

**PROGRAMACION DIDÁCTICA****PRESENTACIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS DE PANADERÍA Y REPOSTERÍA**

CURSO 2021 /22

**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.

**Programación, elaborada por:****Nombre** M<sup>a</sup> Eugenia Cervera Vela**Cargo** Profesora del módulo**Fecha** 19/10/2021

		F-SE-PR-02
	<b>PROGRAMACION DIDÁCTICA</b>	
	<b>PRESENTACIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS DE PANADERÍA Y REPOSTERÍA</b>	<b>CURSO 2021 /22</b>

## 1.- INTRODUCCION

**Denominación del ciclo: Técnico en Panadería, Repostería y Confeitería**

**Nivel:** 2º CFGM

**Duración del módulo:** 63 horas

**RD u ORDEN:** Orden de 24 de julio de 2008, de la Consejera de Educación, Cultura y Deporte, por la que se establece el currículo del título de Técnico en Panadería, Repostería y Confeitería en la Comunidad Autónoma de Aragón (BOA del 19/08/2008)

## 2.- OBJETIVOS DEL MÓDULO

Al finalizar este módulo el alumno deberá ser capaz de:

- Fijar los precios de los productos elaborados y de las ofertas, analizando costes y beneficios.*
- Exponer los productos elaborados en expositores y/o vitrinas, describiendo y aplicando las técnicas de escaparatismo.*
- Cerrar la operación de venta, analizando los procedimientos de registro y cobro.*
- Atender al cliente, caracterizando y aplicando las técnicas de documentación.*
- Resolver quejas y reclamaciones, valorando sus implicaciones en la satisfacción del cliente.*

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

### **1. Fija los precios de los productos elaborados y de las ofertas, analizando costes y beneficios.**

Criterios de evaluación:

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

### **2. Expone los productos elaborados en expositores y/o vitrinas, describiendo y aplicando las técnicas de escaparatismo.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han analizado las características de los expositores y vitrinas.

		F-SE-PR-02
	<b>PROGRAMACION DIDÁCTICA</b>	
	<b>PRESENTACIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS DE PANADERÍA Y REPOSTERÍA</b>	<b>CURSO 2021 /22</b>

- b) Se ha identificado el efecto que producen en el cliente los diferentes modos de ubicar los productos.
- c) Se han identificado los parámetros físicos y comerciales que determinan la colocación de los productos.
- d) Se ha renovado el expositor en función de la estacionalidad.
- e) Se ha rotado la presentación de los productos para captar el interés del cliente.
- f) Se han analizado los elementos y materiales de comunicación comercial.
- g) Se ha analizado la ubicación en el punto de venta de los materiales de comunicación comercial.
- h) Se ha realizado el boceto o modelo gráfico publicitario.
- i) Se han ubicado los carteles y precios de forma que capte la atención del consumidor.
- j) Se han definido los criterios de composición y montaje del escaparate.

### **3. Cierra la operación de venta, analizando los procedimientos de registro y cobro.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han enumerado los diferentes lenguajes de codificación de precios.
- b) Se ha explicado el funcionamiento del terminal del punto de venta.
- c) Se han identificado las fases de las operaciones de arqueo y cierre de caja, justificando las desviaciones.
- d) Se ha identificado la validez de un cheque, pagaré, tarjeta de crédito /débito, tarjeta de empresa, efectivo o pago realizado a través de Internet.
- e) Se ha identificado la validez de vales, descuentos, bonos y tarjetas de empresa relacionados con campañas promocionales.
- f) Se ha descrito el proceso de anulación de operaciones de cobro.
- g) Se ha cumplimentado la documentación asociada al cobro.
- h) Se ha reconocido el potencial de las nuevas tecnologías como elemento de consulta y apoyo.

### **4. Atiende al cliente, caracterizando y aplicando las técnicas de comunicación.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han descrito los parámetros que caracterizan la atención al cliente.
- b) Se han descrito las diferentes técnicas de comunicación.
- c) Se han reconocido los errores más comunes que se cometen en la comunicación.
- d) Se han descrito la forma y actitud en la atención y asesoramiento de un cliente.
- e) Se ha identificado la tipología del cliente y sus necesidades de compra.
- f) Se han explicado las técnicas de venta básicas para captar la atención y despertar el interés en función del tipo de cliente.

