
		F-SE-PR-02
	PROGRAMACION DIDÁCTICA	
	VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS	CURSO 2022 /23

- 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 didácticas.
- 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 Actividades Complementarias y extraescolares.
- 12 Plan de contingencia.
- 13 Información al alumnado

Programación, elaborada por:	
Nombre	Cecilio Pérez Grijalbo
Cargo	Profesor del módulo
Fecha	05/10/2022

		F-SE-PR-02
	PROGRAMACION DIDÁCTICA	
	VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS	CURSO 2022 /23

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

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.

		F-SE-PR-02
	PROGRAMACION DIDÁCTICA	
	VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS	CURSO 2022 /23

- 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.

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.

6. Adquiere conciencia del papel que juega la industria alimentaria en la economía y el empleo de nuestro país.

Criterios de evaluación

- a) Reconoce la importancia del sector alimentario en la economía de la región y del país.
- b) Reconoce la importancia del sector alimentario como fuente de empleo.
- c) Identifica las principales empresas del sector alimentario en la Comunidad.

		F-SE-PR-02
	PROGRAMACION DIDÁCTICA	
	VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS	CURSO 2022 /23

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

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

		F-SE-PR-02
	PROGRAMACION DIDÁCTICA	
	VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS	CURSO 2022 /23

- 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


Unidad	Título	Horas programadas
0	Evaluación inicial. Presentación del módulo	2
1	El sector alimentario español y aragonés	4
2	Marketing Mix	12
3	Merchandising	8
	Otras actividades. Mesa de Navidad	5
Horas destinadas a realización de pruebas de evaluación		1
Total 1ª Evaluación		32
3	Merchandising_bis	10
4	Técnicas de venta	4
5	Medios de pago.	6
6	El sistema de distribución comercial	6
7	Costes	8
Repasos y exámenes		6
Total 2ª Evaluación		40
Total curso		72

5.- INTERRELACIÓN ENTRE ELEMENTOS CURRICULARES.

5.1 OBJETIVOS Y COMPETENCIAS TRANSVERSALES

OBJETIVOS TRANSVERSALES

- 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.
- 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.
- 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.

		F-SE-PR-02
	PROGRAMACION DIDÁCTICA	
	VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS	CURSO 2022 /23

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.

PROGRAMACION DIDÁCTICA

VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS

CURSO 2022 /23

5.2 INTERRELACIÓN POR UNIDADES DIDÁCTICAS

UNIDAD DE TRABAJO 1. EL SECTOR ALIMENTARIO ESPAÑOL Y ARAGONÉS.				
Objetivo q. Reconocer las oportunidades de negocio, identificando y analizando demandas del mercado para crear y gestionar una pequeña empresa.				
Resultado de aprendizaje	Criterio de evaluación	Concreción del criterio de evaluación	CONTENIDOS	Instrumentos de evaluación
6. Adquiere conciencia del papel que juega la industria alimentaria en la economía y el empleo de nuestro país.	<p>6.a Reconoce la importancia del sector alimentario en la economía de la región y del país.</p> <p>6.b Reconoce la importancia del sector alimentario como fuente de empleo.</p> <p>6.c Identifica las principales empresas del sector alimentario en la Comunidad.</p>	<p>6.a.1 Identifica las principales empresas del sector productivo</p> <p>6.a 2. Identifica las principales empresas del sector de la distribución</p> <p>6.a 3. Diferencia marca comercial de empresa productora</p> <p>6.b.1 Localiza datos de empleo y cifra de negocio del sector alimentario</p>	<p>TEORIA</p> <p>Principales empresas de los distintos subsectores.</p> <p>Las empresas del sector de la distribución. Situación actualizada del sector alimentario. Facturación, empleo, consumo de las familias.</p> <p>Canal HORECA</p>	<p>Prueba escrita 1</p> <p>Actividades de clase</p>

PROGRAMACION DIDÁCTICA

VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS

CURSO 2022 /23

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

PROGRAMACION DIDÁCTICA

VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS

CURSO 2022 /23

UNIDAD DE TRABAJO 3. MERCHANDISING				
<p>Objetivo I. 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. Objetivo q. Reconocer las oportunidades de negocio, identificando y analizando demandas del mercado para crear y gestionar una pequeña empresa. Competencia j. Promocionar y comercializar los productos elaborados aplicando las técnicas de marketing</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>RA nº 4 Atiende al cliente, describiendo las técnicas de comunicación empleadas.</p>	<p>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.</p>	<p>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.</p>	<p>TEORIA 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.</p>	<p>Prueba escrita 2 Actividades de clase</p>

