitadamente ao longo de toda a vida, para non ser excluídos dun contexto que evoluciona rapidamente, esixindo polivalencia, mobilidade e competitividade para desenvolverse con total normalidade nunha contorna económica e social cada vez máis global e internacional. Esta demanda do sistema produtivo globalizado e a necesidade de saír aos mercados exteriores na procura de novos investimentos e accións comerciais é o que xustifica, en grande medida, a necesidade dos coñecementos abarcados no C.M. de Actividades Comerciais aportando, precisamente, eses profesionais necesarios na empresa actual.

Centrándonos no radio de acción no que nos atopamos, a contorna produtiva de Marín baséase en PEMES e no sector servizos fundamentalmente, empresas nas que en todas se realizan tarefas de carácter comercial, polo que o currículo adecúase ás necesidades e características de ditas empresas. Ante o panorama descrito pódese comprender que os estudos en Actividades Comerciais xogan un papel básico no progreso económico do ámbito produtivo xa que aportan ás empresas un capital humano ben formado e adaptado ao mundo empresarial globalizado actual no que nos atopamos.

3. Relación de unidades didácticas que a integran, que contribuirán ao desenvolvemento do módulo profesional, xunto coa secuencia e o tempo asignado para o desenvolvemento de cada unha

U.D.	Título	Descrición	Duración (sesións)	Peso (%)
1	O consumidor: comportamento e necesidades	O cliente, as súas necesidades, tipos de clientes. Diferencia entre cliente e consumidor.	21	15
2	O vendedor	Tipos de vendedores. Características para poder ser un bó vendedor. Coñecementos e formación do vendedor.	21	15
3	A comunicación nas relacións comerciais	Comunicación oral, escrita y telefónica	20	10
4	Planificación e organización do persoal de vendas	Estructura/organigrama do departamento de vendas. A planificación das visitas de venda.	25	15
5	O Proceso de negociación comercial. Técnicas de venda.	Fases da negociación e peche da venda. Habilidades- técnicas de venda.	25	15
6	Documentación derivada da acción da venda. O contrato de compra-venda.	A contratación mercantil.	20	10
7	Documentación comercial e medios de pago e cobro.	Os documentos comerciais e os medios de cobro e pago mais usuais na venda.	30	10
8	Cálculo comercial	Cálculo do prezo de venda en función do codte, da demanda e da competencia. Cálculo dos xuros nas operacións a prazos e no desconto de letras.	30	10

4. Por cada unidade didáctica

4.1.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
1	O consumidor: comportamento e necesidades	21

4.1.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Identifica o proceso de decisión de compra dos/as consumidores/as e/ou usuarios/as, analizando os factores que inciden nel e as tipoloxías de clientela	SI

4.1.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA1.1 Identifícanse os tipos de consumidores/as, diferenciando finais ou particulares, e industriais ou organizacionais
CA1.2 Defínense o contido e os aspectos que abrangue o estudo do comportamento dos/as consumidores/as e/ou usuarios/as
CA1.3 Defínense e clasifícanse as necesidades dos/as consumidores/as, tendo en conta a orde xerárquica que se establece á hora de satisfacelas
CA1.4 Clasifícanse as compras, atendendo ao comportamento racional ou impulsivo dos/as consumidores/as e/ou usuarios/as
CA1.5 Identifícanse as fases do proceso de compra dos/as consumidores/as finais, analizando os factores que determinan a súa complexidade e a súa duración
CA1.6 Analízanse os determinantes internos e externos que inflúen no proceso de decisión de compra dos/as consumidores/as e/ou usuarios/as
CA1.7 Identifícanse as fases do proceso de compra dos/as consumidores/as industriais, comparando o proceso co dos/as finais
CA1.8 Caracterízanse as tipoloxías de clientela, atendendo ao seu comportamento de compra, á súa personalidade e ás súas motivacións de compra

4.1.e) Contidos

Contidos
Tipos de consumidores/as: final ou particular, e industrial ou institucional.
Tipoloxías de clientela.
Estudo do comportamento do/a consumidor/ora: aspectos que abrangue.
Necesidades do/a consumidor/ora: tipos.
Tipos de compras segundo o comportamento do/a consumidor/ora.
Proceso de decisión de compra do/a consumidor/ora final. Fases do proceso e variables que inflúen nel.
Determinantes internos que inciden no proceso de compra.
Variables externas que inflúen no proceso de compra.
Variables de márketing no proceso de compra.
Proceso de compra da entidade consumidora industrial ou organizacional. Tipos de entidades consumidoras. Fases do proceso.

