



1. Identificación da programación

Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano académico
15014556	Coroso	Ribeira	2018/2019

Ciclo formativo

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
INA	Industrias alimentarias	CMINA03	Elaboración de produtos alimentarios	Ciclos formativos de grao medio	Réxime de proba libre

Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (*)

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesiões semanais	Horas anuais	Sesiões anuais
MP0146	Venda e comercialización de produtos alimentarios	2018/2019	0	70	0

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

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	MARÍA CECILIA VEIGA DOU, MÓNICA FRAGA CASTRO, PAULA MOLDES PEÑAS (Subst.)
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión inspector



2. Resultados de aprendizaxe e criterios de avaliación

2.1. Primeira parte da proba

2.1.1. Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultados de aprendizaxe do currículo
RA1 - Establece os prezos dos produtos alimentarios elaborados, para o que analiza os custos e os beneficios.
RA2 - Aplica as técnicas de venda en relación coas canles de comercialización.
RA3 - Realiza a operación de venda, e xustifica as fases e as variables que interveñen.
RA4 - Atende a clientela, e describe as técnicas de comunicación empregadas.
RA5 - Resolve queixas e reclamacións, e valora as súas implicacións na satisfacción da clientela.

2.1.2. Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos resultados de aprendizaxe por parte do alumnado

Criterios de avaliación do currículo
CA1.1 Identifícanse os tipos de custo.
CA1.2 Determináronse as variables que interveñen no custo e no beneficio.
CA1.4 Interpretáronse as fórmulas e os conceptos de xuro, desconto e marxe comercial.
CA1.5 Fíxose o prezo dun produto cun beneficio establecido.
CA1.7 Identifícanse os condicionantes dos prezos de venda dos produtos alimentarios.
CA2.1 Identifícanse os catro elementos da mercadotecnia: prezo, lugar, promoción e produto.
CA2.2 Identifícanse as características dos produtos, a súa diferenciación, a imaxe de marca, e o posicionamento da empresa e da competencia.
CA2.3 Analizáronse e caracterizáronse as principais canles de comercialización para os produtos alimentarios.
CA2.4 Especificouse a documentación necesaria da operación de venda.
CA2.5 Recoñecéronse os sistemas de comunicación presencial e non presencial, con aplicación das técnicas que facilitan a empatía coa clientela.
CA2.6 Recoñecéronse as variables que interveñen na conduta e na motivación da compra por parte da clientela.
CA2.7 Identificouse a tipoloxía da clientela e as súas necesidades de compra.
CA2.8 Adaptáronse as técnicas de venda ao medio de comunicación empregado (presencial, teléfono, internet, televisión interactiva, telefonía móbil, correo postal, correo electrónico, etc.).
CA2.9 Realizouse a promoción do produto adaptada a cada medio de comunicación.
CA3.1 Enumeráronse as fases da operación de venda.
CA3.2 Descríronse as variables que interveñen no prezo de venda.
CA3.3 Calculouse o xuro de aprazamento, as cotas de pagamento e o prezo da operación segundo as condicións do proceso pactado.
CA3.5 Descríronse os principais tipos de contratos de compravenda no sector alimentario.



Criterios de avaliación do currículo
CA3.6 Identificouse e formalizouse a documentación asociada ao cobramento e ao pagamento.
CA3.7 Describiuse o proceso de anulación de operacións de cobramento.
CA3.8 Recoñeceuse o potencial das novas tecnoloxías como elemento de consulta e apoio.
CA4.1 Descríronse as variables que inflúen no proceso de atención á clientela.
CA4.2 Describiuse a forma e actitude na atención e no asesoramento á clientela.
CA4.3 Explicáronse as técnicas de venda básicas para captar a atención e espertar o interese en función do tipo de cliente.
CA4.4 Seleccionáronse os argumentos axeitados ante as obxeccións formuladas pola clientela.
CA4.5 Analizáronse as estratexias para identificar a satisfacción da clientela.
CA4.6 Descríronse as técnicas que potencien o vínculo coa clientela.
CA4.7 Valorouse o potencial das novas tecnoloxías na atención á clientela, así como na procura de nova clientela.
CA5.1 Identificáronse as técnicas para prever e resolver conflitos.
CA5.2 Descríronse as técnicas utilizadas para afrontar queixas e reclamacións da clientela.
CA5.3 Recoñeceuse o proceso que se debe seguir ante unha reclamación.
CA5.4 Identificáronse os elementos formais que contextualizan unha reclamación.
CA5.5 Identificouse a documentación asociada ás reclamacións.
CA5.6 Analizáronse as consecuencias dunha reclamación non resolta.
CA5.7 Valorouse a importancia do servizo posvenda nos procesos comerciais.

