

		F-SE-PR-02
	<b>PROGRAMACION DIDÁCTICA</b>	
	<b>VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS</b>	<b>CURSO 2021 /22</b>

## ÍNDICE:

---

- 1 Introducción.
- 2 Objetivos del módulo.
- 3 Capacidades terminales / Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.
- 4 Contenidos, distribución, temporalización y mínimos exigibles.
  - 4.1 Contenidos y contenidos mínimos exigibles.
  - 4.2 Desarrollo temporal de las unidades de trabajo.
- 5 Interrelación entre elementos curriculares.
  - 5.1 Objetivos y competencias transversales.
  - 5.2 Interrelación por unidades didácticas.
- 6 Metodología didáctica de carácter general.
- 7 Proceso de evaluación del alumnado.
  - 7.1 Procedimiento de evaluación.
  - 7.2 Criterios de calificación.
- 8 Mecanismos de seguimiento y valoración que permitan potenciar los resultados positivos y subsanar las deficiencias que pudieran observarse.
- 9 Actividades de orientación y apoyo encaminadas a la superación de los módulos profesionales pendientes.
- 10 Materiales didácticos para uso de los alumnos.
- 11 Plan de contingencia.

		F-SE-PR-02
	<b>PROGRAMACION DIDÁCTICA</b>	
	<b>VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS</b>	<b>CURSO 2021 /22</b>

## 1.- INTRODUCCION

**Denominación del ciclo:** Técnico en Elaboración de productos alimenticios.

**Nivel:** 2º CFGM

**Duración del módulo:** 63 horas

**RD u ORDEN:** ORDEN de 1 de abril de 2011

## 2.- OBJETIVOS DEL MÓDULO

La formación asociada a este módulo profesional contribuye a alcanzar los **objetivos generales** k), l), o), q), r) y s) del ciclo formativo,

k) Analizar la documentación asociada a los procesos, relacionándola con la actividad productiva y comercial para cumplimentarla.

l) Identificar y seleccionar las técnicas publicitarias, valorando su adecuación a los productos y a las características de la empresa para promocionar y comercializar los productos elaborados.

o) Describir los roles de cada uno de los componentes del grupo de trabajo, identificando en cada caso la responsabilidad asociada, para la organización del mismo.

q) Reconocer las oportunidades de negocio, identificando y analizando demandas del mercado para crear y gestionar una pequeña empresa.

r) Valorar las actividades de trabajo en un proceso productivo, identificando su aportación al proceso global para participar activamente en los grupos de trabajo y conseguir los objetivos de la producción.

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

y las **competencias** i), j), n), o), p) y q) del título.

i) Cumplimentar los registros y partes de incidencia, utilizando los procedimientos de calidad.

j) Promocionar y comercializar los productos elaborados aplicando las técnicas de marketing.

n) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de las relaciones laborales, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente.

o) Crear y gestionar una pequeña empresa, realizando un estudio de viabilidad de productos, de planificación de la producción y de comercialización.

p) Cumplir con los objetivos de la producción, colaborando con el grupo de trabajo y actuando conforme a los principios de responsabilidad y tolerancia.

q) Participar de forma activa en la vida económica, social y cultural, con una actitud crítica y responsable.

## 3.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

		F-SE-PR-02
	<b>PROGRAMACION DIDÁCTICA</b>	
	<b>VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS</b>	<b>CURSO 2021 /22</b>

**1. Establece los precios de los productos alimentarios elaborados, analizando costes y beneficios.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los tipos de costes existentes.
- b) Se han determinado las variables que intervienen en el coste y en el beneficio.
- c) Se ha realizado el escandallo del producto elaborado.
- d) Se han interpretado las fórmulas y conceptos de interés, descuento y márgenes comerciales.
- e) Se ha fijado el precio de un producto con un beneficio establecido.
- f) Se han actualizado los precios a partir de la variación de los costes.
- g) Se han identificado los condicionantes de los precios de venta de los productos alimentarios.

**2. Aplica las técnicas de venta relacionándolas con los diferentes canales de comercialización.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las características de los productos, la imagen de marca y el posicionamiento de la empresa y de la competencia.
- b) Se ha especificado la documentación necesaria de la operación de venta.
- c) Se han reconocido los sistemas de comunicación presencial y no presencial, aplicando las técnicas que facilitan la empatía con el cliente.
- d) Se han reconocido las variables que intervienen en la conducta y motivación de la compra por parte del cliente.
- e) Se ha identificado la tipología de cliente y sus necesidades de compra.
- f) Se han adaptado las técnicas de venta al medio de comunicación empleado (presencial, teléfono, Internet, televisión interactiva, telefonía móvil, correo postal, correo electrónico).

**3. Realiza la operación de venta, justificando las fases y variables que intervienen.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han enumerado las fases de la operación de venta.
- b) Se han descrito las variables que intervienen en el precio de venta.
- c) Se ha calculado el interés de aplazamiento, las cuotas de pago y el precio de la operación según las condiciones del proceso pactado.
- d) Se han calculado los descuentos, el precio de venta total y las ratios comerciales en función de las condiciones de pago e impuestos que gravan la operación de venta.
- e) Se ha identificado y cumplimentado la documentación asociada al cobro y al pago.
- f) Se ha descrito el proceso de anulación de operaciones de cobro.
- g) Se ha reconocido el potencial de las nuevas tecnologías como elemento de consulta y apoyo.