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>RA nº2. Aplica las técnicas de venta relacionándolas con los diferentes canales de comercialización.</p> <p>RA nº3. Realiza la operación de venta, justificando las fases y variables que intervienen.</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>TEORIA</p> <p>Necesidades y gustos del cliente. Tipos de clientes, segmentación. Motivos de compra.</p> <p>Habilidades de comunicación. Barreras.</p> <p>Comunicación verbal y no verbal.</p> <p>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.</p> <p>Venta de productos alimentarios mediante el teléfono, a través de Internet, a través del correo electrónico y otros.</p>	<p>Prueba escrita 2</p> <p>Actividades de clase</p>

PROGRAMACION DIDÁCTICA

VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS

CURSO 2022 /23

<p>RA nº5. Resuelve quejas y reclamaciones, valorando sus implicaciones en la satisfacción del cliente</p>	<p>5.a) Se han identificado las técnicas para prevenir 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 2022 /23

UNIDAD DE TRABAJO 5. MEDIOS DE PAGO				
Competencia i. Cumplimentar los registros y partes de incidencia, utilizando los procedimientos de calidad.				
Resultado de aprendizaje	Criterio de evaluación	Concreción del criterio de evaluación	CONTENIDOS	Instrumentos de evaluación
<p>RA nº3. Realiza la operación de venta, justificando las fases y variables que intervienen.</p>	<p>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.</p>	<p>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.</p>	<p>TEORIA 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).</p>	<p>Prueba escrita 2 Actividades de clase</p>

PROGRAMACION DIDÁCTICA

VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS

CURSO 2022 /23


UNIDAD DE TRABAJO 6. EL SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL				
<p>Objetivo q) Reconocer las oportunidades de negocio, identificando y analizando demandas del mercado para crear y gestionar una pequeña empresa.</p> <p>Objetivo 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.</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>RA nº2. Aplica las técnicas de venta relacionándolas con los diferentes canales de comercialización.</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>TEORIA</p> <p>La distribución como instrumento del marketing.</p> <p>Los canales de distribución.</p> <p>El papel de los intermediarios.</p> <p>Comercio asociado y comercio integrado</p> <p>Las licencias comerciales</p>	<p>Prueba escrita 2</p> <p>Actividades de clase</p>

PROGRAMACION DIDÁCTICA

VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS

CURSO 2022 /23

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>
RA nº1. Establece los precios de los productos alimentarios elaborados, analizando costes y beneficios.	1.a) Se han identificado los tipos de costes existentes. 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 elaborado. 1.d) Se han interpretado las fórmulas y conceptos de interés, descuento y márgenes comerciales. 1.e) Se ha fijado el precio de un producto con un beneficio establecido. 1.f) Se han actualizado los precios a partir de la variación de los costes.	1.a.1 Identifica los tipos de costes existentes. 1.b.1 Determina las variables que intervienen en el coste y en el beneficio. 1.c.1 Realiza el escandallo de productos elaborados en la Planta Piloto. 1.d.1. Aplica correctamente descuentos, recargos y otras operaciones. 1.e.1 A partir de la información recogida en otros módulos, fija el precio de productos elaborados en la Planta Piloto con un beneficio establecido.	TEORIA 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. EJERCICIOS Resolución problemas costes	Prueba escrita 3 Actividades de clase

		F-SE-PR-02
	PROGRAMACION DIDÁCTICA	
	VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS	CURSO 2022 /23

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, 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, ya sea de forma autónoma o en grupo a través del trabajo con los materiales y recursos que él les proporcione. Asimismo, se fomentará el trabajo autónomo fuera del horario escolar, mediante la propuesta de actividades, ya sea de búsqueda de información, resolución de problemas o aprendizaje del manejo de aplicaciones ofimáticas.

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.

