

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	CSCOM03	Xestión de vendas e espazos comerciais	Ciclos formativos de grao superior	Réxime xeral-ordinario

Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (*)

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesións semanais	Horas anuais	Sesións anuais
MP0929	Técnicas de venda e negociación	2021/2022	6	105	126
MP0929_22	Proceso de vendas e contratación	2021/2022	6	65	78
MP0929_12	Plan de vendas	2021/2022	6	40	48

(*) 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 xeralizada 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.S. de Xestión de Ventas e Espazos Comerciais aportando, precisamente, esos profesionais necesarios na empresa actual.

Centrándonos no radio de acción na 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 el panorama descrito pódese comprender que os estudos en Xestión de Ventas e Espazos Comerciais xogan un papel básico no progreso económico no ámbito produtivo xa que aportan as 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	Venda persoal do produto ou servicio.	Fases do proceso de venda persoal do produto ou servicio: prospección, concertación da visita, contacto e presentación, sondeo, negociación e peche.	28	25
2	O seguimento da venda.	Servicio técnico, reparacións e atención ás queixas e reclamacións.	16	10
3	A comunicación nas vendas.	Información e comunicación na empresa. Saber falar e escuchar. Habilidades para falar en público.	17	15
4	O contrato de compravenda e outros contratos afíns.	Elementos do contrato de compravenda, dereitos e obrigas das partes. Estructura e contido do contrato escrito. Outros contrato afíns. Tramitación de litixios.	17	15
5	O mercado e os sistemas de venda.	Concepto e clasificación dos mercados. Sistemas de venda. Planificación das vendas: análise DAFO. Control do plan de vendas.	35	25
6	Disponibilidade do produto e da prestación de servicios.	Control periódico das existencias. Desaxustes entre o inventario contable de produtos e o real. Cálculo do coste de rotura de existencias.	13	10

4. Por cada unidade didáctica

4.1.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
1	Venda persoal do produto ou servizo.	28

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Elabora o plan e o argumentario de vendas do produto, realizando propostas que contribúan a mellorar a colocación do produto no mercado, a fidelización da clientela e o incremento das vendas	NO
RA2 - Xestiona o proceso de venda do produto ou servizo, utilizando as técnicas de venda e pechamento axeitadas, de acordo co plan de vendas e dentro das marxes de actuación establecidas pola empresa	NO
RA3 - Deseña o proceso de negociación das condicións dunha operación comercial, aplicando técnicas de negociación para alcanzar un acordo co/coa cliente/a ou provedor/ora, dentro dos límites establecidos pola empresa	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 Realizouse un inventario das fortalezas e debilidades do produto ou servizo, e as vantaxes e os inconvenientes que presenta para distintos tipos de clientela
CA1.2 Elaborouse o argumentario de vendas, incluíndo os puntos fortes e débiles do produto, resaltando as súas vantaxes respecto aos da competencia, presentando as solucións aos problemas da clientela e propondo as técnicas de venda axeitadas
CA1.3 Prevíronse as posibles obxeccións da clientela e definíronse as técnicas e os argumentos axeitados para a súa refutación
CA1.4 Utilizáronse as obxeccións e as suxestións da clientela como elemento de retroalimentación para realizar propostas de mellora de certos aspectos do produto e/ou do argumentario de vendas
CA1.5 Definíronse os obxectivos de vendas e os recursos necesarios para os conseguir, de acordo co establecido no plan de márketing da empresa
CA1.7 Elaborouse o programa de vendas propio do persoal vendedor, adaptando o argumentario de vendas e o plan de acción comercial ás características, ás necesidades e ao potencial de compra de cada persoa, de acordo cos obxectivos establecidos pola empresa
CA1.8 Confeccionouse o argumentario de vendas en liña e o tratamento das obxeccións, de acordo co plan de comercio electrónico da empresa e respectando a normativa legal sobre comercialización e a publicidade en liña
CA2.1 Identifícaronse as fases do proceso de venda dun produto ou servizo e as accións que cumpra desenvolver, en función da forma de venda e das características da clientela
CA2.2 Identificouse a clientela actual e potencial utilizando diversos medios e técnicas de prospección e procura de clientela
CA2.3 Utilizáronse as técnicas de comunicación habituais (correo, teléfono, correo electrónico, etc.) para contactar coa clientela, enviar información e concertar a entrevista de vendas
CA2.4 Planificouse a entrevista de vendas, fixando os obxectivos que cumpra alcanzar, adaptando o argumentario de vendas ás características e ao perfil da clientela, e preparando o material de apoio necesario para reforzar os argumentos durante a presentación do produto
CA2.5 Realizouse a presentación do produto ou servizo, resaltando as súas calidades, diferenciándoo dos da competencia mediante os argumentos oportunos e utilizando a aplicación informática axeitada
CA2.6 Utilizáronse técnicas de venda para acordar coa clientela determinados aspectos da operación, dentro dos límites de actuación establecidos
CA2.7 Trátáronse con asertividade as obxeccións da clientela mediante os argumentos e as técnicas de refutación axeitadas
CA2.8 Pechouse a venda do produto ou servizo aplicando técnicas de pechamento axeitadas e prestando especial atención á comunicación non verbal
CA3.1 Analizouse a negociación como alternativa na toma de decisións, considerando a necesidade de negociar determinados aspectos das operacións de compravenda
CA3.2 Analizáronse as variables que inciden nun proceso de negociación, como son o contorno, os obxectivos, o tempo, a información da outra parte, a relación de poder entre as partes e os límites da negociación
CA3.3 Caracterizáronse os estilos de negociación, analizando as súas vantaxes e os seus inconvenientes en cada caso