		F-SE-PR-02
	<b>PROGRAMACION DIDÁCTICA</b>	
	<b>PRESENTACIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS DE PANADERÍA Y REPOSTERÍA</b>	<b>CURSO 2021 /22</b>

g) Se han seleccionado los argumentos adecuados ante las objeciones planteadas por el cliente.

h) Se han analizado las estrategias para identificar la satisfacción del 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 ha detectado la naturaleza del conflicto y la reclamación.

c) Se han descrito las técnicas utilizadas para afrontar quejas y reclamaciones de los clientes.

d) Se ha identificado el proceso a seguir ante una reclamación.

e) Se han aplicado las técnicas de comportamiento asertivo, resolutivo y positivo.

f) Se ha identificado la documentación asociada a las reclamaciones.

g) Se han analizado las consecuencias de una reclamación no resuelta.

h) Se han identificado los elementos formales que contextualizan una reclamación.

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

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

Los contenidos mínimos están indicados en negrita.

Establecimiento de precios de productos de panadería, repostería y confitería:

—Definición y clases de costes.

—Cálculo del coste de materias primas y registro documental.

—Control de consumos. Aplicación de métodos.

—**Cálculo comercial en las operaciones de venta.**

—**Métodos de fijación de precios.**

—Márgenes y descuentos. Escandallo. Ratios.

—**Cálculo de precios.**

Exposición de productos en el punto de venta:

—**Puntos calientes y puntos fríos en el establecimiento comercial.**

—Métodos físicos y psicológicos para calentar los puntos fríos.

—Áreas de bases.

—Indicadores visuales.

—Productos ganchos.

—**La publicidad en el lugar de la venta.**

—**Expositores.**

		F-SE-PR-02
	<b>PROGRAMACION DIDÁCTICA</b>	
	<b>PRESENTACIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS DE PANADERÍA Y REPOSTERÍA</b>	<b>CURSO 2021 /22</b>

- Carteles.**
- "Displays".**
- Máquinas expendedoras.**
- Letreros luminosos.**
- Expositores y escaparates. Técnicas de escaparatismo.
- Expositores y vitrinas.
- Tipos y características.
- Colocación de los productos.
- Función del escaparate.
- Teorías del color.**
- Técnicas de iluminación.**
- Técnicas de composición.**
- Elementos y materiales de un escaparate.
- Interiorismo comercial
- Diseño de escaparates.
- Estilismo, metodología proyectual.
- Tipos de escaparates.
- Normativa de seguridad en el montaje de un escaparate.
- Carteles. Rotulación de carteles de información y precios.**
- Tipos de letras.
- Técnicas de rotulación.
- Principales tipos de carteles.
- Aplicaciones informáticas gráficas y de autoedición**

Gestión operativa de la venta:

- Medios de pago (transferencias, tarjeta de crédito/débito, pago contra reembolso, pago mediante teléfonos móviles, efectivo y otros).**
- Medios de pago electrónico. La transferencia electrónica de fondos.**
- Descuentos, promociones, vales
- Codificación de la mercancía. Sistema de Código de Barras (EAN)
- Terminal Punto de Venta (TPV): sistemas de cobro.
- Concepto y tipos de terminales más usuales.
- El datáfono.
- Terminales pesados.
- Apertura y cierre del TPV.**

		F-SE-PR-02
	<b>PROGRAMACION DIDÁCTICA</b>	
	<b>PRESENTACIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS DE PANADERÍA Y REPOSTERÍA</b>	<b>CURSO 2021 /22</b>

—Lenguajes comerciales: Intercambio de Datos Electrónicos (EDI).

Atención al cliente:

- Variables que influyen en la atención al cliente. Posicionamiento e imagen de marca.
- Documentación implicada en la atención al cliente
- Funciones fundamentales desarrolladas en la atención al cliente: naturaleza y efectos.
- La información suministrada por el cliente.**
- Comunicación interpersonal. Expresión verbal y no verbal.
- Concreción e interpretación adecuada de preguntas.**
- Precisión y claridad en el lenguaje.**
- Aplicación adecuada de gestos y expresión facial.
- Verificación de la comprensión del mensaje.**
- Comunicación telefónica.
- Comunicación escrita.
- Normas de comunicación y expresión escrita.
- Modelos de comunicación.
- Técnicas de venta.**
- Control de la satisfacción del cliente. Encuestas.**

Resolución de reclamaciones y quejas:

- Procedimiento de recogida de las reclamaciones/quejas presenciales y no presenciales.**
- Elementos formales que contextualizan la reclamación.**
- Configuración documental de la reclamación.**
- Técnicas en la resolución de reclamaciones. Protocolo de actuación.**
- Ley General de Defensa de los Consumidores y Usuarios. Leyes autonómicas de protección al consumidor.
- Ley Orgánica de Protección de Datos.