4.2.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
2	O vendedor	21

4.2.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Define as funcións, os coñecementos e o perfil do persoal vendedor, analizando as necesidades de formación, motivación e remuneración do equipo de vendas	SI

4.2.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA2.1 Establecéronse as funcións e as responsabilidades do persoal vendedor na venda persoal
CA2.2 Clasificouse o persoal vendedor en función das características da empresa en que preste servizos, o tipo de venda que realice e a natureza do produto
CA2.3 Definiuse o perfil do persoal vendedor profesional, analizando as calidades persoais, as habilidades profesionais e os coñecementos que debe ter
CA2.4 Describíronse os postos de traballo de vendas e o perfil do persoal vendedor máis axeitados para cada posto
CA2.5 Determináronse as necesidades de formación, perfeccionamento e reciclaxe do equipo de persoal vendedor
CA2.6 Definiuse o contido do programa de formación e perfeccionamento do persoal vendedor
CA2.7 Valorouse a importancia da motivación do persoal vendedor analizando os principais factores motivadores
CA2.8 Identificáronse os sistemas de retribución máis habituais do persoal vendedor

4.2.e) Contidos

Contidos
Vendedor/ora: concepto e funcións.
Papel do/a vendedor/ora na venda persoal.
Tipoloxía do persoal vendedor segundo a empresa en que preste os seus servizos, segundo a natureza do produto e segundo a actividade ou o tipo de venda que realice.
Perfil do/a vendedor/ora profesional: calidades persoais, capacidades profesionais e coñecementos.
Manual do persoal vendedor.
Formación do persoal vendedor: necesidade da formación; programas de formación e perfeccionamento.
Motivación do persoal vendedor: factores motivadores.
Sistemas de remuneración do persoal vendedor.

4.3.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
3	A comunicación nas relacións comerciais	20

4.3.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA4 - Desenvolve entrevistas con suposta clientela, utilizando técnicas axeitadas de venda, negociación e pechamento, dentro dos límites de actuación establecidos pola empresa	NO

4.3.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA4.6 Utilizáronse técnicas de comunicación verbal e non verbal en situacións de venda e relación coa clientela

4.3.e) Contidos

Contidos
<p>Comunicación nas relacións comerciais.</p> <p>Proceso de comunicación: elementos. Barreiras na comunicación.</p> <p>Comunicación verbal. Normas para falar en público.</p> <p>Comunicación telefónica na venda. Uso das novas tecnoloxías.</p> <p>Comunicación escrita. Cartas comerciais.</p> <p>Comunicación non verbal na venda e nas relacións coa clientela.</p>

4.4.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
4	Planificación e organización do persoal de vendas	25

4.4.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA3 - Organiza o proceso de venda, definindo as liñas de actuación do persoal vendedor, de acordo cos obxectivos fixados no plan de vendas	NO

4.4.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA3.1 Identifícanse as funcións do departamento de vendas dunha empresa e as responsabilidades do/a director/ora de vendas
CA3.2 Diferenciáronse as formas de organización do departamento de vendas por zonas xeográficas, por produtos, por clientela, etc
CA3.3 Calculouse a cantidade de persoal vendedor que se requiren para cumprir os obxectivos do plan de vendas da empresa
CA3.4 Elaborouse o programa de vendas do/a vendedor/ora, definindo os seus propios obxectivos e o plan de actuación, en función dos obxectivos establecidos no plan de vendas da empresa
CA3.7 Determinouse o número de visitas comerciais que se vaian realizar á clientela real e potencial, e o tempo de duración das visitas
CA3.8 Planificáronse as visitas á clientela, aplicando as rutas de vendas que permitan aproveitar optimamente os tempos do persoal vendedor e reducir os custos