Criterios de avaliación
CA3.4 Identifícanse as etapas básicas dun proceso de negociación comercial e as accións que cumpra desenvolver en cada fase
CA3.5 Elaborouse o plan estratéxico e as demais actividades necesarias para a preparación eficaz dun proceso de negociación previamente definido
CA3.6 Negociáronse as condicións dunha operación de compravenda cun/cunha suposto/a cliente/a, aplicando as técnicas de negociación axeitadas dentro dos límites previamente fixados
CA3.7 Aplicáronse diversas tácticas de negociación en situacións supostas, con obxecto de alcanzar un acordo favorable para a empresa, dentro das marxes e dos límites establecidos

4.1.e) Contidos

Contidos
Argumentario de vendas: obxectivos, contido e estrutura.
Tipos de argumentos: racionais e emocionais.
Descrición do produto: utilidades, especificacións técnicas, prezo e servizo.
Inventario de fortalezas e debilidades do produto ou servizo.
Elaboración do argumentario de vendas segundo tipos de produtos, tipoloxía da clientela e tipo de canles de distribución e comercialización.
Técnicas de venda: modelo de atención, interese, desexo e acción (AIDA); método de situación, problema, implicación e necesidade (SPIN); e sistema de adestramento Zelev Noel.
Técnicas e argumentos para refutar as posibles obxeccións da clientela.
Elaboración do programa de vendas e as liñas propias de actuación comercial.
Desenvolvemento da entrevista e pechamento da venda. Técnicas de venda. Vendas adicionais.
Venda complexa e xestión das grandes contas.
Cobramento da venda.
Venda persoal: función do/a vendedor/ora.
Proceso de venda: fases.
Métodos de prospección e procura de clientela.
Preparación da venda: concertación e preparación da visita.
Negociación nas relacións comerciais.
Pacto ou acordo.
Seguimento da negociación.
Estratexia e tácticas de negociación.
Negociación como alternativa na toma de decisións.
Variables básicas da negociación: contorno, obxectivos, tempo, información, límites da negociación e relación de poder entre as partes.
Estilos de negociar: actitudes dura-agresiva, sumisa-servicial e de cooperación e diálogo.
Calidades das persoas boas negociadoras.
Regras para obter o éxito na negociación.
Fases dun proceso de negociación.

Contidos

Preparación da negociación.

Desenvolvemento da negociación.