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

	Unidad	Título	Horas programadas
<b>Evaluación</b>		Presentación y evaluación inicial	1
	1	COMUNICACIÓN Y TÉCNICAS DE VENTA	12
	2	PROCEDIMIENTOS DE REGISTRO Y COBRO	12
	3	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE, RECLAMACIONES Y QUEJAS	3

**PROGRAMACION DIDÁCTICA**

**PRESENTACIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS DE PANADERÍA Y REPOSTERÍA**

CURSO 2021 /22

		Horas destinadas a realización de pruebas de evaluación	2
		<b>Total 1ª Evaluación</b>	<b>30</b>
2ª Evaluación	3	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE, RECLAMACIONES Y QUEJAS	7
	4	FIJACIÓN DE PRECIOS	12
	5	VITRINA Y ESCAPARATISMO	8
		Horas destinadas a realización de pruebas de evaluación	2
		<b>Total 2ª Evaluación</b>	<b>29</b>
		Horas destinadas a realización de pruebas de evaluación	4
		<b>Total curso</b>	<b>63</b>

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

**5.1 OBJETIVOS Y COMPETENCIAS TRANSVERSALES**

Objetivos y competencias transversales a todas las Unidades Didácticas:

**Objetivos:**

- n) Identificar y seleccionar las técnicas publicitarias, valorando su adecuación a los productos y a las características de la empresa para promocionar los productos elaborados.
- o) Analizar y aplicar la normativa de seguridad alimentaria, interpretándola y describiendo los factores y situaciones de riesgo para garantizar la salubridad de los productos elaborados.
- p) Identificar los problemas ambientales asociados a su actividad, reconociendo y aplicando los procedimientos y operaciones de recogida selectiva de residuos para garantizar la protección ambiental.
- q) Identificar los riesgos asociados a su actividad profesional, relacionándolos con las medidas de protección, para cumplir las normas establecidas en los planes de prevención de riesgos laborales.
- r) Identificar las oportunidades que ofrece la realidad socio-económica de su zona, analizando las posibilidades de éxito propias y ajenas para mantener un espíritu emprendedor a lo largo de la vida.
- s) 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.

**Competencias:**

- l) Publicitar y promocionar los productos elaborados haciendo uso de las técnicas de comercialización y marketing.

		F-SE-PR-02
	<b>PROGRAMACION DIDÁCTICA</b>	
	<b>PRESENTACIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS DE PANADERÍA Y REPOSTERÍA</b>	<b>CURSO 2021 /22</b>

p) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia manteniendo relaciones fluidas con los miembros de su equipo de trabajo, teniendo en cuenta su posición dentro de la organización de la empresa.

q) Mantener una actitud profesional de innovación en la creación de nuevos productos y mejora de procesos y técnicas de comercialización

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

s) Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos.

t) Resolver problemas y tomar decisiones individuales siguiendo las normas y procedimientos establecidos, definidos dentro del ámbito de su competencia.

## **5.2 INTERRELACIÓN POR UNIDADES DIDÁCTICAS**

## PROGRAMACION DIDÁCTICA

## PRESENTACIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS DE PANADERÍA Y REPOSTERÍA

CURSO 2021 /22

## U.D.1 COMUNICACIÓN Y TÉCNICAS DE VENTA

**Objetivos:**

r) Identificar las oportunidades que ofrece la realidad socio-económica de su zona, analizando las posibilidades de éxito propias y ajenas para mantener un espíritu emprendedor a lo largo de la vida.

**Competencia profesional:**

l) Publicitar y promocionar los productos elaborados haciendo uso de las técnicas de comercialización y marketing.

p) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia manteniendo relaciones fluidas con los miembros de su equipo de trabajo, teniendo en cuenta su posición dentro de la organización de la empresa.

q) Mantener una actitud profesional de innovación en la creación de nuevos productos y mejora de procesos y técnicas de comercialización