4.4.e) Contidos

Contidos
Departamento de vendas: funcións.
Elaboración do programa de vendas e liñas de actuación do persoal vendedor.
Funcións do/a director/ora de vendas.
Planificación das vendas. Obxectivos de vendas.
Factores que condicionan a organización do departamento de vendas.
Estrutura organizativa do departamento de vendas. Organigramas.
Determinación do tamaño do equipo de vendas.
Delimitación das zonas de venda e asignación ao persoal vendedor.
Planificación das visitas á clientela: tipos e frecuencia das visitas.
Deseño das rutas de vendas.

4.5.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
5	O Proceso de negociación comercial. Técnicas de venda.	25

4.5.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA3 - Organiza o proceso de venda, definindo as liñas de actuación do persoal vendedor, de acordo cos obxectivos fixados no plan de vendas	NO
RA4 - Desenvolve entrevistas con suposta clientela, utilizando técnicas axeitadas de venda, negociación e pechamento, dentro dos límites de actuación establecidos pola empresa	SI

4.5.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA3.5 Elaborouse o argumentario de vendas, incluíndo os puntos fortes e débiles do produto, resaltando as súas vantaxes respecto ao da competencia e achegando solucións aos problemas da clientela
CA3.6 Aplicáronse técnicas de prospección de clientela, atendendo ás características do produto ou servizo ofertado
CA4.1 Preparouse a documentación necesaria para realizar unha visita comercial, consultando a información de cada cliente ou clienta na ferramenta de xestión de relacións coa clientela (CRM)
CA4.2 Concertouse e preparouse a entrevista de vendas, adaptando o argumentario ás características, ás necesidades e ao potencial de compra de cada cliente ou clienta, de acordo cos obxectivos fixados
CA4.3 Preparouse o material de apoio e a documentación necesaria
CA4.4 Realizouse a presentación e a demostración do produto, utilizando técnicas de venda axeitadas de persuasión
CA4.5 Prevíronse as posibles obxeccións do cliente ou a clienta, e definíronse as técnicas e os argumentos axeitados para a refutación destas
CA4.6 Utilizáronse técnicas de comunicación verbal e non verbal en situacións de venda e relación coa clientela
CA4.7 Planificouse a negociación dos aspectos e as condicións da operación que poidan ser obxecto de negociación
CA4.8 Utilizáronse técnicas para lograr o pechamento da venda e obter o pedido

4.5.e) Contidos

Contidos
Fases do proceso de venda.
Prospección de clientela: métodos.
Preparación da venda.
Obxectivos, contido e estrutura do argumentario de vendas.
Tipos de argumentos: racionais e emocionais.
Elaboración do argumentario de vendas segundo os tipos de produtos, a tipoloxía da clientela e o tipo de canles de distribución.
Preparación do material de apoio para reforzar os argumentos, segundo os tipos de produtos e da clientela.
Venda persoal.
OTécnicas de venda: modelo AIDA (atención, interese, desexo e acción). Técnica SPIN (situación, problema, implicación e necesidade). Sistema de adestramento Zelev Noel.

Contidos

Concertación e preparación da visita.

Toma de contacto e presentación.

Sondaxe e determinación das necesidades da clientela.

Presentación do produto e argumentación, aplicando técnicas de venda.

Demostración do produto, utilizando material de apoio.

Obxeccións da clientela: técnicas de tratamento.

Negociación das condicións da operación. Asertividade e empatía.

Pechamento da venda. Sinais de compra e aplicación de técnicas de pechamento.

Despedida e final da entrevista.

Formas de venda: tradicional, autoservizo, sen tenda, televenda, venda en liña, etc.

Seguimento da venda.