4.2.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
2	O seguimento da venda.	16

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA5 - Planifica a xestión das relacións coa clientela, organizando o servizo de atención posvenda, de acordo cos criterios e os procedementos establecidos pola empresa	SI

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

Criterios de avaliación
CA5.1 Identifícanse as situacións comerciais que requiran un seguimento posvenda e as accións necesarias para o levar a cabo
CA5.2 Caracterízanse os servizos posvenda e de atención á clientela que cumpra levar a cabo para manter a relación coa clientela e garantir a súa plena satisfacción
CA5.3 Descríbense os criterios e os procedementos que haxa que utilizar para realizar un control de calidade dos servizos posvenda e de atención á clientela
CA5.4 Identifícanse os tipos e a natureza dos conflitos, das queixas e das reclamacións que poidan xurdir no proceso de venda dun produto ou servizo
CA5.5 Descríbiuse o procedemento e a documentación necesaria en caso de incidencia, desde que se teña constancia dela ata a actuación da persoa responsable da súa resolución
CA5.6 Identifícanse os procedementos e as técnicas aplicables para resolver as queixas e as reclamacións da clientela
CA5.7 Selecciónouse a clientela susceptible de formar parte dun programa de fidelización, en función dos criterios comerciais e da información dispoñible na empresa, utilizando, de ser o caso, a ferramenta de xestión das relacións coa clientela (CRM)
CA5.8 Elaborouse o plan de fidelización da clientela, utilizando a aplicación informática dispoñible

4.2.e) Contidos

Contidos
Seguimento da venda.
Seguimento da venda e atención á clientela.
Programas de fidelización.
Aplicacións informáticas de xestión das relacións coa clientela (CRM).
Servizo posvenda.
Servizo de información e de atención á clientela, e ás persoas consumidoras e usuarias.
Normativa en materia de protección das persoas consumidoras e usuarias.
Xestión de queixas e reclamacións da clientela.
Márketing relacional e de relación coa clientela.
Xestión das relacións coa clientela.
Control de calidade do servizo de atención e información á clientela, e ás persoas consumidoras e usuarias.
Estratexias e técnicas de fidelización da clientela.

4.3.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
3	A comunicación nas vendas.	17

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Xestión o proceso de venda do produto ou servizo, utilizando as técnicas de venda e pechamento axeitadas, de acordo co plan de vendas e dentro das marxes de actuación establecidas 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
CA2.3 Utilizáronse as técnicas de comunicación habituais (correo, teléfono, correo electrónico, etc.) para contactar coa clientela, enviar información e concertar a entrevista de vendas

4.3.e) Contidos

Contidos
Venda electrónica, telefónica e a grupos.
Comunicación nas relacións comerciais: información e comunicación.
Proceso de comunicación: elementos. Dificultades na comunicación.
Tipos de comunicación: interna e externa, formal e informal, verbal e non verbal.
Comunicación verbal (normas para falar en público), telefónica (uso das novas tecnoloxías), escrita e non verbal.

4.4.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
4	O contrato de compravenda e outros contratos afíns.	17

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA4 - Elabora contratos de compravenda e outros afíns, que recollan os acordos adoptados no proceso de venda e negociación	SI

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

Criterios de avaliación
CA4.1 Interpretouse a normativa legal que regula os contratos de compravenda
CA4.2 Caracterizouse o contrato de compravenda, os elementos que interveñen, os dereitos e as obrigas das partes, a súa estrutura e o seu contido, analizando as cláusulas habituais que se inclúen nel
CA4.3 Elaborouse o contrato de compravenda que recolla os acordos adoptados entre as partes vendedora e compradora, utilizando un procesador de textos
CA4.4 Analizáronse contratos de compravenda especiais
CA4.5 Analizouse o contrato de compravenda a prazos, a normativa que o regula e os requisitos que se exigen para a súa formalización
CA4.6 Caracterizouse o contrato de venda en consignación, analizando supostos en que proceda a súa formalización
CA4.7 Caracterizouse o contrato de subministración, analizando os casos en que se requira, para o abastecemento de determinados materiais e servizos
CA4.8 Analizáronse os contratos de leasing e renting como xeitos de financiamento do inmovilizado da empresa
CA4.9 Analizouse o procedemento de arbitraje comercial como xeito de resolución de conflitos e incumprimentos de contrato

4.4.e) Contidos

Contidos
Contratos: características, requisitos básicos e clases.
0Contratos de compravendas especiais.
Contratos de transporte e de seguro.
Contratos de leasing e de renting.
Contratos de factoring e de forfaiting.
Resolución de conflitos por incumprimento do contrato: vías xudicial e arbitral.
Contrato de compravenda: características, requisitos e elementos.
Normas que regulan a compravenda: compravenda civil e mercantil.
Formación do contrato de compravenda: oferta e aceptación da oferta.
Obrigas das partes vendedora e compradora.
Cláusulas xerais dun contrato de compravenda.

