

**1. Identificación da programación**
**Centro educativo**

Código	Centro	Concello	Ano académico
36015159	Chan do Monte	Marín	2024/2025

**Ciclo formativo**

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
COM	Comercio e márketing	CD2COM000100	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	2024/2025	6	159	190
MP1232_22	Desenvolvemento do proceso de venda	2024/2025	6	109	130
MP1232_12	Cálculo comercial e medios de pagamento e cobramento	2024/2025	6	50	60

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

**Profesorado responsable**

Profesorado asignado ao módulo	ROCÍO MARTÍNEZ BARREIRO
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión departamento

## 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.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.	20	15
2	O vendedor	Tipos de vendedores. Características para poder ser un bó vendedor. Coñecementos e formación do vendedor.	20	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	20

**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 Identifícaronse os tipos de consumidores/as, diferenciando finais ou particulares, e industriais ou organizacionais
CA1.2 Definiuse o contido e os aspectos que abrangue o estudo do comportamento dos/as consumidores/as e/ou usuarios/as
CA1.3 Definíronse e clasificáronse as necesidades dos/as consumidores/as, tendo en conta a orde xerárquica que se establece á hora de satisfacelas
CA1.4 Clasificáronse as compras, atendendo ao comportamento racional ou impulsivo dos/as consumidores/as e/ou usuarios/as
CA1.5 Identifícaronse 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 Analizáronse os determinantes internos e externos que inflúen no proceso de decisión de compra dos/as consumidores/as e/ou usuarios/as
CA1.7 Identifícaronse as fases do proceso de compra dos/as consumidores/as industriais, comparando o proceso co dos/as finais
CA1.8 Caracterizáronse 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.
0Tipoloxías 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	20

**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

Criterios de avaliación
CA2.2 Clasifícase 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 Defínese o perfil do persoal vendedor profesional, analizando as calidades persoais, as habilidades profesionais e os coñecementos que debe ter
CA2.4 Descríbense 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 Defínese 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 Identifícanse 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 Identifícaronse 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 cliente 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 cliente, 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 cliente, 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.
0Técnicas de venda: modelo AIDA (atención, interese, desexo e acción). Técnica SPIN (situación, problema, implicación e necesidade). Sistema de adestramento Zelev Noel.
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.
0Seguimento da venda.
Servizos posvenda: asesoramento e información, garantía, asistencia técnica e reparacións, recambios e repostos.

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

**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.

Contidos
<p>Cobramento da venda. Documentos de cobramento e pagamento.</p> <p>Clasificación de medios de pagamento segundo a fiabilidade, o custo e o prazo de pagamento.</p> <p>Pagamento en efectivo.</p> <p>Transferencia bancaria.</p> <p>Lei cambiaria e do cheque.</p> <p>Cheque: tipoloxía e funcionamento.</p> <p>Letra de cambio.</p>

**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

**Crterios de avaliación**

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.

Concepto de desconto.

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

Este módulo consta de 2 unidades formativas (UF), cada unha delas cos seus correspondentes resultados de aprendizaxe ( RA), criterios de avaliación (CA) e contidos básicos. Para superar o módulo o/a alumno/a debe acadar a avaliación positiva en cada unha das unidades formativas, sendo a nota mínima requerida igual a 5.

Todos os Criterios de Avaliación (CA) establécense como mínimos tendo que acadarse o 50% da cualificación de cada un para ter unha avaliación positiva. O cálculo do 50% establecerase no nivel mínimo de logro que corresponda ao instrumento de avaliación empregado.

Os procedementos de avaliación que se aplicarán poderán ser:

a. Probas de coñecementos: consistentes en probas escritas que poderán conter preguntas curtas, preguntas a desenvolver, preguntas tipo test ou supostos prácticos. As probas conterán instrucións de realización e a cualificación máxima por preguntas ou apartados. Este tipo de probas serán combinadas; ou sexa, se avaliarán varios criterios de cualificación nelas. A cualificación consistirá en corrixir a proba globalmente e repartir a cualificación entre os CA avaliados en función do peso establecido en axustar avaliación.

Unha proba de coñecementos non realizada inxustificadamente, suporá volvela realizar no período de actividades de recuperación correspondente.

b. Probas de produto e/ou desempeño: consistirán en traballos de investigación, memorias, fichas, plans, obxectos, informes ou defensas orais tanto en grupo como individuais. Conterán indicacións/instrucións precisas sobre como presentalas, os formatos de presentación, o xeito de presentación (correo electrónico, aula virtual,...), se debe ser defendido, os prazos de presentación, as penalizacións por presentacións fóra de prazo e de como se cualificarán (niveis de logro e indicadores). Un produto non presentado inxustificadamente, implicará volvelo realizar no período de actividades de recuperación correspondente. Cualifícanse con táboas de indicadores (rúbricas) con catro niveis de logro: completo/excelente 100% da cualificación do indicador de que se trate; case completo/bo 75%; aceptable (mínimo) 50% e insuficiente do 0% ao 40%). Nas táboas de indicadores empregaranse os seguintes bloques: expresión escrita, ortografía, formato, presentación e creatividade, contido e desempeño. Os indicadores de contido puntuarán como mínimo un 60% da cualificación total do produto. Se o produto que se pide trae asociada unha exposición oral (defensa) esta será avaliada por separado coa súa correspondente táboa de indicadores que incluírán os seguintes bloques:

linguaxe non verbal, linguaxe verbal, presentación e creatividade do apoio visual. Este tipo de probas serán combinadas; ou sexa, se avaliarán varios criterios de cualificación nelas. A cualificación consistirá en corrixir a proba globalmente e repartir a cualificación entre os CA avaliados en función do peso establecido en axustar avaliación.