		F-SE-PR-02
	<b>PROGRAMACION DIDÁCTICA</b>	
	<b>VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS</b>	<b>CURSO 2021 /22</b>

#### **4. Atiende al cliente, describiendo las técnicas de comunicación empleadas.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han descrito las variables que influyen en el proceso de atención al cliente.
- b) Se ha descrito la forma y actitud en la atención y asesoramiento al cliente.
- c) Se han explicado las técnicas de venta básicas para captar la atención, y despertar el interés en función del tipo de cliente.
- d) Se han seleccionado los argumentos adecuados ante las objeciones planteadas por el cliente.
- e) Se han analizado las estrategias para identificar la satisfacción del cliente.
- f) Se han descrito las técnicas que potencian el vínculo con el cliente.
- g) Se ha valorado el potencial de las nuevas tecnologías en la atención al cliente.

#### **5. Resuelve quejas y reclamaciones, valorando sus implicaciones en la satisfacción del cliente.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las técnicas para prever conflictos.
- b) Se han descrito las técnicas utilizadas para afrontar quejas y reclamaciones de los clientes.
- c) Se ha reconocido el proceso que se debe seguir ante una reclamación.
- d) Se han identificado los elementos formales que contextualizan una reclamación.
- e) Se ha identificado la documentación asociada a las reclamaciones.
- f) Se han analizado las consecuencias de una reclamación no resuelta.
- g) Se ha valorado la importancia del servicio post-venta en los procesos comerciales.

### **4.- CONTENIDOS, DISTRIBUCIÓN, TEMPORALIZACIÓN Y MÍNIMOS EXIGIBLES.**

#### **4.1.- CONTENIDOS Y CONTENIDOS MÍNIMOS EXIGIBLES.**

Los contenidos mínimos están indicados en negrita.

#### **4.1.- CONTENIDOS.**

##### **UNIDAD DE TRABAJO 1. El sector alimentario español y aragonés.**

- Principales empresas de los distintos subsectores.
- Las empresas del sector de la distribución.
- Situación actualizada del sector alimentario. Facturación, empleo, consumo de las familias.
- Canal HORECA

		F-SE-PR-02
	<b>PROGRAMACION DIDÁCTICA</b>	
	<b>VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS</b>	<b>CURSO 2021 /22</b>

#### **UNIDAD DE TRABAJO 2. Marketing Mix.**

- **Las 4 P del Marketing Mix.**

#### **UNIDAD DE TRABAJO 3. Merchandising.**

- Tipos de merchandising.
- Tipos de compras.
- La arquitectura exterior e interior del establecimiento.
- El consumidor y su conducta.
- **Gestión del surtido.**
- **Precios**
- **Publicidad en el lugar de venta.**
- **Packaging.**
- El personal del merchandising.

#### **UNIDAD DE TRABAJO 4. Técnicas de venta.**

- **Necesidades y gustos del cliente. Tipos de clientes, segmentación. Motivos de compra.**
- Habilidades de comunicación. Barreras. Comunicación verbal y no verbal.
- Técnica de las preguntas, tipos de preguntas, Técnicas de cierre, tratamiento de las objeciones.
- Técnica AIDA (Atención, interés, deseo, acción).
- Canales de venta. Métodos de búsqueda de clientes. Asistencia a ferias, preparación.
- Organización de la venta. Agenda comercial.
- Comunicación a través de medios no presenciales.
- Venta de productos alimentarios mediante el teléfono, a través de Internet, a través del correo electrónico y otros.

#### **UNIDAD DE TRABAJO 5. Medios de pago.**

- **Medios de pago. Transferencias, tarjeta de crédito/débito, pago contra reembolso, pago en efectivo y otros.**
- Documentación del cobro y del pago. Anulación de las operaciones
- Aplicación de las nuevas tecnologías en las operaciones de venta.
- Terminal del punto de venta (TPV).

#### **UNIDAD DE TRABAJO 6. El sistema de distribución comercial.**

- La distribución como instrumento del marketing.