Contidos

Contrato de compravenda a prazos.

Contrato de subministración.

Contrato estimatorio ou de vendas en consignación.

4.5.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
5	O mercado e os sistemas de venda.	35

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Obtén a información necesaria para definir estratexias comerciais e elaborar o plan de vendas, organizando os datos recollidos desde calquera dos sistemas de información dispoñibles	SI
RA2 - Identifica novas oportunidades de negocio que contribúan a mellorar a xestión comercial da empresa, aplicando os procedementos e as técnicas de análise axeitadas	SI

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

Criterios de avaliación
CA1.1 Identifícanse as fontes de datos internas e externas que proporcionan información útil para a definición das estratexias comerciais da empresa
CA1.2 Elaboráronse os patróns que vaian utilizar os membros do equipo de vendas para a recollida de información relativa á actividade comercial da empresa
CA1.3 Organizouse a información do SIM, do briefing do produto ou servizo, da rede de vendas e da aplicación de xestión das relacións coa clientela (CRM)
CA1.4 Interpretouse a normativa legal comunitaria, estatal, autonómica e local que regula a comercialización de produtos, servizos e marcas
CA1.5 Analizouse a información relativa aos produtos ou servizos da propia empresa e os da competencia, aplicando criterios comerciais
CA1.6 Organizouse a información obtida da clientela e da rede de vendas, utilizando a ferramenta informática dispoñible e garantindo a confidencialidade e a protección de datos
CA1.7 Confeccionáronse os ficheiros mestres de clientela real e potencial, cos datos máis salientables de cada persoa, utilizando a aplicación informática axeitada
CA1.8 Mantívose actualizada a base de datos da clientela, incorporando a información salientable de cada contacto comercial
CA2.1 Consultáronse as fontes de información comercial en liña e offline dispoñibles para obter datos relativos á imaxe corporativa da empresa, ao volume de vendas e ao produto ou a gama de produtos que comercializa
CA2.2 Analizouse a evolución das vendas por zonas, clientela ou segmentos de mercado, produtos, marcas ou liñas de produtos, calculando cotas de mercado, tendencias e taxas de crecemento ou descenso
CA2.3 Calculouse a rendibilidade de produtos ou servizos a partir dos custos e o punto morto
CA2.3.1 Controlouse o presuposto do plan de vendas.
CA2.4 Identifícanse os puntos fortes e débiles do plan de actuación coa clientela, en función das características desta, do potencial de compra e dos pedidos realizados
CA2.5 Comparouse a oferta e a demanda de produtos para determinar o grao de saturación do mercado, a existencia de produtos substitutivos e as innovacións tecnolóxicas no sector
CA2.6 Realizouse unha análise comparativa das características e as utilidades dos produtos, e das accións comerciais, publicitarias e promocionais desenvolvidas, tanto pola empresa como pola competencia
CA2.7 Analizáronse as oportunidades de mercado da empresa, aplicando técnicas de análise axeitadas, co fin de identificar novos nichos de mercado
CA2.7.1 Realizouse unha análise DAFO e unha análise BCG da carteira de produtos.
CA2.8 Detectáronse nichos de mercado desabastecidos ou insatisfeitos onde a empresa poida ter oportunidades, analizando o perfil da clientela real e potencial, o volume e a frecuencia de compra, o potencial de compra, o grao de fidelidade á marca e a capacidade de diferenciación do produto

4.5.e) Contidos

Contidos

Fontes de información internas e externas.

Información sobre o mercado, o contorno e a competencia.

Información sobre a empresa e as actividades comerciais.

Información salientable sobre o produto, servizo ou gama de produtos.

Información sobre a actividade comercial da empresa. Sistema de vendas.

Información obtida da clientela: procedementos de obtención.

Información obtida dos comerciais e a rede de vendas: métodos de obtención.