As probas de coñecemento e/ou probas de produto (segundo o caso) ponderarán un 80% na nota da avaliación correspondente, mentras que o 20% restante corresponderá a realización correcta as actividades e tarefas feitas na aula e corrixidas grupalmente.

Será necesario obter un mínimo de 4 nas probas de coñecemento que se realicen en cada avaliación para que se faga media coas probas de produto e se consideren as tarefas de aula. En caso contrario, o

estudiante deberá realizar a proba de recuperación correspondente.

**NOTA:**

Si durante a realización do examen o profesor observa no alumno unha conducta impropia como a utilización de móbiles, copia do exame de outro alumno, utilización de chuletas etc., o procedemento a seguir será a anulación inmediata do exame e a continuación procederase a realizar ao alumno unha proba oral sobre os mesmos contidos.

## **6. Procedemento para a recuperación das partes non superadas**

### **6.a) Procedemento para definir as actividades de recuperación**

O alumno/a, se ten superada todas as avaliacións parciais, non terá que realizar a proba final.

A superación dunha avaliación posterior non implica a superación da anterior, se esta tivese unha cualificación menor do 5, debido a que son contidos diferentes en cada unha delas.

O alumno/a, se non superase algunha das avaliacións, terá dereito a realizar un exame final no mes de xuño nas datas que oportunamente indicará xefatura de estudos na que deberá examinarse da avaliación ou avaliacións que non superara anteriormente. A puntuación da proba será de 0 a 10 puntos, sendo necesario obter unha nota mínima de 5 puntos para superala.

A proba de recuperación consistente nunha proba escrita que poderá conter preguntas curtas, preguntas a desenvolver, preguntas tipo test e/ou supostos prácticos

Con independencia do sinalado, o profesor ou profesora poderá recomendar a realización de exercicios e actividades de ter dificultades coa aprendizaxe da materia, para que poida confeccionalos de forma autónoma.

Igualmente poderán establecerse polo profesor ou profesora actividades de reforzo.

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

O alumnado que perdese o dereito á avaliación continua durante o curso terá dereito a unha proba final extraordinaria previa á avaliación final de módulos correspondente, de acordo co establecido no artigo 25.5 da Orde do 12 de xullo de 2011. A cualificación obtida na dita proba consignarase na avaliación final de módulos do curso correspondente.

Esta proba final extraordinaria será elaborada de xeito que se poidan comprobar obxectivamente as competencias definidas nos RA do módulo.



Consistirá na realización dunha proba escrita de coñecemento que poderá conter preguntas curtas e/ou a desenvolver, preguntas tipo test ou supostos prácticos. O alumno ou alumna deberá acadar o nivel mínimo de logro establecido para todos os CA que integran o módulo.

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

Mensualmente realizarase unha valoración da evolución da programación. Ao finalizar o curso farase unha valoración global. A programación será revisada ao inicio de cada curso académico á vista da experiencia do curso anterior e outras circunstancias.

## 8. Medidas de atención á diversidade

### 8.a) Procedemento para a realización da avaliación inicial

No mes de setembro se desenvolverá un procedemento de observación competencial a través de diversas tarefas que permitan recoller información sobre competencias claves.

As competencias clave son as seguintes:

1. Competencia en comunicación lingüística. Refírese á habilidade para utilizar a lingua, expresar ideas e interactuar con outras persoas de maneira oral ou escrita. Para desenvolvela deseñaranse tarefas que impliquen a expresión escrita e a utilización da oralidade.
2. Competencia dixital. Implica o uso seguro e crítico das TIC para obter, analizar, producir e intercambiar información.
3. Aprender a aprender. É unha das principais competencias, xa que implica que o alumnado desenvolva a súa capacidade para iniciar a aprendizaxe e persistir nel, organizar as súas tarefas e tempos, e traballar de maneira individual ou colaborativa para conseguir un obxectivo.
4. Competencias sociais e cívicas. Fan referencia ás capacidades para relacionarse coas persoas e participar de maneira activa, participativa e democrática na vida social e cívica.
5. Sentido da iniciativa e espírito emprendedor. Implica as habilidades necesarias para converter as ideas en actos, como a creatividade ou as capacidades para asumir riscos e planificar e xestionar proxectos.

Posteriormente farase unha confrontación das obsevacións coas realizadas por outros profesores e coa información do tutor.

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

As actividades de reforzo educativo consistirán na atención individualizada ao alumnado e no deseño de actividades secuenciadas que axuden a entender o que se pide.

Cando sexa necesario, coordinarase co resto do equipo docente e co Departamento de Orientación para tratar o reforzo en competencias clave.

**9. Aspectos transversais****9.a) Programación da educación en valores**

Se tratarán os seguintes temas transversais, reflectidos no Decreto 86/2015. Artigo 4:

- Igualdade de dereitos no mundo do traballo.
- Respeto ao medio ambiente.
- Defensa dos consumidores
- Respeto dos valores democráticos
- Responsabilidade social das empresas.
- Fomento do consumo responsable.

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**

O alumnado participará nas distintas actividades complementarias e extraescolares previstas e autorizadas polo Departamento de Comercio.

**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 e apoderán atopala colgada na aula virtual do módulo.

**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.