		F-SE-PR-02
	<b>PROGRAMACION DIDÁCTICA</b>	
	<b>VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS</b>	<b>CURSO 2021 /22</b>

- **Los canales de distribución.**
- El papel de los intermediarios.
- Comercio asociado y comercio integrado
- **Las licencias comerciales**

#### **UNIDAD DE TRABAJO 7. Costes.**

- **Costes y beneficios. Conceptos básicos y tipos.**
- Cálculo del coste de las materias primas. Registro documental.
- Componentes del precio de venta y sus condicionantes.
- **Métodos de fijación de precios.**
- Márgenes y descuentos. Escandallo. Ratios.
- **Cálculo de precios.**

#### **4.2.- DESARROLLO TEMPORAL DE LAS UNIDADES DE TRABAJO**

<b>Unidad</b>	<b>Título</b>	<b>Horas programadas</b>
0	Evaluación inicial. Presentación del módulo	3
1	El sector alimentario español y aragonés	4
2	Marketing Mix	12
3	Merchandising	8
Horas destinadas a realización de pruebas de evaluación		2
<b>Total 1ª Evaluación</b>		<b>29</b>
3	Merchandising_bis	12
4	Técnicas de venta	4
5	Medios de pago.	6
6	El sistema de distribución comercial	6
7	Costes	14
Horas destinadas a realización de pruebas de evaluación		2
Repasos y exámenes finales		6
<b>Total 2ª Evaluación</b>		<b>44</b>
<b>Total curso</b>		<b>73</b>

		F-SE-PR-02
	<b>PROGRAMACION DIDÁCTICA</b>	
	<b>VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS</b>	<b>CURSO 2021 /22</b>

## **5.- INTERRELACIÓN ENTRE ELEMENTOS CURRICULARES.**

### **5.1 OBJETIVOS Y COMPETENCIAS TRANSVERSALES**

#### OBJETIVOS TRANSVERSALES

- o) Describir los roles de cada uno de los componentes del grupo de trabajo, identificando en cada caso la responsabilidad asociada, para la organización del mismo.
- r) Valorar las actividades de trabajo en un proceso productivo, identificando su aportación al proceso global para participar activamente en los grupos de trabajo y conseguir los objetivos de la producción.
- s) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, analizando el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.

#### COMPETENCIAS TRANSVERSALES

- n) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de las relaciones laborales, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente.
- o) Crear y gestionar una pequeña empresa, realizando un estudio de viabilidad de productos, de planificación de la producción y de comercialización.
- p) Cumplir con los objetivos de la producción, colaborando con el grupo de trabajo y actuando conforme a los principios de responsabilidad y tolerancia.
- q) Participar de forma activa en la vida económica, social y cultural, con una actitud crítica y responsable.

### **5.2 INTERRELACIÓN POR UNIDADES DIDÁCTICAS**

**PROGRAMACION DIDÁCTICA**

**VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS**

**CURSO 2021 /22**

<b>UNIDAD DE TRABAJO 1. EL SECTOR ALIMENTARIO ESPAÑOL Y ARAGONÉS.</b>				
<b>Objetivo q.</b> Reconocer las oportunidades de negocio, identificando y analizando demandas del mercado para crear y gestionar una pequeña empresa.				
<b>Resultado de aprendizaje</b>	<b>Criterio de evaluación</b>	<b>Concreción del criterio de evaluación</b>	<b>CONTENIDOS</b>	<b>Instrumentos de evaluación</b>
Adquiere conciencia del papel que juega la industria alimentaria en la economía y el empleo de nuestro país.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reconoce la importancia del sector alimentario en la economía de la región y del país.</li> <li>- Reconoce la importancia del sector alimentario como fuente de empleo.</li> <li>- Identifica las principales empresas del sector alimentario en la Comunidad.</li> </ul>		TEORIA <ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 Principales empresas de los distintos subsectores.</li> <li>- Las empresas del sector de la distribución.</li> <li>- Situación actualizada del sector alimentario. Facturación, empleo, consumo de las familias.</li> <li>- Canal HORECA</li> </ul>	Prueba escrita 1 "

**PROGRAMACION DIDÁCTICA**

**VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS**

**CURSO 2021 /22**

<b>UNIDAD DE TRABAJO 2. MARKETING MIX.</b>				
<b>Objetivo q.</b> Reconocer las oportunidades de negocio, identificando y analizando demandas del mercado para crear y gestionar una pequeña empresa.				
<b>Competencia j.</b> Promocionar y comercializar los productos elaborados aplicando las técnicas de marketing				
<i>Resultado de aprendizaje</i>	<i>Criterio de evaluación</i>	<i>Concreción del criterio de evaluación</i>	<i>CONTENIDOS</i>	<i>Instrumentos de evaluación</i>
<b>RA nº 2. Aplica las técnicas de venta relacionándolas con los diferentes canales de comercialización</b> <b>RA nº 3. Realiza la operación de venta, justificando las fases y variables que intervienen</b>	2a) Se han identificado las características de los productos, la imagen de marca y el posicionamiento de la empresa y de la competencia. 2b) Se han reconocido las variables que intervienen en la conducta y motivación de la compra por parte del cliente 3 b) Se han descrito las variables que intervienen en el precio de venta	2.a.1. Conoce los cuatro componentes del Marketing mix 2.b.1. Es capaz de relacionar cada una de las 4 P con las situaciones de compra 3.b.1. Maneja el concepto de ciclo de vida de un producto y lo relaciona con los distintos criterios para establecer precios	<b>TEORIA</b> – Las 4 P del Marketing Mix.	Prueba escrita 1