Servizos posvenda: asesoramento e información, garantía, asistencia técnica e reparacións, recambios e repostos.

Xestión de incidencias, queixas e reclamacións da clientela.

Servizos de atención, satisfacción e fidelización da clientela.

Ferramentas de xestión das relacións coa clientela (CRM).

Fases da entrevista de vendas.

4.6.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
6	Documentación derivada da acción da venda. O contrato de compra-venda.	20

4.6.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA5 - Formaliza os contratos de compravenda e outros contratos afíns, analizando as cláusulas máis habituais, de acordo coa normativa	SI

4.6.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA5.1 Interpretouse a normativa que regula os contratos de compravenda
CA5.2 Caracterizouse o contrato de compravenda, os elementos que interveñen e os dereitos e as obrigas das partes, analizando a súa estrutura e as cláusulas habituais que se inclúen nel
CA5.3 Formalizouse o contrato de compravenda no que se recollen os acordos entre vendedor/ora e comprador/ora, utilizando un procesador de textos
CA5.4 Interpretouse a normativa que regula o contrato de compravenda a prazos e os requisitos que se exigen para a súa formalización
CA5.5 Caracterizouse o contrato de vendas en consignación, analizando os casos en que proceda a súa formalización
CA5.6 Caracterizouse o contrato de subministración, analizando os supostos en que se requira para o abastecemento de materiais e servizos
CA5.7 Analizáronse os contratos de leasing e renting como alternativas de adquisición e financiamento do inmovilizado da empresa

4.6.e) Contidos

Contidos
Contrato: características, requisitos básicos e tipos.
0Contratos de leasing e de renting.
Contratos de factoring e de forfaiting.
Contrato de compravenda: características, elementos e requisitos.
Normativa que regula a compravenda: compravenda civil e mercantil.
Dereitos e obrigas de vendedor/ora e comprador/ora.
Cláusulas xerais dun contrato de compravenda.
Contrato de compravenda a prazos.
Contrato de subministración.
Contrato estimatorio ou de vendas en consignación.
Contratos de transporte e de seguro.

4.7.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
7	Documentación comercial e medios de pago e cobro.	30

4.7.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Xestiona a documentación comercial e de pagamento e cobramento das operacións de compravenda, formalizando os documentos necesarios	SI

4.7.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA1.1 Xestionouse a documentación comercial de operacións de venda, desde a recepción do pedido ata o envío e a recepción por parte do/a cliente/a
CA1.2 Estableceuse o xeito de formalizar o pedido por parte do/a cliente/a, en vendas a distancia (por catálogo, televenda, teléfono móbil, internet, etc.)
CA1.3 Identificáronse as formas de pagamento, analizando o procedemento e a documentación necesaria en cada caso
CA1.4 Diferenciáronse os medios de pagamento ao contado dos aprazados
CA1.5 Comparáronse os medios e as formas de pagamento, analizando as vantaxes e as desvantaxes en termos de custo, seguridade e facilidade de uso
CA1.6 Formalizouse a documentación correspondente aos medios de pagamento
CA1.7 Formalizáronse cheques, letras de cambio, obrigas de pagamento e demais documentación correspondente aos medios de pagamento
CA1.8 Identificouse a documentación correspondente ás operacións de endoso, aval e xestión de cobramento de medios de pagamento

4.7.e) Contidos

Contidos
Documentación comercial xerada nas vendas. Facturas e albarás.
Obriga de pagamento.
Operacións asociadas aos medios de pagamento. Endoso e aval.
Xestión de cobramento de efectos comerciais.
Anticipación do cobramento. Negociación e desconto bancario.
Xestión de impagamentos.
Medios de pagamento electrónicos.
Confección, rexistro e arquivamento de documentos.
Cobramento da venda. Documentos de cobramento e pagamento.
Clasificación de medios de pagamento segundo a fiabilidade, o custo e o prazo de pagamento.
Pagamento en efectivo.
Transferencia bancaria.

Contidos

Lei cambiaria e do cheque.