Resultado de aprendizaje	Criterio de evaluación	Concreción del criterio de evaluación	CONTENIDOS	Instrumentos de evaluación
<b>RA nº 4</b> <b>Atiende al cliente, caracterizando y aplicando las técnicas de comunicación.</b>	4.a) Se han descrito los parámetros que caracterizan la atención al cliente. 4.b) Se han descrito las diferentes técnicas de comunicación. 4.c) Se han reconocido los errores más comunes que se cometen en la comunicación. 4.d) Se han descrito la forma y actitud en la atención y asesoramiento de un cliente. 4.e) Se ha identificado la tipología del cliente y sus necesidades de compra. 4.f) Se han explicado las técnicas de venta básicas para captar la atención y despertar el interés en función del tipo de cliente. 4.g) Se han seleccionado los argumentos adecuados ante las objeciones planteadas por el cliente. 4.h) Se han analizado las estrategias para identificar la satisfacción del cliente.	4b) Describir las técnicas de comunicación escrita, verbal (presencial o no) y no verbal.  4c) Reconocer las barreras o errores en la comunicación, debidos al emisor, al receptor o a agentes externos.  4f) Explicar las técnicas de venta: AIDA, SPIN y Zelev Noel.  4g) Seleccionar argumentos ante distintas objeciones económicas y psicológicas.  4h) Realizar un seguimiento de la venta y conocer las herramientas de gestión de las	<u>Atención al cliente:</u> —Variables que influyen en la atención al cliente. Posicionamiento e imagen de marca. —Documentación implicada en la atención al cliente —Funciones fundamentales desarrolladas en la atención al cliente: naturaleza y efectos. <b>—La información suministrada por el cliente.</b> —Comunicación interpersonal. Expresión verbal y no verbal. <b>—Concreción e interpretación adecuada de preguntas.</b> <b>—Precisión y claridad en el lenguaje.</b> —Aplicación adecuada de gestos y expresión facial. <b>—Verificación de la comprensión del mensaje.</b> —Comunicación telefónica. —Comunicación escrita.	Prueba escrita 1

**PROGRAMACION DIDÁCTICA**

**PRESENTACIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS DE PANADERÍA Y REPOSTERÍA**

**CURSO 2021 /22**

		relaciones con clientes: CRM.	—Normas de comunicación y expresión escrita. —Modelos de comunicación. — <b>Técnicas de venta.</b> — <b>Control de la satisfacción del cliente.</b> <b>Encuestas.</b>	
--	--	----------------------------------	---	--

**PROGRAMACION DIDÁCTICA**

**PRESENTACIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS DE PANADERÍA Y REPOSTERÍA**

**CURSO 2021 /22**

**U.D.2 PROCEDIMIENTOS DE REGISTRO Y COBRO**

<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 nº 3</b> <b>Cierra la operación de venta, analizando los procedimientos de registro y cobro.</b></p>	<p>3.a) Se han enumerado los diferentes lenguajes de codificación de precios. 3.b) Se ha explicado el funcionamiento del terminal del punto de venta. 3.c) Se han identificado las fases de las operaciones de arqueo y cierre de caja, justificando las desviaciones. 3.d) Se ha identificado la validez de un cheque, pagaré, tarjeta de crédito /débito, tarjeta de empresa, efectivo o pago realizado a través de Internet. 3.e) Se ha identificado la validez de vales, descuentos, bonos y tarjetas de empresa relacionados con campañas promocionales. 3.f) Se ha descrito el proceso de anulación de operaciones de cobro. 3.g) Se ha cumplimentado la documentación asociada al cobro. 3.h) Se ha reconocido el potencial de las nuevas tecnologías como elemento de consulta y apoyo.</p>	<p>3c) Realizar experiencias prácticas de arqueo y cierre de caja en el TPV. 3d) Reconocer y rellenar distintos tipos de cheques, letra de cambio y pagaré en una operación comercial. 3g) Realizar facturas de operaciones de compraventa, aplicando descuentos y cargos, para calcular la base imponible y aplicar el tipo IVA correspondiente y RE en su caso.</p>	<p><u>Gestión operativa de la venta:</u> —<b>Medios de pago (transferencias, tarjeta de crédito/débito, pago contra reembolso, pago mediante teléfonos móviles, efectivo y otros).</b> —<b>Medios de pago electrónico. La transferencia electrónica de fondos.</b> —Descuentos, promociones, vales —Codificación de la mercancía. Sistema de Código de Barras (EAN) —Terminal Punto de Venta (TPV): sistemas de cobro. —Concepto y tipos de terminales más usuales. —El datáfono. —Terminales pesados. —<b>Apertura y cierre del TPV.</b> —Lenguajes comerciales: Intercambio de Datos Electrónicos (EDI).</p>	<p>Prueba escrita 1 Aplicación práctica de apertura y cierre del TPV. Supuestos prácticos de cumplimentación de cheques, letras de cambio y pagarés. Supuestos prácticos de realización de albaranes y facturas.</p>