**PROGRAMACION DIDÁCTICA**

**VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS**

**CURSO 2021 /22**

<b>UNIDAD DE TRABAJO 3. MERCHANDISING</b>				
<b>Objetivo I.</b> Identificar y seleccionar las técnicas publicitarias, valorando su adecuación a los productos y a las características de la empresa para promocionar y comercializar los productos elaborados.				
<b>Objetivo q.</b> Reconocer las oportunidades de negocio, identificando y analizando demandas del mercado para crear y gestionar una pequeña empresa.				
<b>Competencia j.</b> Promocionar y comercializar los productos elaborados aplicando las técnicas de marketing				
<b>Resultado de aprendizaje</b>	<b>Criterio de evaluación</b>	<b>Concreción del criterio de evaluación</b>	<b>CONTENIDOS</b>	<b>Instrumentos de evaluación</b>
<b>RA nº 4 Atiende al cliente, describiendo las técnicas de comunicación empleadas.</b>	4.a) Se han descrito las variables que influyen en el proceso de atención al cliente. 4.b) Se ha descrito la forma y actitud en la atención y asesoramiento al cliente. 4.c) Se han explicado las técnicas de venta básicas para captar la atención, y despertar el interés en función del tipo de cliente. 4.d) Se han seleccionado los argumentos adecuados ante las objeciones planteadas por el cliente. 4.e) Se han analizado las estrategias para identificar la satisfacción del cliente. 4.f) Se han descrito las técnicas que potencian el vínculo con el cliente. 4.g) Se ha valorado el potencial de las nuevas tecnologías en la atención al cliente.	4.a.1. Propone distintas situaciones habituales para el proceso de compra e identifica las variables que pueden afectar al mismo. 4.b.1 A partir de experiencias propias describe distintas situaciones de trato al cliente. 4.c.1. Describe las técnicas de venta básicas y las relaciona con experiencias propias. 4.d.1. Mediante escenificaciones en clase es capaz de argumentar en situaciones de objeciones planteadas por clientes.	<b>TEORIA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tipos de merchandising.</li> <li>- Tipos de compras.</li> <li>- La arquitectura exterior e interior del establecimiento.</li> <li>- El consumidor y su conducta.</li> <li>- Gestión del surtido.</li> <li>- Precios</li> <li>- Publicidad en el lugar de venta.</li> <li>- Packaging.</li> <li>- El personal del merchandising.</li> </ul>	Prueba escrita 2

**PROGRAMACION DIDÁCTICA**

**UNIDAD DE TRABAJO 4. TÉCNICAS DE VENTA**

**Objetivo k.** Analizar la documentación asociada a los procesos, relacionándola con la actividad productiva y comercial para cumplimentarla.  
**Objetivo q.** Reconocer las oportunidades de negocio, identificando y analizando demandas del mercado para crear y gestionar una pequeña empresa.  
**Competencia i.** Cumplimentar los registros y partes de incidencia, utilizando los procedimientos de calidad  
**Competencia j.** Promocionar y comercializar los productos elaborados aplicando las técnicas de marketing

<i>Resultado de aprendizaje</i>	<i>Criterio de evaluación</i>	<i>Concreción del criterio de evaluación</i>	<i>CONTENIDOS</i>	<i>Instrumentos de evaluación</i>
<p><b>RA nº2. Aplica las técnicas de venta relacionándolas con los diferentes canales de comercialización.</b></p> <p><b>RA nº3. Realiza la operación de venta, justificando las fases y variables que intervienen.</b></p>	<p>2.c) Se han reconocido los sistemas de comunicación presencial y no presencial, aplicando las técnicas que facilitan la empatía con el cliente.</p> <p>2.d) Se han reconocido las variables que intervienen en la conducta y motivación de la compra por parte del cliente.</p> <p>2.e) Se ha identificado la tipología de cliente y sus necesidades de compra.</p> <p>2.f) Se han adaptado las técnicas de venta al medio de comunicación empleado (presencial, teléfono, Internet, televisión interactiva, telefonía móvil, correo postal, correo electrónico).</p> <p>3.a) Se han enumerado las fases de la operación de venta.</p> <p>3.c) Se ha calculado el interés de aplazamiento, las cuotas de pago y el precio de la operación según las condiciones del proceso pactado.</p> <p>3.d) Se han calculado los descuentos, el precio de venta total y las ratios comerciales en función de las condiciones de pago e impuestos que gravan la operación de venta.</p> <p>3.e) Se ha identificado y cumplimentado la documentación asociada al cobro y al pago.</p> <p>3.f) Se ha descrito el proceso de anulación de operaciones de cobro.</p> <p>3.g) Se ha reconocido el potencial de las nuevas tecnologías como elemento de consulta y apoyo.</p>	<p>2.d.1. A partir de las variables que condicionan la conducta del comprador es capaz de reconocer el papel fundamental de la distribución a la hora de satisfacerlas.</p> <p>2.e/f.1. Relaciona la variabilidad de tipos de cliente con los distintos canales de distribución</p> <p>3.a.1. Diferencia con claridad las distintas etapas de un proceso de venta.</p> <p>3.c/d.1. Realiza los cálculos adecuados para obtener el precio de venta a partir de las condiciones particulares de cada operación.</p> <p>3.e.1. Cumplimenta de forma correcta toda la documentación asociada a una operación.</p> <p>3.f.1. Conoce la diferencia legal entre los distintos documentos asociados a una operación de compra-venta.</p> <p>3.g.1 Reconoce la implantación de las nuevas modalidades de pago y la manera en que van a modificar las relaciones comerciales.</p>	<p><b>TEORIA</b></p> <p>- Necesidades y gustos del cliente. Tipos de clientes, segmentación. Motivos de compra. Habilidades de comunicación. Barreras. Comunicación verbal y no verbal. Técnica de las preguntas, tipos de preguntas, Técnicas de cierre, tratamiento de las objeciones. Técnica AIDA (Atención, interés, deseo, acción). Canales de venta. Métodos de búsqueda de clientes. Asistencia a ferias, preparación. Organización de la venta. Agenda comercial. Comunicación a través de medios no presenciales. Venta de productos alimentarios mediante el teléfono, a través de Internet, a través del correo electrónico y otros.</p>	<p>Prueba escrita 2</p>