Cheque: tipoloxía e funcionamento.

Letra de cambio.

4.8.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
8	Cálculo comercial	30

4.8.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Determina os prezos e o importe das operacións, aplicando o cálculo comercial nos procesos de venda	SI

4.8.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA2.1 Calculouse o prezo de venda do produto, aplicando unha certa marxe comercial expresada en forma de porcentaxe do prezo de custo
CA2.2 Calculouse o prezo de venda do produto, aplicando unha marxe comercial expresada en forma dun porcentaxe sobre o prezo de venda
CA2.3 Determinouse o importe total dunha operación de venda, aplicando os descontos e os gastos acordados, e o IVE correspondente
CA2.4 Calculáronse os xuros de diversas operacións, definindo as variables que o determinan e aplicando un determinado tipo de xuro
CA2.5 Calculouse o desconto de diversas operacións, aplicando un determinado tipo de desconto
CA2.6 Calculouse o desconto e o efectivo resultante dunha remesa de efectos
CA2.7 Formalizáronse facturas de negociación de efectos comerciais, aplicando un determinado tipo de desconto e a correspondente comisión
CA2.8 Cálculo de operacións de cobro e pago en moneda estranxeira.

4.8.e) Contidos

Contidos
Determinación do prezo de venda ao público do produto ou servizo. Elementos que forman parte do prezo.
Desconto racional ou matemático e desconto comercial: cálculo.
Negociación de efectos comerciais. Cálculo do desconto e do efectivo resultante dunha remesa de efectos.
Substitución de débedas. Vencemento común e vencemento medio.
Cálculo do importe de operacións comerciais en moeda estranxeira.
Cálculo do prezo de venda, aplicando unha determinada marxe comercial expresada en forma de porcentaxe sobre o prezo de custo.
Cálculo do prezo, aplicando unha determinada marxe expresada en forma de porcentaxe sobre o prezo de venda.
Cálculo do importe total dunha operación de venda.
Aplicación dos xuros nas operacións comerciais.
Concepto de xuros. Xuro simple e composto.
Cálculo do xuro simple.
Métodos abreviados para o cálculo dos xuros de varios capitais ao mesmo tipo de xuro e diferentes períodos de tempo.

Contidos
Concepto de desconto.

5. Mínimos exigibles para alcanzar a avaliación positiva e os criterios de cualificación

MÍNIMOS ESIXIBLES PARA ALCANZAR A AVALIACIÓN POSITIVA

Todos aqueles criterios de avaliación indicados como mínimos esixibles no apartado 4.c desta programación.

AVALIACIÓNS E CRITERIOS DE CUALIFICACIÓN

A avaliación realizarase ao longo de todo o proceso formativo do alumnado, non se centrará exclusivamente nas cualificacións obtidas nas probas de control e exames, senón que se valorará a participación do alumno/a na clase, traballos, actividades e exercicios realizados ao longo das distintas unidades, tendo un carácter continuo.

O desenvolvemento do proceso de avaliación para este módulo será o seguinte:

a) AVALIACIÓN INICIAL de coñecementos previos non se realizará mediante proba escrita, senón que será a partir da observación directa do desenvolvemento das actividades propostas ao efecto, como o profesor coñecerá o nivel destes coñecementos previos.

b) AVALIACIÓNS PARCIAIS: haberá 3 sesións de avaliación (unha por trimestre).

1ª avaliación: unidades 1, 2 e 3.

2ª avaliación: unidades 4, 5 e 6.

3ª avaliación: unidades 7 e 8.

Ao longo do proceso de ensino/aprendizaxe realizarase a avaliación, a partir do seguimento directo das actividades realizadas polo alumno, a súa participación na clase, a adquisición de determinadas actitudes, e a realización de probas persoais escritas.