**PROGRAMACION DIDÁCTICA**

**PRESENTACIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS DE PANADERÍA Y REPOSTERÍA**

**CURSO 2021 /22**

U.D. 3 SATISFACCIÓN DEL CLIENTE, RECLAMACIONES Y QUEJAS				
<b>Competencia profesional:</b>				
t) Resolver problemas y tomar decisiones individuales siguiendo las normas y procedimientos establecidos, definidos dentro del ámbito de su competencia.				
Resultado de aprendizaje	Criterio de evaluación	Concreción del criterio de evaluación	CONTENIDOS	Instrumentos de evaluación
<b>RA nº 5</b> <b>Resuelve quejas y reclamaciones, valorando sus implicaciones en la satisfacción del cliente.</b>	5.a) Se han identificado las técnicas para prever conflictos. 5.b) Se ha detectado la naturaleza del conflicto y la reclamación. 5.c) Se han descrito las técnicas utilizadas para afrontar quejas y reclamaciones de los clientes. 5.d) Se ha identificado el proceso a seguir ante una reclamación. 5.e) Se han aplicado las técnicas de comportamiento asertivo, resolutivo y positivo. 5.f) Se ha identificado la documentación asociada a las reclamaciones. 5.g) Se han analizado las consecuencias de una reclamación no resuelta. 5.h) Se han identificado los elementos formales que contextualizan una reclamación.	5b) Diferenciar: reclamación, queja, sugerencia y felicitación. 5c) Discernir en un supuesto de atención al cliente: accesibilidad, objetividad, confidencialidad, tratamiento cercano y compromiso. 5d) Identificar las fases de resolución de una reclamación. 5h) Localizar los distintos elementos de una reclamación a una empresa privada o CCAA.	<b>Resolución de reclamaciones y quejas:</b> — <b>Procedimiento de recogida de las reclamaciones/quejas presenciales y no presenciales.</b> — <b>Elementos formales que contextualizan la reclamación.</b> — <b>Configuración documental de la reclamación.</b> — <b>Técnicas en la resolución de reclamaciones. Protocolo de actuación.</b> —Ley General de Defensa de los Consumidores y Usuarios. Leyes autonómicas de protección al consumidor. —Ley Orgánica de Protección de Datos.	Prueba escrita 1  Actividades: Cumplimentación de hojas de reclamación. Elaboración de un protocolo de actuación. Investigación de oficinas de atención al consumidor.

## PROGRAMACION DIDÁCTICA

## PRESENTACIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS DE PANADERÍA Y REPOSTERÍA

CURSO 2021 /22

## U.D.4 FIJACIÓN DE PRECIOS

Resultado de aprendizaje	Criterio de evaluación	Concreción del criterio de evaluación	CONTENIDOS	Instrumentos de evaluación
RA nº 1 <b>Fija los precios de los productos elaborados y de las ofertas, analizando costes y beneficios.</b>	1.a) Se han identificado los diferentes tipos de costes. 1.b) Se han determinado las variables que intervienen en el coste y en el beneficio. 1.c) Se ha realizado el escandallo del producto. 1.d) Se han interpretado las fórmulas y conceptos de interés, descuento y márgenes comerciales. 1.e) Se ha descrito el método para calcular los costes de producción. 1.f) Se ha fijado el precio de un producto con un beneficio establecido. 1.g) Se han actualizado los precios a partir de la variación de los costes.	1a) Diferenciar costes: directos, indirectos, fijos, variables, mixtos, aprovisionamiento, fabricación, comerciales,... 1c) Realizar escandallos de los propios productos elaborados por los alumnos. 1f) Fijar precios por margen comercial, por precio objetivo, por demanda, por competencia y por valor aportado. 1g) Revisar y recalcular precios tras el incremento de los costes.	<u>Establecimiento de precios de productos de panadería, repostería y confitería:</u> —Definición y clases de costes. —Cálculo del coste de materias primas y registro documental. —Control de consumos. Aplicación de métodos. <b>—Cálculo comercial en las operaciones de venta.</b> <b>—Métodos de fijación de precios.</b> —Márgenes y descuentos. Escandallo. Ratios. <b>—Cálculo de precios.</b>	Prueba escrita 2. Realizar escandallos de los productos elaborados por los alumnos y determinar su precio de venta por distintos métodos.