Elaboración de ficheiros de clientela actual e potencial.

Actualización e mantemento de bases de datos da clientela.

Análise da evolución das vendas: por zonas xeográficas, por tipo de clientela, por segmentos de mercado, e por produtos, marcas ou liñas de produtos.

Cálculo da rendibilidade de produtos, liñas ou gamas, a partir dos custos e o punto morto.

Análise comparativa dos produtos propios e dos da competencia, aplicando criterios comerciais.

Comparación da oferta e a demanda de produtos.

Análise da estrutura do mercado: mercado actual e potencial.

Análise das oportunidades de mercado: análise interna e externa; análise de debilidades, ameazas, fortalezas e oportunidades (DAFO), e análise do ciclo de vida do produto. Mapas de colocación do produto.

Análise dos segmentos de mercado atractivos para a empresa. Perfil da clientela real e potencial. Tipoloxía da clientela.

Estratexias comerciais de produto segundo distintos criterios.

4.6.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
6	Dispoñibilidade do produto e da prestación de servizos.	13

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA3 - Xestión a información necesaria para garantir a dispoñibilidade de produtos e a prestación de servizos que se requira para executar o plan de vendas, aplicando os criterios e os procedementos establecidos	SI

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

Criterios de avaliación
CA3.1 Calculouse a cantidade de produtos e/ou folletos de servizos necesarios no punto de venda para garantir un nivel óptimo de cobertura, tendo en conta o orzamento, o índice de rotación dos produtos e o espazo dispoñible
CA3.2 Formulouse a solicitude de produtos e recursos necesarios para a prestación do servizo, asegurando a dispoñibilidade de produtos e as existencias de seguridade que garantan a satisfacción da clientela
CA3.3 Realizouse o control periódico de existencias de produtos no establecemento, en función dos recursos dispoñibles e segundo o procedemento establecido
CA3.4 Valoráronse as existencias de produtos dispoñibles, aplicando os criterios establecidos, de xeito que a información obtida sirva como indicador para a xestión comercial das vendas
CA3.5 Detectáronse desaxustes entre o inventario contable de produtos e o real, analizáronse as causas e o valor da perda descoñecida, e propuxéronse accións que reduzan os desaxustes dentro do plan de vendas
CA3.6 Valorouse o custo da posible rotura de existencias, a rotación e a estacionalidade das vendas, entre outros, co fin de lograr a satisfacción e a fidelización da clientela
CA3.7 Valorouse a capacidade de prestación do servizo en función dos recursos dispoñibles, para garantir a calidade do servizo prestado, utilizando a aplicación de xestión axeitada

4.6.e) Contidos

Contidos
Cálculo da cantidade de produtos e/ou folletos de servizos necesarios no establecemento para garantir un índice de cobertura óptimo. Determinación cuantitativa do mercado.
Solicitude de produtos e recursos necesarios para a prestación do servizo, para asegurar a dispoñibilidade de produtos e a satisfacción da clientela.
Control periódico de existencias de produtos en función dos recursos dispoñibles e segundo o procedemento establecido.
Desaxustes entre o inventario contable de produtos e o real.
Cálculo do custo da rotura de existencias, a rotación e a estacionalidade das vendas.
Capacidade de prestación do servizo en función dos recursos dispoñibles, para garantir a calidade do servizo prestado.

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

MÍNIMOS ESIXIBLES PARA ACADAR 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 inicial

Realizarase nos primeiros días de comezo de curso un cuestionario no que se intentará indagar sobre o grao de coñecemento da materia por parte do alumno, os seu interese respecto á mesma así como outros aspectos: nocións sobre vendas, marketing, e publicidade, destreza adquirida no manexo de ordenadores e programas informáticos, novas tecnoloxías, etc. Os resultados do citado cuestionario, unha vez tabulados os datos, serán comunicados ao titor/a na sesión de avaliación inicial.

b) Avaliacións parciais

Haberá 2 sesións de avaliación (nos dous primeiros trimestres): a primeira que abrangue dende comezo do curso ata principios do mes de decembro e a segunda dende decembro ata finais de marzo.

b.1. En cada avaliación realizarase un só exame. Estará dividido en dúas partes:

-1ª) de contidos teóricos e

-2ª) de contidos prácticos sobre as mesmas unidades.