Por tratarse dun módulo de Procesos de venda do ciclo de grado medio de actividades comerciais, considerarase avaliable a imaxe que o alumno presente na clase, así coma todo tipo de relación, corrección nas preguntas e respostas, disponibilidad, amabilidade, compostura do alumno na aula.... considerándose que estes elementos son importantes no seu proceso de formación para conseguir o perfil necesario de cara aos futuros traballos que desenvolverán os alumnos no sector comercial (comercio minorista, grandes superficies, departamentos comerciais de seguros, polígonos industriais,...)

Os criterios de cualificación serán os seguintes:

A- A realización regular dos exercicios propostos pola profesora, a presentación puntual de traballos,... suporá un 20% da nota de avaliación.

a1. Valoraranse as actividades de participación do alumno nas actividades diarias (exercicios, actividades, resolución de problemas,..) de xeito que a corrección voluntaria dos mesmos supón unha nota de 0,10 a engadir a nota da avaliación fixando un máximo de 1 punto neste concepto.

a2. A realización de traballos propostos polo profesor será voluntaria por parte do alumnado. Ditos traballos versarán sobre contidos tratados no módulo e terán unha valoración máxima de 1 punto dos que 0,25 corresponde á memoria do traballo e o resto ao propio traballo en sí (orixinalidade, rigurosidades, contidos apropiados, redacción.....). A valoración será recollida nunha táboa na que se reflectirán dictos aspectos así como a puntuación final otorgada a cada alumno.

B- En cada avaliación realizarase unha proba escrita que comprenda contidos teóricos e prácticos impartidos. Esta proba escrita constará de varios apartados tipo test, definicións, preguntas cortas e resolución de supostos prácticos. Na proba escrita requirese un mínimo de 5 puntos sobre 10

para que se considere superada a avaliación . Neste caso o alumno veríase obrigado a recuperala e na nota de avaliación figuraría un 4. A ponderación da proba escrita sobre a nota da avaliación é dun 80%.

A nota de cada avaliación parcial do módulo formarase do seguinte xeito: nota da proba escrita (sempre que se cumpra o requisito de que acade o 5) + notas das saídas ao encerado para corrir exercicios ou participación en actividades + nota dos traballos voluntarios. A nota máxima será de 10 e os excesos á mesma non serán tidos en conta. A nota de avaliación non poderá ter decimais. Por exemplo un/a alumno/a que obtivese un 5,5 no exame de avaliación cumpriría o requisito esixido (mínimo de 5) e ponderaría un 80% na nota de avaliación, isto é ,4,40. Se saíse a corrir axeitadamente exercicios ao encerado dúas veces acadaría: 0,20 puntos e se realizase un traballo que se propuxese e se valorara con 1 punto, tería neste apartado un total de 1,20. A nota da avaliación sería por tanto, $4,40+1,20=5,60$, que redondeando quedaría nun 6.

c) AVALIACIÓN FINAL

A cualificación final do módulo superado coincidirá coa obtida na terceira avaliación parcial e formaríase do seguinte xeito: a nota numérica da 1ª avaliación + a nota numérica da 2ª avaliación + a nota numérica da 3ª avaliación, o resultado divídese entre 3 e redondéase a nota, se ten decimais, coa valoración global do profesor sobre a disposición do alumnado, interese na aprendizaxe..etc.

6. Procedemento para a recuperación das partes non superadas

6.a) Procedemento para definir as actividades de recuperación

Con posterioridade a cada sesión parcial de avaliación realizarase un exame de recuperación para os alumnos que non acadasen resultados positivos. O exame terá as mesmas características que os de cada avaliación con contidos teóricos e prácticos. A nota da avaliación final será a suma das notas acadadas en cada avaliación dividida por 3 redondeando a nota tendo en conta a participación na aula, a realización das tarefas propostas, etc.

É moi importante aclarar que nas recuperacións que se fagan se manterá a nota máis alta, e se un alumno por ex, sacase no primeiro exame un 4 e logo na recuperación obtén un 2, se lle conservará o 4.