**PROGRAMACION DIDÁCTICA**

**PRESENTACIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS DE PANADERÍA Y REPOSTERÍA**

**CURSO 2021 /22**

**U.D.5 VITRINA Y ESCAPARATISMO**

**Objetivos:**

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

**Competencia profesional:**

l) Publicitar y promocionar los productos elaborados haciendo uso de las técnicas de comercialización y 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>
---------------------------------	-------------------------------	--	-------------------	-----------------------------------

PROGRAMACION DIDÁCTICA

PRESENTACIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS DE PANADERÍA Y REPOSTERÍA

CURSO 2021 /22

<p>RA nº 2</p> <p><b>Expone los productos elaborados en expositores y/o vitrinas, describiendo y aplicando las técnicas de escaparatismo</b></p>	<p>2.a) Se han analizado las características de los expositores y vitrinas.</p> <p>2.b) Se ha identificado el efecto que producen en el cliente los diferentes modos de ubicar los productos.</p> <p>2.c) Se han identificado los parámetros físicos y comerciales que determinan la colocación de los productos.</p> <p>2.d) Se ha renovado el expositor en función de la estacionalidad.</p> <p>2.e) Se ha rotado la presentación de los productos para captar el interés del cliente.</p> <p>2.f) Se han analizado los elementos y materiales de comunicación comercial.</p> <p>2.g) Se ha analizado la ubicación en el punto de venta de los materiales de comunicación comercial.</p> <p>2.h) Se ha realizado el boceto o modelo gráfico publicitario.</p> <p>2.i) Se han ubicado los carteles y precios de forma que capte la atención del consumidor.</p> <p>2.j) Se han definido los criterios de composición y montaje del escaparate.</p>	<p>2a) Analizar los equipos para la publicidad en el lugar de la venta.</p> <p>2c) Diferenciar las zonas caliente, fría y templada en un escaparate o vitrina de exposición.</p> <p>2d) Analizar escaparates de pastelerías y confiterías de la zona con distintas temáticas, según la estacionalidad.</p> <p>2f) Analizar elementos de comunicación comercial del sector de la panadería y pastelería.</p> <p>2i) Ubicar carteles en el centro para publicitar los días de venta de producto.</p> <p>2j) Identificar la sensación psicológica de la forma compositiva (lineal o geométrica) del escaparate, así como las armonías de colores e iluminación.</p>	<p><u>Exposición de productos en el punto de venta:</u></p> <p>—<b>Puntos calientes y puntos fríos en el establecimiento comercial.</b></p> <p>—Métodos físicos y psicológicos para calentar los puntos fríos.</p> <p>—Áreas de bases.</p> <p>—Indicadores visuales.</p> <p>—Productos ganchos.</p> <p>—<b>La publicidad en el lugar de la venta.</b></p> <p>—<b>Expositores.</b></p> <p>—<b>Carteles.</b></p> <p>—<b>"Displays".</b></p> <p>—<b>Máquinas expendedoras.</b></p> <p>—<b>Letreros luminosos.</b></p> <p>—Expositores y escaparates. Técnicas de escaparatismo.</p> <p>—Expositores y vitrinas.</p> <p>—Tipos y características.</p> <p>—Colocación de los productos.</p> <p>—Función del escaparate.</p> <p>—<b>Teorías del color.</b></p> <p>—<b>Técnicas de iluminación.</b></p> <p>—<b>Técnicas de composición.</b></p> <p>—Elementos y materiales de un escaparate.</p> <p>—Interiorismo comercial</p> <p>—Diseño de escaparates.</p> <p>—Estilismo, metodología proyectual.</p> <p>—Tipos de escaparates.</p> <p>—Normativa de seguridad en el montaje de un escaparate.</p> <p>—<b>Carteles. Rotulación de carteles de información y precios.</b></p> <p>—Tipos de letras.</p> <p>—Técnicas de rotulación.</p> <p>—Principales tipos de carteles.</p> <p>—<b>Aplicaciones informáticas gráficas y de autoedición.</b></p>	<p>Actividades:</p> <p>Exposiciones Power Point sobre escaparatismo.</p> <p>Análisis reales de escaparates.</p> <p>Visionado de videos sobre Publicidad en el lugar de venta.</p> <p>Búsqueda de información dirigida.</p> <p>Rellenar cuestionarios con baterías de preguntas.</p> <p>Elaboración de carteles con aplicaciones informáticas.</p>
--	---	--	---	---

		F-SE-PR-02
	<b>PROGRAMACION DIDÁCTICA</b>	
	<b>PRESENTACIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS DE PANADERÍA Y REPOSTERÍA</b>	<b>CURSO 2021 /22</b>

## 6.- METODOLOGÍA DIDÁCTICA DE CARÁCTER GENERAL.

Para alcanzar los objetivos programados, la metodología seguida perseguirá fundamentalmente la motivación y despertar el interés de los alumnos hacia los contenidos previstos de modo que su actitud sea eminentemente participativa. Partiremos de los conocimientos previos de los alumnos. En muchas ocasiones, los conocimientos previos se reducen a los que tienen como consumidores.