2.2. Segunda parte da proba

2.2.1. Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultados de aprendizaxe do currículo
RA1 - Establece os prezos dos produtos alimentarios elaborados, para o que analiza os custos e os beneficios.
RA2 - Aplica as técnicas de venda en relación coas canles de comercialización.
RA3 - Realiza a operación de venda, e xustifica as fases e as variables que interveñen.
RA4 - Atende a clientela, e describe as técnicas de comunicación empregadas.
RA5 - Resolve queixas e reclamacións, e valora as súas implicacións na satisfacción da clientela.

2.2.2. Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos resultados de aprendizaxe por parte do alumnado



Criterios de avaliación do currículo

CA1.1 Identifícanse os tipos de custo.

CA1.2 Determináronse as variables que interveñen no custo e no beneficio.

CA1.3 Realizouse o escandallo do produto elaborado.

CA1.4 Interpretáronse as fórmulas e os conceptos de xuro, desconto e marxe comercial.

CA1.5 Fixouse o prezo dun produto cun beneficio establecido.

CA1.6 Actualizáronse os prezos a partir da variación dos custos.

CA1.7 Identifícanse os condicionantes dos prezos de venda dos produtos alimentarios.

CA2.3 Analizáronse e caracterizáronse as principais canles de comercialización para os produtos alimentarios.

CA2.6 Recoñecéronse as variables que interveñen na conduta e na motivación da compra por parte da clientela.

CA3.1 Enumeráronse as fases da operación de venda.

CA3.2 Descríbóronse as variables que interveñen no prezo de venda.

CA3.3 Calculouse o xuro de aprazamento, as cotas de pagamento e o prezo da operación segundo as condicións do proceso pactado.

CA3.4 Calculáronse os descontos, o prezo de venda total e as marxes comerciais en función das condicións de pagamento e os impostos que gravan a operación de venda.

CA4.3 Explicáronse as técnicas de venda básicas para captar a atención e despertar o interese en función do tipo de cliente.

CA4.8 Realizáronse conversas curtas de atención a clientes doutros países nos idiomas portugués, francés, italiano e inglés.

CA5.1 Identifícanse as técnicas para prever e resolver conflitos.

CA5.2 Descríbóronse as técnicas utilizadas para afrontar queixas e reclamacións da clientela.

CA5.3 Recoñeceuse o proceso que se debe seguir ante unha reclamación.

CA5.4 Identifícanse os elementos formais que contextualizan unha reclamación.

CA5.5 Identificouse a documentación asociada ás reclamacións.

CA5.6 Analizáronse as consecuencias dunha reclamación non resolta.

CA5.7 Valorouse a importancia do servizo posvenda nos procesos comerciais.

3. Mínimos exixibles para alcanzar a avaliación positiva e os criterios de cualificación

MÍNIMOS EXIXIBLES:



-PRIMEIRA PROBA: PROBA ESCRITA.

- 1 - Identifícanse os tipos de custo.
- 2 - Determináronse as variables que interveñen no custo e no beneficio.
- 3 - Interpretáronse as fórmulas e conceptos de xuro, descontó e marxe comercial.
- 4 - Identifícanse os condicionantes dos prezos de venda dos produtos alimentarios.
- 5 - Identifícanse os catro elementos da mercadotecnia: prezo, lugar, promoción e produto.
- 6 - Analizáronse e caracterizáronse as principais canles de comercialización para os produtos alimentarios.
- 7 - Recoñécéronse os sistemas de comunicación presencial e non presencial, con aplicación das técnicas que facilitan a empatía coa clientela.
- 8 - Identificouse a tipoloxía da clientela e as súas necesidades de compra.
- 9 - Enumeráronse as fases da operación de venda.
- 10 - Describíronse as variables que interveñen no prezo de venda.
- 11 - Calculouse o xuro de aprazamento, as cotas de pagamento e o prezo da operación segundo as condicións do proceso pactado.
- 12 - Identificouse e formalizouse a documentación asociada ao cobramento e ao pagamento.
- 13 - Describiuse a forma e actitude na atención e no asesoramento á clientela.
- 14 - Explicáronse as técnicas de venda básicas para captar a atención e espertar o interese en función do tipo de cliente.
- 15 - Analizáronse as estratexias para identificar a satisfacción da clientela.
- 16 - Identifícanse as técnicas para prever e resolver conflitos.
- 17 - Describíronse as técnicas utilizadas para afrontar queixas e reclamacións da clientela.
- 18 - Recoñeceuse o proceso que se debe seguir ante unha reclamación.
- 19 - Identificouse a documentación asociada ás reclamacións.
- 20- Analizáronse as consecuencias dunha reclamación non resolta.
- 21 - Valorouse a importancia do servizo posvenda nos procesos comerciais.