**PROGRAMACION DIDÁCTICA**

**VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS**

**CURSO 2021 /22**

<p><b>RA nº5. Resuelve quejas y reclamaciones, valorando sus implicaciones en la satisfacción del cliente</b></p>	<p>5.a) Se han identificado las técnicas para prever conflictos.            5.b) Se han descrito las técnicas utilizadas para afrontar quejas y reclamaciones de los clientes.            5.c) Se ha reconocido el proceso que se debe seguir ante una reclamación.            5.d) Se han identificado los elementos formales que contextualizan una reclamación.            5.e) Se ha identificado la documentación asociada a las reclamaciones.            5.f) Se han analizado las consecuencias de una reclamación no resuelta.            5.g) Se ha valorado la importancia del servicio post-venta en los procesos comerciales.</p>	<p>5.a.1 Conoce las distintas tipologías de clientes.            5.b.1 Conoce los principios generales para tratar con cada tipo de cliente.            5.b.2. Reconoce la importancia de la formación en técnicas de venta para evitar reclamaciones y conflictos. Lo relaciona con situaciones vividas            5.c/d.1. Conoce la documentación interna para el tratamiento de reclamaciones            5.f/g.1 Reconoce la importancia de la satisfacción de los clientes como principio básico para el éxito de una organización.</p>		
---	--	--	--	--

**PROGRAMACION DIDÁCTICA**

**VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS**

**CURSO 2021 /22**

<b>UNIDAD DE TRABAJO 5. MEDIOS DE PAGO</b>				
<b>Competencia i.</b> Cumplimentar los registros y partes de incidencia, utilizando los procedimientos de calidad.				
<i>Resultado de aprendizaje</i>	<i>Criterio de evaluación</i>	<i>Concreción del criterio de evaluación</i>	<i>CONTENIDOS</i>	<i>Instrumentos de evaluación</i>
<b>RA nº3. Realiza la operación de venta, justificando las fases y variables que intervienen.</b>	3.a) Se han enumerado las fases de la operación de venta. 3.c) Se ha calculado el interés de aplazamiento, las cuotas de pago y el precio de la operación según las condiciones del proceso pactado. 3.d) Se han calculado los descuentos, el precio de venta total y las ratios comerciales en función de las condiciones de pago e impuestos que gravan la operación de venta. 3.e) Se ha identificado y cumplimentado la documentación asociada al cobro y al pago. 3.f) Se ha descrito el proceso de anulación de operaciones de cobro. 3.g) Se ha reconocido el potencial de las nuevas tecnologías como elemento de consulta y apoyo.	3.a.1. Diferencia con claridad las distintas etapas de un proceso de venta. 3.f.1. Conoce la diferencia legal entre los distintos documentos asociados a una operación de compra-venta. 3.g.1 Reconoce la implantación de las nuevas modalidades de pago y la manera en que van a modificar las relaciones comerciales.	<b>TEORIA</b> – Medios de pago. Transferencias, tarjeta de crédito/débito, pago contra reembolso, pago en efectivo y otros. – Documentación del cobro y del pago. Anulación de las operaciones – Aplicación de las nuevas tecnologías en las operaciones de venta. – Terminal del punto de venta (TPV).	Prueba escrita 2

