

## 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.
  - 4.2 Desarrollo temporal de las unidades de trabajo.
  - 4.3 Contenidos mínimos exigibles.
5. Metodología didáctica de carácter general
6. Proceso de evaluación del alumnado
  - 6.1 Procedimiento de evaluación
  - 6.2 Criterios de calificación
7. Mecanismos de seguimiento y valoración que permitan potenciar los resultados positivos y subsanar las deficiencias que pudieran observarse.
8. Actividades de orientación y apoyo encaminadas a la superación de los módulos profesionales pendientes.
9. Materiales didácticos para uso de los alumnos.
10. Plan de contingencia

## 1.- INTRODUCCION

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

**Nivel:** Grado Medio (2º curso)

**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 Confitería 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.- CAPACIDADES TERMINALES / 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.
- 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.
- 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.**

#### **U.T. 1 FIJACIÓN DE PRECIOS**

- ***Determinación del precio de venta al público. Elementos del precio. Métodos de fijación de precios.***
- ***Definición y clases de costes.***
- ***Cálculo del coste de materias primas y registro documental.***
- Control de consumos. Aplicación de métodos.
- ***Cálculo del importe total de una operación. Cálculo comercial de las operaciones de venta.***
- Aplicación del interés en las operaciones comerciales

- El interés en las operaciones bancarias
- Interés simple e interés compuesto
- Concepto de descuento. Descuento comercial y descuento racional
- Gestión de cobro y negociación de efectos comerciales
- **Márgenes y descuento. Escandallo. Ratios.**

## U.T. 2 VITRINA Y ESCAPARATISMO

- **Elementos exteriores: rótulo, entrada y escaparate.**
- **Escaparate virtual**
- **Planificación del escaparate**
- **Medidas de análisis del escaparate**
- **Percepción y memoria selectiva**
- **Presupuesto de los escaparates**
- **Función del escaparate**
- **Elementos y materiales de un escaparate**
- **Tipos de escaparates**
- **Implantación del 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.**
- **Colocación de los productos**
- **Circulación**
- **Interiorismo comercial. Mobiliario. Iluminación**
- **Visual merchandising virtual**
- Recursos humanos en el punto de venta
- **Productos ganchos.**
- **La publicidad en el lugar de venta. Expositores. Carteles. Displays. Máquinas expendedoras. Letreros luminosos.**
- **Carteles. Rotulación de carteles de información y precios.**
- **Tipos de letras.**
- **Técnicas de rotulación.**
- **Principales tipos de carteles.**
- Aplicaciones informáticas gráficas y de autoedición.
- **Teorías del color. Técnicas de iluminación y de composición.**

- **Diseño de escaparates.**
- Estilismo, metodología proyectual.
- **Expositores y escaparates. Técnicas de escaparatismo.**
- **Expositores y vitrinas. Tipos y características. Colocación de los productos.**
- **El proceso de montaje de un escaparate. Herramientas, materiales y técnicas.**
- **Normativa de seguridad en el montaje de un escaparate.**

### U.T. 3 EL CLIENTE

- **La comunicación en las relaciones comerciales**
- **Modelos de comunicación**
- **Comunicación verbal**
- **Comunicación telefónica**
- **Comunicación y expresión escrita. Normas**
- **Concreción e interpretación adecuada de preguntas**
- **Precisión y claridad en el lenguaje**
- **Verificación de la comprensión del mensaje**
- **Confección, registro y archivo de documentos**
- **Comunicación no verbal**
- **Aplicación adecuada de gestos y expresión facial**
- Evolución de los sistemas de comunicación

### U.T. 4 LA VENTA

- **Posicionamiento e imagen de marca. La información suministrada por el cliente**
- Concertación y preparación de la visita
- Toma de contacto y presentación
- **El cierre de la venta. Técnicas de venta.**
- **Seguimiento de la venta.**
- **El proceso de venta**
- **La prospección de clientes**
- **Preparación de la venta**
- **Elaboración del argumentario de ventas**
- **El cobro y el pago en el proceso de venta. Medios de pago (transferencias, tarjeta de crédito/débito, pago contra reembolso, pago mediante teléfono móviles, efectivo y otros).**

- **Medios de pago electrónicos.** La transferencia electrónica de fondos.
- **Descuentos, promociones, vales.**
- **Terminal de punto de venta (TPV): sistemas de cobro**
- **Concepto y tipos de terminales más usuales**
- **Codificación de la mercancía. Sistema de código de barras (EAN)**
- **El datafono**
- Terminales pesados
- Apertura y cierre del TPV
- Lenguajes comerciales: Intercambio de datos electrónicos (EDI)
- **El departamento de ventas. Funciones. Funciones fundamentales desarrolladas en la atención al cliente: naturaleza y efectos.**
- Funciones del director de ventas
- **Planificación de las ventas. Objetivos**
- Factores que condicionan la organización del departamento de ventas.
- **Estructura organizativa del departamento de ventas.**