Se favorecerá en el alumnado la capacidad de aprender por sí mismo y para trabajar en equipo.

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, el profesor, tras conocer las ideas previas de los alumnos, mediante una exposición oral del tema, 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 él les proporcione.

Algunas de las actividades que realizarán los alumnos precisan la búsqueda de información en Internet. A tal efecto, y sólo en caso necesario, se permitirá el uso de los móviles personales de los alumnos dada la recomendación de no utilizar el aula de informática.

## 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 a la profesora para planificar su intervención educativa y mejorar el proceso de enseñanza- aprendizaje ya que creará una base de conocimientos en los alumnos para añadir los nuevos conocimientos de forma estructurada.

#### **Evaluación Continua:**

A lo largo del curso, se pueden utilizar diversas técnicas e instrumentos de evaluación: ejercicios escritos de entrega obligatoria, observación en simulaciones de venta, trabajos, informes de visitas, pruebas escritas, etc.

Se realizarán pruebas parciales dentro de cada trimestre (al menos una) que versarán sobre los contenidos expuestos en esta programación.

En caso de no superar una evaluación, se podrá recuperar en las convocatorias oficiales (marzo/junio).

		F-SE-PR-02
	<b>PROGRAMACION DIDÁCTICA</b>	
	<b>PRESENTACIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS DE PANADERÍA Y REPOSTERÍA</b>	<b>CURSO 2021 /22</b>

### **Evaluación Parcial:**

Al final de cada trimestre, según los procedimientos e instrumentos reflejados a continuación.

La finalidad será determinar el aprendizaje alcanzado en contraste con los objetivos generales del módulo.

Se realizará la siguiente prueba:

- **Ejercicio escrito** (Prueba Objetiva N°1/2), sobre los contenidos impartidos en ese trimestre, mediante preguntas o exposición.

En las pruebas de evaluación se indicará a los alumnos: el desarrollo, las características y el tiempo establecido para su ejecución.

También se explicará la estructura de la prueba y los criterios de calificación concretos para cada prueba.

- **Actividades realizadas** (valoradas de 1 a10 puntos)

### **Evaluación final:**

Las pruebas finales de marzo y junio, consistirán en un examen, sobre los contenidos tratados y de formato similar a las realizadas durante el curso, e incluirán también los contenidos tratados en forma de actividades a lo largo del curso. No se contempla el redondeo hacia arriba, de números decimales inferiores a cinco (5). La **calificación positiva del módulo** será con nota igual o superior **cinco** (5) puntos.

## **7.2 CRITERIOS DE CALIFICACIÓN**

### **Alumnos con derecho a la evaluación continua.**

La nota de cada evaluación estará dividida en:

- Parte Teórica de la Asignatura (Prueba objetiva N°1 o N°2): **80%**
- Trabajos Escritos\* (Ejercicios, trabajos, etc.): **20%**

\*Será imprescindible haber realizado el 80% de las actividades. En caso contrario, no se evaluará esta parte y como consecuencia, tampoco la evaluación.

El módulo quedará aprobado si se obtiene una calificación igual o superior a 5,0, no pudiendo tener una nota inferior a 4 en ninguna de las partes. Del mismo modo, será posible mediar entre las evaluaciones con notas superiores a 4 puntos.

		F-SE-PR-02
	PROGRAMACION DIDÁCTICA	
	PRESENTACIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS DE PANADERÍA Y REPOSTERÍA	CURSO 2021 /22

### Convocatorias de marzo y junio.

La superación de un 15% de falta de asistencia, puede dar lugar a la pérdida de la evaluación continua.

El módulo se evaluará mediante una prueba escrita, que supondrá el 100 % de la nota, cuyos contenidos incluirán tanto los impartidos en el aula como los tratados en los trabajos y actividades planteados durante el curso.

Para obtener la **calificación positiva del módulo**, será necesario alcanzar una **nota igual o superior a 5,0** en la prueba mencionada.

En el caso de que un alumno no supere la convocatoria oficial de marzo, tendrá que acudir a la convocatoria oficial de junio.

### Alumnos en modalidad Dual.

Los alumnos que se han acogido a la modalidad de FP Dual, dispondrán de un Plan de Formación específico en el que se detalla el calendario y las capacidades terminales a adquirir en la empresa. Estos alumnos serán evaluados en mayo y junio de la totalidad de módulos de 2º curso, salvo el de FCT, que se evaluará en septiembre tras la finalización del periodo de FP dual.