Avaliación final:

Os alumnos con algunha avaliación parcial non superada haberán de asistir ás correspondentes clases de recuperación no mes de xuño e finalmente farán unha proba escrita na data previamente sinalada. Para ser apto na proba, a nota terá que ser mínimo de 5 puntos e a nota final se conformará de xeito semellante ao explicado.

6.b) Procedemento para definir a proba de avaliación extraordinaria para o alumnado con perda de dereito a avaliación continua

Cando un alumno perda o dereito a avaliación continúa(PD), terá que facer unha proba final extraordinaria en xuño, coincidindo coa final do resto dos alumnos, donde se incluírán tódolos contidos que non foron obxecto de avaliación pola perda de tal dereito.

Dado que a normativa de avaliación estipula que ha de quedar evidenciada a adquisición dos resultados de aprendizaxe establecidos para cada módulo, os mínimos esixidos e os criterios de avaliación non varían con respecto ós programados.

7. Procedemento sobre o seguimento da programación e a avaliación da propia práctica docente

- Rexistro propio das desviacións e modificacións de entidade de xeito mensual.
- Posta en común na Reunión mensual do Departamento e nas sesións de avaliación.
- Memoria Anual.

8. Medidas de atención á diversidade

8.a) Procedemento para a realización da avaliación inicial

Na primeira semana do curso, levaranse a cabo probas sinxelas basados nos contidos mínimos, para determinar o nivel do alumnado. Posteriormente, poñeranse en común na avaliación inicial do ciclo, na data correspondente.

8.b) Medidas de reforzo educativo para o alumnado que non responda globalmente aos obxectivos programados

A diversidade do alumnado no contexto dun Ciclo Formativo ven determinada pola experiencia persoal (traxectoria formativa e laboral) do alumno, pola súa procedencia socio-cultural, pola falta de coñecementos básicos, así como por determinadas necesidades especiais vinculadas a algunha situación de discapacidade (enténdese non-intelectual). Para atender a necesidades derivadas das diferencias mencionadas teranse en conta as seguintes orientacións:

- Para aqueles alumnos que padezan algún tipo de discapacidade física ou sensorial, teranse previstas adaptacións necesarias nos recursos didácticos, organización do espazo na aula, actividades de ensino-aprendizaxe e de avaliación, para garantir a adquisición da competencia profesional. De calquera xeito, é de gran importancia nestes casos, pautas de axuda mutua e cooperación entre compañeiros, e entre estes e o profesorado.
- Tendo en conta que non se trata dunha ensinanza obrigatoria, atenderanse nun primeiro momento as carencias de coñecementos básicos, evitando, en todo caso, que se convirta nun grupo de apoio ou de educación especial.

9. Aspectos transversais

9.a) Programación da educación en valores

A finalidade da educación é o desenvolvemento integral do alumnado. Isto supón atender non so as capacidades cognitivas ou intelectuais dos alumnos, senon tamén as súas capacidades afectivas, de relación interpersonal e de inserción e actuación social.

Os temas transversais que se tratarán son:

1. La comprensión lectora, la expresión oral y escrita, la comunicación audiovisual, las tecnologías de la información y de la comunicación, el emprendimiento, y la educación cívica y constitucional.
2. El aprendizaje de la prevención y resolución pacífica de conflictos en todos los ámbitos de la vida personal, familiar y social, así como de los valores que sustentan la libertad, la justicia, la igualdad, el pluralismo político, la paz, la democracia, el respeto a los derechos humanos, el respeto por igual a los hombres y a las mujeres, y a las personas con discapacidad, y el rechazo de la violencia terrorista, la pluralidad, el respeto al Estado de derecho, el respeto y la consideración a las víctimas del terrorismo, y la prevención del terrorismo y de cualquier tipo de violencia: La prevención de la violencia de género, de la violencia contra las personas con discapacidad, de la violencia terrorista y de cualquier forma de violencia, racismo o xenofobia, incluido el estudio del Holocausto judío como hecho histórico.
3. Se evitarán los comportamientos y los contenidos sexistas y los estereotipos que supongan discriminación por razón de la orientación sexual o de la identidad de género, favoreciendo la visibilidad de la realidad homosexual, bisexual, transexual, transgénero e intersexual.
4. Se adoptarán medidas para que el alumnado participe en actividades que le permitan afianzar el espíritu emprendedor y la iniciativa empresarial a partir de aptitudes como la creatividad, la autonomía, la iniciativa, el trabajo en equipo, la confianza en uno mismo y el sentido crítico.