#### U.T. 5 SATISFACCION DEL CLIENTE, RECLAMACIONES Y QUEJAS

- **Conocimiento del cliente. Variables que influyen en la atención al cliente**
- **Las objeciones del cliente**
- **Funciones fundamentales desarrolladas en la atención al cliente: naturaleza y efectos.**
- **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.**
- **Los servicios posventa**
- Herramientas de gestión de las relaciones con clientes

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

Unidades de trabajo programadas:

	<b>Unidad</b>	<b>Título</b>	<b>Horas programadas</b>
<b>1ª Evaluación</b>	1	FIJACIÓN DE PRECIOS	12
	2	VITRINA Y ESCAPARATISMO	12
	3	EL CLIENTE	6
		Visitas a Pastelerías	1
		Horas destinadas a realización de pruebas de evaluación	2
	<b>Total 1ª Evaluación:</b>		
<b>2ª Evaluación</b>	3	EL CLIENTE (continuación)	6
	4	LA VENTA	12
	5	SATISFACCION DEL CLIENTE, RECLAMACIONES Y QUEJAS	11
		Horas destinadas a realización de pruebas de evaluación	4
	<b>Total 2ª Evaluación:</b>		
<b>Total curso:</b>			<b>63</b>

#### **4.3.- CONTENIDOS MÍNIMOS EXIGIBLES.**

Los resultados de aprendizaje y contenidos mínimos exigibles para una evaluación positiva en el módulo se indican en cursiva y negrita en los anteriores apartados.

#### **5.- 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 se les proporcione.

Se realizarán visitas a distintas pastelerías y panaderías de la ciudad en el mes de diciembre para valorar y analizar tanto los elementos exteriores como los interiores y la presentación de los productos a la venta.

**Los alumnos podrán desarrollar trabajos que consistirán en:**

**1. ACTIVIDADES PRECIOS, COSTES Y MARGENES COMERCIALES**

- Analizar costes de un obrador
- Realización de escandallo de los productos elaborados en obrador
- Análisis de posibles ofertas comerciales
- Fijación de precios de los productos de obrador
- Estudio económico (márgenes comerciales) de un establecimiento

**2. ACTIVIDADES EXPOSICIÓN Y PROMOCIÓN DE PRODUCTOS**

- Análisis de un establecimiento de panadería y repostería
- Diseño de publicidad
- Diseño de indicadores visuales, expositores y escaparates
- Layout de una tienda de panadería y repostería

**3. ACTIVIDADES OPERACIONES DE VENTA**

- Prácticas uso y gestión de los distintos métodos de pago

**4. ACTIVIDADES ATENCION AL CLIENTE**

- Práctica en la gestión de una reclamación
- Practica en la gestión del servicio de atención al cliente
- Instauración de un servicio de atención al cliente

**6.- PROCESO DE EVALUACIÓN DEL ALUMNADO.**

**6.1 PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN**

El aprendizaje de los alumnos será evaluado por medio de pruebas escritas y trabajos, tareas o actividades asociados a los contenidos del módulo.

Durante cada uno de los dos trimestres en los que se divide el curso se realizará al menos una prueba escrita sobre los contenidos desarrollados. En la prueba se integrarán los

contenidos que se hayan trabajado hasta el momento que se celebre la prueba escrita correspondiente, no obstante se indicará al alumnado los contenidos que se incluirán en la prueba. El formato de la prueba así como su duración, se comunicará al alumnado con suficiente antelación.

Por otro lado, a lo largo de los trimestres, los alumnos tendrán que realizar una serie de trabajos o actividades de obligado cumplimiento, su no presentación imposibilita la superación del módulo.

Las fechas de las pruebas escritas no se podrán cambiar bajo ningún concepto.

Al principio de curso se efectuará una evaluación inicial que tendrá como objetivo apreciar el grado de interés y el grado de conocimientos del que parten los alumnos. Este procedimiento servirá al docente para planificar su intervención educativa y mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje.

## **6.2 CRITERIOS DE CALIFICACIÓN**

### **6.2.1 Evaluación continua**

- A lo largo del curso, se efectuarán una serie de pruebas escritas, para cada evaluación, los criterios de calificación de las mismas se expondrán por escrito en las mismas pruebas. Las pruebas escritas tendrán una ponderación semejante entre si (en el caso de que una prueba tenga una ponderación diferente al resto, se indicaran los porcentajes respecto a la nota final que supone esa prueba y de las del resto). Para la superación del módulo es necesario que la media de las pruebas dé como resultado un 5 sobre 10. Las pruebas se podrán promediar siempre y cuando la nota sea igual o superior a 5 puntos.
- Por otro lado, además de las pruebas escritas, los alumnos como se ha señalado, tienen que realizar una serie de trabajos durante el curso. Los trabajos serán de realización obligatoria pero no contarán para nota, la no presentación en plazo y forma de estos supondrá la no superación de la evaluación y del módulo.

Los alumnos que tengan alguna parte del módulo no superado se deberán presentar a la **convocatoria oficial de marzo**.