Asistirán a las clases teóricas durante todo el periodo lectivo al igual que sus compañeros, lo que supone 2 H/semana, esto quedará reflejado en la calificación correspondiente a la prueba teórica prevista para cada trimestre, cada una de estas calificaciones supondrá 80 % de la nota del módulo, en cuanto al apartado asignado por el centro educativo.

La hora restante, la realizarán en la empresa donde obtendrán su formación, que será completada en el centro durante los lunes, martes y miércoles marcados en el calendario de FP Dual en los meses de marzo y abril, suponiendo esta formación un 20 % de la nota, en el apartado asignado por el centro educativo (75% de la nota total del módulo), según los criterios de calificación recogidos en la programación de FP Dual.

## **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.** La evaluación parcial permitirá valorar qué objetivos deben constituir a su vez, objetivos para la siguiente fase como refuerzo y recuperación a lo largo del curso.

		F-SE-PR-02
	<b>PROGRAMACION DIDÁCTICA</b>	
	<b>PRESENTACIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS DE PANADERÍA Y REPOSTERÍA</b>	<b>CURSO 2021 /22</b>

Desde el final de la 3ª Evaluación, las sesiones se dedicarán a:

- Repaso de contenidos.
- Actividades para reforzar estos contenidos.
- Resolver dudas.

## **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. Se considera que en este módulo, se pueden plantear grandes diferencias respecto a la variación en el nivel de idioma con la que llegan los alumnos.

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

Todos los alumnos están obligados a realizar las pruebas y entregar los instrumentos de evaluación que se propongan. Se procurará atender las necesidades de estos alumnos y para ello, se flexibilizará la exigencia de asistencia a clase y los plazos de entrega de los instrumentos de evaluación; siempre y cuando sea posible y las faltas estén justificadas por un contrato laboral.

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

Durante el desarrollo de las clases la profesora 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.

La profesora responsable del módulo llevará a cabo la autoevaluación de la programación, adecuándola en cada momento a una mejor práctica docente y que implique la consecución de

		F-SE-PR-02
	<b>PROGRAMACION DIDÁCTICA</b>	
	<b>PRESENTACIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS DE PANADERÍA Y REPOSTERÍA</b>	<b>CURSO 2021 /22</b>

capacidades por todos los alumnos. Se entregarán, del mismo modo, los porcentajes de seguimiento, a la jefatura del Departamento, cuando sean requeridos.

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

Al ser un módulo de 2º curso no hay, estrictamente hablando, alumnos con el módulo pendiente. Los alumnos que repitan curso deberán asistir a clase como el resto.

Durante el tercer trimestre, se priorizará la formación de alumn@s de FP Dual y la asignación de horas de atención a pendientes para los alumnos que no hayan aprobado en la convocatoria de marzo, aunque será Jefatura de Estudios quien tenga la última palabra según la disponibilidad de cada profesor.

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

En el desarrollo de las unidades de trabajo se utilizará material propio de la profesora, recopilación de libros, artículos, etc especializados. Se utilizarán los medios audiovisuales disponibles en el centro (fotografías, vídeos, y diapositivas) así como la bibliografía (libros, revistas especializadas y legislación española y europea, información de la red...) relacionada con los temas y que permitan una documentación actualizada del alumno.

Serán materiales complementarios:

- Apuntes complementarios realizados por la profesora
- Vídeos de YouTube, a los que se accederá mediante el enlace facilitado en la tarea correspondiente

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

El Departamento de industrias alimentarias cuenta con un banco de actividades específicos para la material, donde existen una serie de ejercicios que deberán ser usados en ausencia del docente. No obstante lo anterior, cuando las ausencias sean puntuales, el docente facilitara actividades adicionales. En el caso de ausencias extraordinarias y prolongadas del docente se propone que los alumnos trabajen la actividad (lista de actividades) que ese momento se estuviera trabajando. No obstante lo anterior se propone:

- Búsqueda de información en internet y revistas especializadas sobre el tema que se esté tratando en ese momento
- Lectura y comentario de textos.

		F-SE-PR-02
	<b>PROGRAMACION DIDÁCTICA</b>	
	<b>PRESENTACIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS DE PANADERÍA Y REPOSTERÍA</b>	<b>CURSO 2021 /22</b>

- 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.
- Realización de los trabajos obligatorios del módulo indicados por la profesora.