**PROGRAMACION DIDÁCTICA**

**VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS**

**CURSO 2021 /22**

<b>UNIDAD DE TRABAJO 6. EL SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL</b>				
<p><b>Objetivo q)</b> Reconocer las oportunidades de negocio, identificando y analizando demandas del mercado para crear y gestionar una <b>pequeña empresa</b>.</p> <p><b>Objetivo r)</b> Valorar las actividades de trabajo en un proceso productivo, identificando su aportación al proceso global para participar activamente en los grupos de trabajo y conseguir los objetivos de la producción.</p>				
<i>Resultado de aprendizaje</i>	<i>Criterio de evaluación</i>	<i>Concreción del criterio de evaluación</i>	<i>CONTENIDOS</i>	<i>Instrumentos de evaluación</i>
<p><b>RA nº2. Aplica las técnicas de venta relacionándolas con los diferentes canales de comercialización.</b></p>	<p>2. d) Se han reconocido las variables que intervienen en la conducta y motivación de la compra por parte del cliente.</p> <p>2.e) Se ha identificado la tipología de cliente y sus necesidades de compra.</p> <p>2.f) Se han adaptado las técnicas de venta al medio de comunicación empleado (presencial, teléfono, Internet, televisión interactiva, telefonía móvil, correo postal, correo electrónico).</p>	<p>2.d.1. A partir de las variables que condicionan la conducta del comprador es capaz de reconocer el papel fundamental de la distribución a la hora de satisfacerlas.</p> <p>2.e/f.1. Relaciona la variabilidad de tipos de cliente con los distintos canales de distribución.</p>	<p><b>TEORIA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La distribución como instrumento del marketing.</li> <li>- Los canales de distribución.</li> <li>- El papel de los intermediarios.</li> <li>- Comercio asociado y comercio integrado</li> <li>- Las licencias comerciales</li> </ul>	<p>Prueba escrita 2</p>

UNIDAD DE TRABAJO 7. COSTES

**Objetivo k.** Analizar la documentación asociada a los procesos, relacionándola con la actividad productiva y comercial para cumplimentarla.

<i>Resultado de aprendizaje</i>	<i>Criterio de evaluación</i>	<i>Concreción del criterio de evaluación</i>	<i>CONTENIDOS</i>	<i>Instrumentos de evaluación</i>
<b>RA nº1. Establece los precios de los productos alimentarios elaborados, analizando costes y beneficios.</b>	<p>1.a) Se han identificado los tipos de costes existentes.</p> <p>1.b) Se han determinado las variables que intervienen en el coste y en el beneficio.</p> <p>1.c) Se ha realizado el escandallo del producto elaborado.</p> <p>1.d) Se han interpretado las fórmulas y conceptos de interés, descuento y márgenes comerciales.</p> <p>1.e) Se ha fijado el precio de un producto con un beneficio establecido.</p> <p>1.f) Se han actualizado los precios a partir de la variación de los costes.</p>	<p>1.a.1 Identifica los tipos de costes existentes.</p> <p>1.b.1 Determina las variables que intervienen en el coste y en el beneficio.</p> <p>1.c.1 Realiza el escandallo de productos elaborados en la Planta Piloto.</p> <p>1.d.1. Aplica correctamente descuentos, recargos y otras operaciones.</p> <p>1.e.1 A partir de la información recogida en otros módulos y fija el precio de productos elaborados en la Planta Piloto con un beneficio establecido.</p>	<p><b>TEORIA</b></p> <p>- Costes y beneficios. Conceptos básicos y tipos.</p> <p>Cálculo del coste de las materias primas. Registro documental.</p> <p>Componentes del precio de venta y sus condicionantes.</p> <p>Métodos de fijación de precios.</p> <p>Márgenes y descuentos. Escandallo.</p> <p>Ratios.</p> <p>Cálculo de precios.</p> <p><b>EJERCICIOS</b></p> <p>Resolución problemas costes</p>	Prueba escrita 3

		F-SE-PR-02
	<b>PROGRAMACION DIDÁCTICA</b>	
	<b>CONTROL MICROBIOLÓGICO Y SENSORIAL DE LOS ALIMENTOS</b>	<b>CURSO 2021 /22</b>

## 6.- METODOLOGÍA DIDÁCTICA DE CARÁCTER GENERAL.

En el proceso de enseñanza-aprendizaje seguido para el desarrollo de los bloques temáticos y las unidades de trabajo se alternarán distintas estrategias educativas. Se realizarán actividades de enseñanza-aprendizaje tanto de tipo expositivo como de descubrimiento. En unos casos, tras conocer las ideas previas de los alumnos, mediante una exposición oral del tema apoyada en presentaciones power point, animará el coloquio o debate posterior entre los alumnos: en otros casos, el profesor propiciará y guiará a los alumnos para que sean ellos mismos los que construyan su propio aprendizaje a través del trabajo en clase con los materiales y recursos que ella les proporcione.

Algunas de las actividades que realizarán los alumnos precisan la búsqueda de información en Internet así como el uso de los ordenadores para su consecución. A tal efecto se dedicarán varias sesiones utilizando el aula de informática.

Se contempla la visita a empresas relacionadas con el modulo así como, la organización y/o participación en actividades, charlas, conferencias, etc. de interés en la materia.

## 7.- PROCESO DE EVALUACIÓN DEL ALUMNADO.

### 7.1 PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

#### *Evaluación Inicial:*

Su finalidad será apreciar el grado de interés y el grado de conocimientos del que parten los alumnos. Servirá para planificar la intervención educativa y mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje ya que creará un punto de partida sobre el que empezar a desarrollar los contenidos del módulo. Tiene también una clara finalidad motivadora y de iniciación a los contenidos del módulo.

Para llevar a cabo la evaluación del módulo se realizarán pruebas escritas y realización de pequeñas tareas de investigación (al menos dos por cada uno de los bloques en los que se divide el módulo).