O examen da 1ª avaliación comprenderá as unidades didácticas 1, 2 e 3, e o examen da 2ª avaliación comprenderá as unidades didácticas 4, 5 e 6.

A parte teórica constará de 5 preguntas, unha de varios apartados tipo test, outra de definicións e outras tres de preguntas curtas. En total estas 5 preguntas estarán valoradas con 5 puntos /1 punto cada unha). A parte práctica comprenderá dos supostos prácticos con varios apartados, valorándose esta parte práctica noutros 5 puntos (2,5 puntos cada suposto). No exame requírese un mínimo de un 2,5 en cada parte para que se considere superado (isto é, non se considera superada a avaliación se un alumno/a acadase nota numérica de 5 nunha parte e de 2 na outra parte. Neste caso o alumno veríase obrigado a recuperar a parte non superada e na nota de avaliación figuraría un 4. Porén, un alumno superaría a avaliación se nunha das partes obtívase un 5, por exemplo e na outra un 2,5, a nota do exame sería de 7,5 e non se vería obrigado a recuperar parte algunha). A ponderación do exame na nota de avaliación é dun 90%.

Á nota obtida no exame engadirase:

b.2. 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.

b3. 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.

A nota de cada avaliación parcial do módulo formarase do seguinte xeito: nota do exame (sempre que se cumpra o requisito de que acade o 2,5

en cada parte)+ notas das saídas ao encerado para corrixir 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 tería unha nota neste apartado de 5,5 que ponderaría un 90% na nota de avaliación, isto é, 4,95 (apartado b1). Se saíse a corrixir axeitadamente exercicios ao encerado dúas veces acadaría 0,20 puntos (apartado b2) e se realizase un traballo que se propuxese (apartado b3) e se valorara con 0,5 tería nestes apartado b2+b3 un total de 0,70 puntos. A nota da avaliación sería por tanto, $4,95+0,70=5,65$ que redondeando quedaría nun 6.

c) Avaliación final

A cualificación final do módulo superado coincidirá coa obtida na segunda avaliación parcial e formariase do seguinte xeito: a nota numérica da 1ª avaliación + a nota numérica da 2ª avaliación, o resultado divídese entre 2 e redondéase a nota, se ten decimais, coa valoración global do profesor sobre a disposición do alumnado, interese na aprendizaxe..etc. Se seguindo o exemplo visto anteriormente, un/a alumno/a tivese un 5,02 na primeira avaliación e un 6,8 na segunda a nota sería de 5,91, e decir, un 6.

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.

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.

A nota do exame de recuperación será ponderada nun 90% e a do resto de actividades nun 10%. Teranse en conta as puntuacións das saídas voluntarias para corrección de exercicios ou de realización doutras actividades.

A nota da avaliación final será a suma das notas acadadas en cada avaliación dividida por 2 redondeando a nota tendo en conta a participación na aula, a realización das tarefas propostas,....

Os alumnos con algunha avaliación parcial non superada terán que recuperala nos exames finais a celebrar no último mes de clase nos que se aplicará a escala que vimos anteriormente 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

Os alumnos que superen (tendo en conta os motivos laborais e persoais) o 10% de faltas de asistencia ao módulo, perderán o dereito de avaliación continua.

Para superar o módulo, realizarase unha proba extraordinaria de avaliación previa a avaliación final de módulos correspondente. e co correspondente aviso no taboeiro de anuncios publicaranse a data do exame que respetará as características dos exames por avaliacións parciais, se ben incluíndo todas as unidades didácticas das unidades formativas ponderando nun 50% os contidos teóricos e un 50% os prácticos.

Superarase cunha nota mínima de 5 sendo necesario acadar unha nota de 2,5 en cada parte (teórica e práctica).

Se un alumno ten avaliacións parciais satisfactorias e perde o dereito posteriormente por atoparse nalgunha das seguintes situacións extraordinarias: enfermidade o accidente propios ou de familiares, asistencia e coidados destes, relación laboral con contrato, ou calquera outra de suficiente gravidade, estes contidos superados non se incluírán na proba final. Neste caso, a cualificación do módulo sería promediada do xeito habitual.