5. En el ámbito de la educación y la seguridad vial, se promoverán acciones para la mejora de la convivencia y la prevención de los accidentes de tráfico, a fin de que los/las alumnos/as conozcan sus derechos y deberes como usuarios/as de las vías, en calidad de peatones, viajeros/as y conductores/as de bicicletas o vehículos a motor, respeten las normas y las señales, y se favorezca la convivencia, la tolerancia, la prudencia, el autocontrol, el diálogo y la empatía con actuaciones adecuadas tendentes a evitar los accidentes de tráfico y sus secuelas.

9.b) Actividades complementarias e extraescolares

A efectos de optimizar recursos, é difícil especificar con certeza na programación as actividades concretas que se levarán a cabo, xa que moitas delas supoñen ter a dispoñibilidade de empresas a visitar (non sempre doado e con motivo da crisis por Coronavirus aínda é máis complicado), custos de desprazamentos, número mínimo de partícipes, etc...Pode ser, moi facilmente, que se pense nun trimestre e non sexa posible, sen embargo, poida facerse noutro. A nivel de conferenciantes (expertos), non sempre teñen un oco cando nós pensamos. E por último, pode ser que xurda nun momento unha oportunidade (unha feira, unha convención, un congreso non programados) que conveña aproveitar.

Ainda así:

- Visitas a empresas e feiras: Como cada ano, intentaremos levar ós alumnos a Inditex (Arteixo-A Coruña) pola relevancia que ten, para coñecer o seu departamento de vendas, o seu almacén e as súas plantas de deseño, e aproveitando a viaxe intentaremos visitar Estrela Galicia. Outra posibilidade, de acordo coa programación de eventos (neste momento non dispoñible completamente), é a visita a algunha feira de exposicións ou de mostras.

10.Outros apartados

10.1) Exposición da programación do módulo

No día da presentación do módulo de Procesos de Venda, o comenzo do curso, poñerase en coñecemento dos alumnos a programación do módulo. Estará a súa disposición no momento en que calquera deles a precise: só teñen que solicitala ao profesor.

10.2) Consecuencias da fatal honestidade profesional

No caso de que un alumno copie nun examen ou empregue métodos fraudulentos, deberá repetilo de xeito tal como está previsto nesta programación.

10.3) Adaptación da programación do curso 2019-2020 por motivo do COVID-19

O curso pasado, tal como se nos exixió, fíxose unha adaptación da programación do módulo Procesos de Venda para o 3º trimestre do curso 2019_20.

Os contidos mínimos recollidos na adaptación da programación foron impartidos na súa totalidade e todos os alumnos conseguiron acadar satisfactoriamente os resultados de aprendizaxe exixidos na adaptación da programación do 3º trimestre do curso 2019-2020.

10.4) Plan de continxencia do COVID 19

O IES Chan do Monte ten establecido un Plan de Continxencia que ten por finalidade establecer os procesos para o reinicioda actividade académica presencial no caso de que se teña interrompido a suspensión da actividade lectiva como consecuencia da aparición dun abrocho que supoña o cese da actividade presencial nun aula/etapa educativa/centro.

10.5) Impartición de horas ONLINE

De acordo coas instrucións para ciclos polo tema do Coronavirus, tense establecido hasta un 20% das sesións totais do ciclo para impartición Online. En total son dúas sesións semanais as que impartiría neste módulo de Procesos de Venta que, de ser o caso, se darían por videoconferencia a través da aplicación de Cisco Webex Meeting e tamén co apoio da Aula virtual para entrega de material por parte do profesor e de traballos ou exercicios por parte do alumnado.