El módulo está organizado en una serie de unidades que se agruparán en bloques para su evaluación, tal como se describe a continuación.

#### 1. Bloques:

- Bloque 1: unidades 1 a 2. Pondera un 30% en la calificación final
- Bloque 2: unidades 3 a 6
- Bloque 3: unidad 7

Al final de cada evaluación se informará al alumno de las calificaciones obtenidas hasta ese momento. La nota que figura en el boletín tiene un carácter orientativo, no siendo considerada a la hora del cálculo de la calificación final.

2. Convocatoria de marzo. Constará de una prueba escrita dividida en tres secciones correspondientes a los parciales realizados durante el curso. Cada alumno se presentará a las partes no superadas durante el curso.

		F-SE-PR-02
	<b>PROGRAMACION DIDÁCTICA</b>	
	<b>CONTROL MICROBIOLÓGICO Y SENSORIAL DE LOS ALIMENTOS</b>	<b>CURSO 2021 /22</b>

3. Convocatoria de junio. Los alumnos deberán presentarse a la totalidad de los contenidos del módulo. Los contenidos de la prueba estarán equilibrados de manera que el peso de cada uno de los parciales en los que se ha dividido el curso sea semejante.

4.

No habrá recuperaciones durante el curso.

Los alumnos de primer curso que realicen matrícula parcial en este módulo podrán presentarse a los parciales y se les aplicarán los mismos criterios de calificación que a los alumnos de matrícula ordinaria.

## **7.2 CRITERIOS DE CALIFICACIÓN**

Para cada bloque se obtendrá una calificación a partir del resultado de la prueba escrita correspondiente.

Un bloque se considera aprobado cuando se obtenga una calificación igual o superior a 5,0.

### **Procedimiento de cálculo de la nota final:**

Los contenidos, estructurados en unidades, se calificarán a partir de los resultados obtenidos en las pruebas parciales ya sean las realizadas durante el curso o las de las convocatorias oficiales.

La nota final del módulo se obtendrá como media ponderada de las calificaciones de cada bloque, asignando los siguientes factores de ponderación:

- Bloque 1: Pondera un 30% en la calificación final
- Bloque 2: Pondera un 45% en la calificación final
- Bloque 3: Pondera un 25% en la calificación final

Pueden darse las siguientes situaciones:

1. Alumnos que hayan obtenido una calificación mayor o igual 5 en los tres bloques: se promediarán las notas obtenidas aplicando el criterio anterior.
2. Alumnos que hayan obtenido una calificación superior a 3,5 e inferior a 5 en un máximo de dos de los tres bloques. Se promediará. En caso de no alcanzar una media de 5,0, deberán presentarse en marzo a los bloques no superados.
3. Cualquier bloque con una calificación inferior a 3,5 supone presentarse en marzo a esa parte.
4. Alumnos que tengan que presentarse a bloques en marzo. Deberán obtener una nota mínima de 3,5 en todos los bloques para que le pueda ponderar con el resto. En el caso de la convocatoria de junio, el alumno deberá realizar todas las partes y obtener una calificación mínima de 5,0 para aprobar el módulo.

En caso de encontrar a un alumno copiando o haciendo trampas en un examen, éste suspenderá automáticamente ese bloque y perderá el derecho a la evaluación continua por lo que deberá presentarse a la totalidad del módulo en la convocatoria de marzo, no guardándole ninguna calificación parcial. Si se

		F-SE-PR-02
	<b>PROGRAMACION DIDÁCTICA</b>	
	<b>CONTROL MICROBIOLÓGICO Y SENSORIAL DE LOS ALIMENTOS</b>	<b>CURSO 2021 /22</b>

trata de una evaluación final (marzo o junio), suspenderá el módulo.

**Faltas de ortografía:** Se penalizarán las faltas de ortografía en exámenes y trabajos escritos en palabras de uso común y en palabras propias del área que deban formar parte del léxico del alumnado. Se restarán 0,1 puntos por falta hasta un máximo de 1 punto de la calificación del examen o trabajo.

### **FALTAS DE ASISTENCIA**

Se aplicará la normativa general del centro recogida en el RRI. En la actualidad, acumular un 15% de faltas de asistencia, justificadas o no, conlleva la pérdida del derecho a la evaluación continua. En ese caso, los parciales no evaluados computarán como suspendidos a efectos de lo explicado en el apartado 6.2.1. Los parciales realizados por el alumno hasta esa fecha serán tenidos en cuenta a efectos de cálculo de la calificación final.

## **8.- MECANISMOS DE SEGUIMIENTO Y VALORACIÓN QUE PERMITAN POTENCIAR LOS RESULTADOS POSITIVOS Y SUBSANAR LAS DEFICIENCIAS QUE PUDIERAN OBSERVARSE.**

### **8.1. Actividades de recuperación**

**No habrá recuperaciones, de los exámenes parciales, durante el curso.** Si se presentan situaciones de alumnos con especiales dificultades para seguir el módulo, el profesor les propondrá material de apoyo y ofrecerá la posibilidad de resolver dudas en recreos.