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

O seguimento da programación farase en www.edu.xunta.es/programacións, dando conta mensualmente nas reunións de equipo docente. No caso de modificacións na programación, xustificárase debidamente. Ao final de curso cada docente realizará a Memoria final do módulo na que se incluírán tódalas propostas de mellora feitas durante o curso e que servirán como base para a elaboración das programacións do vindeiro curso. Ademais realizarase a avaliación final da programación didáctica, na que se anotarán todas as incidencias acaecidas ao longo do mesmo. Esta avaliación será realizada en principio polo profesor, que anotará as observacións nun impreso que recolla todos os apartados da programación que estime deben ser tidas en conta.

Por outra banda a observación do alumnado e a realización de actividades nas primeiras semanas do curso é fundamental para coñecer a situación de partida dos alumnos/as e do grupo-clase e propiciar a aprendizaxe significativa do alumno. O obxectivo será avaliar:

-A actitude e motivación en relación ao traballo de clase e ao traballo persoal: atención ante as explicacións, preguntas... participación xeral e o esforzo ante a demanda da realización de tarefas, presentación e coidado do material ou da carpeta de traballo.

-Asistencia e comportamento

- Coñecementos e formación anterior.

Coñecida a situación de partida do alumno/a e as dificultades que observamos, tentaremos establecer a tempo as oportunas medidas: reforzo educativo de tipo curricular e adaptación de recursos e materiais.

8. Medidas de atención á diversidade

8.a) Procedemento para a realización da avaliación inicial

A observación do alumnado e a realización de actividades nas primeiras semanas do curso é fundamental para coñecer a situación de partida dos alumnos/as e do grupo-clase e propiciar a aprendizaxe significativa do alumno. O obxectivo será avaliar:

-A actitude e motivación en relación ao traballo de clase e ao traballo persoal: atención ante as explicacións, preguntas... participación xeral e o esforzo ante a demanda da realización de tarefas, presentación e coidado do material ou da carpeta de traballo.

- Asistencia e comportamento

-Coñecementos e formación anterior.

Coñecida a situación de partida do alumno/a e as dificultades que observamos, tentaremos establecer a tempo as oportunas medidas: reforzo educativo de tipo curricular e adaptación de recursos e materiais.

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

Para posibilitar a consecución por parte de todos os alumnos dos mínimos reflectidos na programación, propóñense as seguintes medidas:

-Priorizar o desenvolvemento de determinadas capacidades naqueles alumnos que así o requiran

-Buscarase a comprensión dos aspectos esenciais de cada tema por parte de todo o grupo

-A profundización e o estudo detallado de casos concretos dependerá das capacidades individuais de cada alumno

-Diseñaranse actividades de reforzo para aqueles alumnos que non son capaces de seguir o ritmo normal da clase

-Propoñeranse actividades que permitan profundizar no desenvolvemento do espírito crítico e a capacidade reflexiva.

-Seguimento do traballo diario: valoración da evolución que presenta respecto á situación inicial.

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 interpersoal 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.

As actuacións concretas para incorporar os temas transversais serían:

- Descubrir a presenza dos temas transversais no conxunto dos elementos do currículo do módulo.
- Aproveitar a celebración dos días conmemorativos que se relacionan con estes temas transversais, para a realización de actividades.

9.b) Actividades complementarias e extraescolares

Intentarase buscar ao longo do curso un xefe de vendas dalgunha empresa para que explique ós alumnos cal é o plan de vendas propio e como o levan a cabo.

Invitarase a algún vendedor de grandes negociacións.

Visitarase algunha empresa ou asistirase a algunha conferencia.

10. Outros apartados

10.1) Coñecemento da programación do módulo polos alumnos.

No día da presentación do módulo de Técnicas de venda e negociación ao comenzo do curso, o profesor faralle referencia ós alumnos de que a programación do módulo estará a súa disposición no momento en que calquera de eles a precise. Simplemente terán que solicitala ó profesor e éste pondrá a súa disposición as copias que precisen no taboleiro da aula.

10.2) Consecuencias da fatal honestidade profesional

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

10.3) Plan de Continxencia por COVID-19

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

10.4) Impartición de clases 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 Técnicas de Venta e Negociación 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.