**La prueba escrita de la convocatoria oficial de marzo estará dividida en tantas partes como pruebas escritas se hayan realizado durante el curso. Los alumnos con derecho a evaluación continua que tengan pendiente la mitad de las partes o más partes, deberán realizar la totalidad de la prueba. Aquellos alumnos que tengan menos partes pendientes deberán presentarse solo a dichas partes.**

**En cada caso se indicará el porcentaje que representa cada parte sobre el total de la nota final. Para promediar con el resto, cada parte deberá tener una nota mínima de 5. La media final debe ser de 5 puntos sobre 10 sin redondeos.**

En el caso de la no superación de las partes pendientes en la convocatoria oficial de marzo, el alumno se deberá presentar a la convocatoria oficial de junio que tendrá la misma estructura que la anterior. Los alumnos deberán presentarse a las partes no superadas.

### **6.2.2 Alumnos que no tengan derecho a evaluación continua**

Si un alumno/a tiene más de un 15 % de faltas de asistencia a lo largo del curso (10 faltas) perderá el derecho a la evaluación continua, debiendo acudir a la convocatoria oficial de marzo para poder superar el módulo. En dicha convocatoria se realizará una prueba escrita que incluirá todos los contenidos trabajados en clase y en los trabajos que hayan sido encomendados por el docente.

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

### **6.2.3 Alumnos de primero con matricula parcial en segundo**

Este tipo de alumnos tienen las mismas obligaciones que el resto de sus compañeros en todos los aspectos (entrega y presentación de trabajos, responder a actividades, preguntas o problemas en clase, etc.).

### **6.2.4 OTROS ASPECTOS GENERALES A DESTACAR:**

- En ningún caso se realizará redondeo de la nota, de este modo un alumno deberá obtener un 5 o más puntos de media final para poder superar el módulo
- En caso de encontrar a un alumno copiando o haciendo trampas en cualquier tipo de prueba, resultara no apto por lo que no superará el módulo, además tendrá que presentarse a la convocatoria oficial de marzo o junio con todos los contenidos del módulo. En convocatoria oficial, deberá examinarse en la prueba de la totalidad del contenido del módulo. En caso de copiar o hacer trampas en una convocatoria oficial, el módulo quedará suspendido.
- La no presentación en el plazo indicado de un trabajo obligatorio supondrá un 0 en dicha prueba, si han pasado más de 3 días respecto al ultimo día del plazo indicado. La presentación en esos 3 días supondrá como máximo un 5 sobre 10
- 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 restará hasta un máximo de 1 punto de la calificación del examen**

o trabajo.

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

### 7.1. Actividades de recuperación

Dependiendo de las circunstancias y tras evaluar la situación, el docente podrán realizar las siguiente actividades:

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

### 7.2. Atención a la diversidad

#### 7.2.1. Alumnos ACNEAE

Se estudiarán posibles actuaciones de atención a la diversidad conjuntamente con el equipo educativo del grupo, orientador y equipo directivo del Centro.

#### 7.2.2. 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.

#### 7.2.3. 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 acudirá a las siguientes aportaciones pedagógicas (aplicadas a las actividades propuestas para cada U.T.), teniendo muy claro que son un medio y no un fin.

#### 7.2.4. Alumnos con necesidades específicas por motivos laborales

Se procurará atender las necesidades de estos alumnos y se flexibilizará la exigencia de asistencia a clase; siempre y cuando las faltas estén justificadas por un contrato laboral. Se atenderá a estos alumnos en la hora semanal de tutoría indicada en el horario del profesor. Si no fuera posible, se atenderá en un recreo previa cita.

### **7.2.5. Actividades para recuperación de evaluaciones pendientes**

Se propondrá al alumno tareas de refuerzo y consolidación de los contenidos más importantes, tales como: elaboración de resúmenes y esquemas, repetición de actividades importantes o planteamiento de nuevas si el alumno lo requiere y/o el profesor lo considera necesario. Todas estas actividades están encaminadas a que el alumno supere el módulo en las convocatorias oficiales.

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

El profesor responsable del módulo llevará a cabo un seguimiento de la programación a través del cuaderno del profesor. Además, al final de cada trimestre se realizará una autoevaluación de la programación, adecuándola en cada momento a una mejor práctica docente y que implique la consecución de capacidades por todos los alumnos. La herramienta para realizar la evaluación de la programación será a través de una rúbrica y de una encuesta al final de curso.

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

Al ser un módulo de 2º curso no hay alumnos con el módulo pendiente. Los alumnos que repitan curso deberán asistir a clase como el resto y no se aplicara ninguna circunstancia especial. Tendrán que realizar las mismas tareas y pruebas.

Durante el tercer trimestre, se priorizará 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.

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

En el desarrollo de las unidades de trabajo se recomienda la lectura del libro de texto "Presentación y venta de productos de panadería y pastelería" de la Editorial SINTESIS, además de material propio del profesor, 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.

**10.- 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.
- 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 el profesor.