Los contenidos del módulo están muy vinculados al de Empresa e Iniciativa Emprendedora, por lo que se potenciará la coordinación con el responsable de ese módulo, tanto en lo que respecta a contenidos como tareas (proyecto de empresa).

Se contempla la visita a empresas relacionadas con el módulo, así como, la organización y/o participación en actividades, charlas, conferencias, etc. de interés en la materia, especialmente el Departamento estratégico de IOPE y el representante del INAEM que acude semanalmente al centro.

Otro elemento fundamental en torno al cual se desarrollará la actividad habitual será el de búsqueda y manejo de información. Las fuentes a manejar serán los manuales técnicos disponibles en el propio Departamento o en otras bibliotecas a las que puedan tener acceso, las revistas especializadas y, sobre todo, internet.

7.- PROCESO DE EVALUACIÓN DEL ALUMNADO.

7.1 PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

Evaluación Inicial:


Evaluación inicial. En los primeros días del curso, se realizará una evaluación inicial a los alumnos cuyo objetivo es conocer el nivel de conocimientos de los que se parte. Esta evaluación inicial se llevará a cabo mediante una prueba escrita con cuestiones generales de los contenidos del módulo y de algún aspecto de la formación previa de los alumnos que pueda ser relevante. Posteriormente se comentarán las respuestas en clase, con el objetivo de aclarar algún error de concepto grave y detectar carencias que puedan afectar significativamente al desarrollo de las clases, en especial en aspectos instrumentales (matemáticas)

Para la evaluación del módulo se realizarán tres pruebas escritas, una por cada uno de los bloques que se describen a continuación. Además, se propondrán a través del classroom del módulo tareas de clase que deberán ser completadas y entregadas por los alumnos en el plazo establecido.

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

1. Bloques:

- Bloque 1: unidades 1 y 2.
- Bloque 2: unidades 3 a 6
- Bloque 3: unidad 7

		F-SE-PR-02
	PROGRAMACION DIDÁCTICA	
	VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS	CURSO 2022 /23

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.

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.

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 (N1) y de la obtenida en las tareas de clase propuestas (N2).

La calificación de cada bloque se obtendrá de la siguiente manera:

$$\text{Calificación de cada bloque} = N1 \times 0,8 + N2 \times 0,2$$

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

Los bloques calificados por debajo de 3,5 no ponderarán de cara al cálculo de la calificación final del módulo. El alumno deberá presentarse a esa parte en la convocatoria de marzo.

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 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.

		F-SE-PR-02
	PROGRAMACION DIDÁCTICA	
	VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS	CURSO 2022 /23

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.

El profesor llevará un control mensual del seguimiento de la programación en su cuaderno personal. Si el grado de cumplimiento de la programación baja del 85%, redactará un informe en el que detalle el/los motivo/s de dicha desviación y, en su caso, las medidas a adoptar para subsanarla.

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 normativa indica 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

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.

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. Cualquier desviación significativa del desarrollo previsto se reflejará en el apartado correspondiente de dicho cuaderno y en la memoria final del módulo.

		F-SE-PR-02
	PROGRAMACION DIDÁCTICA	
	VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS	CURSO 2022 /23

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

Por tratarse de un módulo de segundo curso, no se puede hablar de la existencia de alumnos pendientes, en realidad son alumnos que no cursan la totalidad de los módulos. Por ello, tendrán la misma consideración que los alumnos de curso completo.

Si durante el tercer trimestre se asignan horas de atención a alumnos que no hayan aprobado el módulo, se informará a los alumnos de la disponibilidad horaria del profesor para organizar clases de repaso, dudas, etc.

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.- ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES

A fecha de redactar esta programación, no están previstas actividades complementarias ni extraescolares.

12.- 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:

- 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.

13.- INFORMACIÓN AL ALUMNADO

La programación didáctica de módulo será comunicada al alumnado mediante su subida al classroom del módulo como un material más.

		F-SE-PR-02
	PROGRAMACION DIDÁCTICA	
	VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS	CURSO 2022 /23

Las programaciones didácticas son publicadas en la web del centro. Esta situación se informará a los alumnos mediante correo electrónico.

Los instrumentos de evaluación y criterios de calificación serán explicados de forma presencial.

Todos los alumnos deberán firmar un "enterado" de las circunstancias expuestas anteriormente.