### **8.2. Atención a la diversidad**

#### **8.2.1. Alumnos ACNEAE**

No hay matriculados alumnos ACNEAE.

En caso necesario, se estudiarán posibles actuaciones de atención a la diversidad conjuntamente con el equipo de orientación del Centro.

#### **8.2.2. Evaluación de los alumnos ACNEAE**

La legislación específica que, **en todo caso**, se evaluará que el alumno **haya conseguido las competencias profesionales, personales y sociales** incluidas en el Ciclo Formativo.

Se contempla que a los alumnos con discapacidad se les procuren los medios necesarios para facilitar el proceso de evaluación.

#### **8.2.3. Tratamiento de la diferencia en el aula**

Las diferencias se atenderán y trabajarán en el aula a través de la metodología, según las situaciones que se presenten en el desarrollo de la unidad didáctica.

#### **8.2.4. Alumnos con conciliación laboral**

		F-SE-PR-02
	<b>PROGRAMACION DIDÁCTICA</b>	
	<b>CONTROL MICROBIOLÓGICO Y SENSORIAL DE LOS ALIMENTOS</b>	<b>CURSO 2021 /22</b>

Se procurará atender las necesidades de estos alumnos facilitándoles el material utilizado y ofreciendo la posibilidad de atenderles en recreos o en horas complementarias del profesor responsable. Se recuerda la obligación ineludible de asistir al 75% de las horas dedicadas a prácticas/catas.

### **8.3. Seguimiento y evaluación de la programación**

Durante el desarrollo de las clases, el profesor realizará preguntas de control entre los alumnos para comprobar si los alumnos han entendido las explicaciones y adquirido los nuevos contenidos. Si las respuestas entre los alumnos son correctas, se reforzará alentando al progreso y si son negativas, se volverá a explicar utilizando las principales metodologías didácticas: dibujos, esquemas, ejemplos metafóricos, etc.

El seguimiento del cumplimiento de la programación se llevará a cabo siguiendo las instrucciones de Jefatura de Estudios por medio del cuaderno del profesor proporcionado a tal efecto.

## **9.- ACTIVIDADES DE ORIENTACIÓN Y APOYO ENCAMINADAS A LA SUPERACIÓN DE LOS MÓDULOS PROFESIONALES PENDIENTES.**

Al tratarse de un módulo de 2º curso, los alumnos que pudieran tenerlo pendiente se registrarán por lo dispuesto en esta programación para el resto de los alumnos. Durante el periodo marzo-junio, jefatura de estudios establecerá horas de atención a pendientes en función de la disponibilidad del profesor al confeccionar los horarios del tercer trimestre.

## **10.- MATERIALES DIDÁCTICOS PARA USO DE LOS ALUMNOS.**

En el desarrollo de las unidades de trabajo se utilizará material propio del profesor al no disponer de un texto ajustado a los contenidos y objetivos del módulo. Se utilizarán los medios audiovisuales disponibles en el centro, así como la bibliografía (libros, revistas especializadas, información de la red...) relacionada con los temas y que permitan una documentación actualizada del alumno. Se potenciará en especial el uso de Internet como una amplia fuente de información sobre el sector y de la actualidad.

Siempre que sea posible, se hará uso de los recursos disponibles en la web. El profesor procurará ampliar el abanico de recursos empleados por los alumnos en su auto-formación. Para ello, dará a conocer libros, artículos, revistas, webs,...

## **11.- PLAN DE CONTINGENCIA.**

A continuación se proponen una serie de actividades para que realice el alumnado ante circunstancias excepcionales que afecten al desarrollo normal de la actividad docente, en el módulo durante un periodo prolongado de tiempo:

		F-SE-PR-02
	<b>PROGRAMACION DIDÁCTICA</b>	
	<b>CONTROL MICROBIOLÓGICO Y SENSORIAL DE LOS ALIMENTOS</b>	<b>CURSO 2021 /22</b>

- Búsqueda de información en internet y revistas especializadas sobre el tema que se esté tratando en ese momento
- Lectura y comentario de textos.
- Elaboración de un dossier con los principales artículos, novedades e información obtenida y preparación de una exposición oral posterior en clase.
- Elaboración de esquemas y resúmenes de las unidades didácticas ya impartidas, dentro del periodo de evaluación en el que se encuentre.
- Colección de problemas de cálculo de costes.

El profesor responsable del módulo preparará materiales que se custodiarán en el Departamento de INA. El jefe del Departamento y el Jefe de Estudios estarán al corriente de su ubicación.

<b>TABLA DE REVISIONES</b>	
<b>Revisión</b>	<b>Descripción de la modificación</b>
0	1ª Edición
1	2ª Edición. Se había guardado el documento con la vista de las marcas de las modificaciones. Se ha quitado esta vista, para que los usuarios no tengan que modificarlo cada vez.
2	Modificado error tipográfico entre índice y desarrollo en punto 4.3. y un concepto para mejorar la comprensión de los procedimientos de evaluación. Las marcas siguen saliendo sin solución.
3	Inclusión del punto 5, y actualización de otros. Revisión general del documento.