SEGUNDA PROBA: PROBA PRÁCTICA.

- 1 - Identifícanse os tipos de custo.
- 2 - Determináronse as variables que interveñen no custo e no beneficio.
- 3 - Realizouse o escandallo do produto elaborado.
- 4 - Interpretáronse as fórmulas e conceptos de xuro, descontó e marxe comercial.
- 5- Fixouse o prezo dun produto cun beneficio establecido
- 6- Actualizáronse os prezos a partir da variación dos custos.
- 7- Identifícanse os condicionantes dos prezos de venda dos produtos alimentarios.
- 8- Describíronse as variables que interveñen no prezo de venda.
- 9- Calculouse o xuro de aprazamento, as cotas de pagamento e o prezo da operación segundo as condicións do proceso pactado.
- 10- Calculáronse os descontos, o prezo de venda total e as marxes comerciais en función das condicións de pagamento e os impostos que gravan a operación de venda.
- 11- Describíronse as técnicas utilizadas para afrontar queixas e reclamacións da clientela.
- 12- Recoñeceuse o proceso que se debe seguir ante unha reclamación.
- 13- Identifícanse os elementos formais que contextualizan unha reclamación.
- 14- Identificouse a documentación asociada ás reclamacións.



CRITERIOS DE CUALIFICACIÓN:

Cada parte será cualificada de 0 a 10 puntos; para superalas será necesaria unha puntuación de 5. Ambas teñen carácter eliminatorio, de tal forma que a segunda proba só poderá ser realizada polos aprobados na primeira parte.

A cualificación final será a media aritmética das cualificacións da cada unha das probas, sempre que ambas fosen aprobadas.

A nota final consistirá nunha nota numérica, de 1 a 10, e calcularase facendo a media das dúas probas (para facer dita media será necesario acadar un cinco en cada una delas). As cualificacións obtidas (tanto na parte teórica como na práctica) serán redondeadas a valores de 1 a 10 sen decimais; farase por defecto por debaixo de 5 décimas, e por exceso para 5 décimas ou superior ata 99 décimas, excepto no caso de 4,50 a 4,99 que se fará sempre por defecto.

4. Características da proba e instrumentos para o seu desenvolvemento

4.a) Primeira parte da proba

A primeira parte da proba será teórica, consistirá nun exame escrito cunha duración de dúas horas como máximo, será puntuada sobre 10 puntos. Constará dunha serie de preguntas curtas, tipo test ou tamén pódense ser de verdadeiro ou falso. Os criterios de corrección inclúiranse nas probas.

Será necesario acadar unha puntuación de 5 (nunha escala de 0 a 10 para superalas).Asimesmo, terá carácter eliminatorio.

O alumno/a deberá identificarse co DNI ou pasaporte, que estará a disposición do profesor/a en todo momento da proba. Para realizar dita proba será necesario a presentación dun bolígrafo azul ou negro.Non se permite o emprego de ningún sistema de telefonía móbil nin de ningún outro dispositivo electrónico.

Copiar no exame supón a non cualificación do mesmo.

4.b) Segunda parte da proba

A segunda parte da proba será de carácter práctico, para o cal o alumno disporá dunha temporalización de dúas horas e media como máximo, será valorada sobre 10 puntos. Nela, o alumnado realizará varios exercicios/supositos prácticos ,adaptados en tempo e forma a duración total da proba. Os criterios de corrección inclúiranse nas probas.

Esta segunda parte da proba será cualificado de 0 a 10 puntos e o alumno deberá obter unha puntuación igual ou superior a 5 puntos para superala. Asimesmo, terá carácter eliminatorio.

O alumno/a deberá identificarse co DNI ou pasaporte, que estará a disposición do profesor/a en todo momento da proba. Para realizar dita proba será necesario a presentación dun bolígrafo azul ou negro.E recoméndase levar calculadora e unha regra.Non se permite o emprego de ningún sistema de telefonía móbil nin de ningún outro dispositivo electrónico (agás a calculadora).

Copiar no exame supón a non cualificación do mesmo.