

1. Identificación da programación
Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano académico
36006419	Montecelo	Pontevedra	2021/2022

Ciclo formativo

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
SAN	Sanidade	CMSAN02	Farmacia e parafarmacia	Ciclos formativos de grao medio	Réxime de proba libre

Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (*)

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesións semanais	Horas anuais	Sesións anuais
MP0099	Disposición e venda de produtos	2021/2022	0	107	0

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

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	DANIEL GARCÍA SÁNCHEZ, JUAN MANUEL ARGIBAY SANMARTÍN (Subst.)
Outro profesorado	JUAN MANUEL ARGIBAY SANMARTÍN

Estado: Pendente de supervisión equipo directivo

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 - Aplica técnicas de atención a persoas usuarias utilizando procedementos e protocolos de comunicación, e describe estes procedementos.
RA2 - Executa actividades de venda de produtos farmacéuticos e parafarmacéuticos tendo en conta as fases dun proceso de venda, e describe esas fases.

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 conceptos, elementos, barreiras, factores modificadores e tipos de comunicación.
CA1.2 Analizáronse os tipos de linguaxe, así como as técnicas e as estratexias para unha boa comunicación.
CA1.3 Valorouse a importancia da cortesía, a amabilidade, o respecto, a discreción, a cordialidade e o idioma do usuario, para favorecer a relación cos clientes.
CA1.4 Establecéronse as habilidades persoais e sociais que cumpra desenvolver para lograr unha perfecta comunicación.
CA1.5 Distinguíronse os elementos fundamentais para transmitir a imaxe da empresa como un departamento de atención á poboación usuaria.
CA1.6 Simulouse a obtención da información necesaria en diversas situacións de hipotéticas persoas usuarias.
CA1.7 Analizouse o comportamento de diferentes tipos de persoas en supostos debidamente caracterizados.
CA1.8 Definíronse as características da información (inmediatez e precisión) e do asesoramento (claridade e exactitude).
CA1.9 Describíronse as fases da atención ás persoas usuarias segundo o plan de acción definido.
CA2.1 Analizáronse as calidades e as actitudes que debe desenvolver o persoal vendedor cara á empresa (márketing interno) e cara á poboación usuaria.
CA2.2 Identificouse a tipoloxía das persoas usuarias, as súas motivacións e as súas necesidades de compra.
CA2.3 Describiuse a importancia do coñecemento das características do produto por parte do persoal vendedor.
CA2.4 Determináronse as liñas de actuación na venda segundo o plan de acción establecido pola empresa.
CA2.5 Desenvolvéronse as fases dun proceso de venda (captar a atención, provocar o interese, espertar o desexo e mover á acción).
CA2.6 Relacionouse o concepto de márketing coa satisfacción dos desexos da poboación consumidora, en función da localización da empresa.
CA2.7 Valoráronse como facilitadores no proceso de decisión de compra a información, o asesoramento, o ambiente acolledor, a educación, a comunicación e as habilidades sociais do persoal vendedor.
CA2.8 Definiuse a importancia de manter actualizado o ficheiro de persoas usuarias para a aplicación do plan de fidelización, empregando as ferramentas informáticas establecidas.

2.2. Segunda parte da proba

2.2.1. Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultados de aprendizaxe do currículo
RA3 - Organiza os produtos farmacéuticos e de parafarmacia no punto de venda aplicando técnicas de merchandising.
RA4 - Atende reclamacións presentadas pola poboación usuaria, e recoñece e aplica criterios e procedementos de actuación.

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
CA3.1 Identificouse a relación libre e persoal que se establece entre as persoas usuarias e os produtos expostos segundo a organización, a colocación, a decoración e a iluminación.
CA3.2 Clasifícanse os produtos farmacéuticos e de parafarmacia segundo a súa utilidade, consonte a normativa.
CA3.3 Establecéronse os parámetros físicos e comerciais que determinan a colocación dos produtos (puntos quentes) nos niveis do lineal (moblaxe).
CA3.4 Desenvolvéronse procedementos de etiquetaxe e elaboráronse elementos publicitarios de apoio para a información sobre os produtos.
CA3.5 Valórouse a importancia de reposición das existencias de acordo co procedemento establecido pola empresa.
CA3.6 Analizáronse as vantaxes e desvantaxes dos sistemas antifurto.
CA3.7 Descríbense os tipos de embalaxe e empaquetaxe segundo o produto, as súas características e a imaxe que queira transmitir a empresa.
CA3.8 Valóranse as propostas que o persoal vendedor poida achegar baseándose na información compilada acerca das demandas e das suxestións de hipotéticas persoas usuarias.
CA4.1 Tipificouse a actitude, a postura e o interese que se deban adoptar ante queixas e reclamacións, utilizando un estilo asertivo para informar as persoas usuarias.
CA4.2 Desenvolvéronse as técnicas que se utilizan para a resolución de conflitos e reclamacións.
CA4.3 Recoñecéronse os aspectos das reclamacións en que incida a lexislación.
CA4.4 Describiuse o procedemento para a presentación de reclamacións.
CA4.5 Identifícanse as alternativas ao procedemento que se lle poidan ofrecer ás persoas usuarias ante reclamacións de doado arranxo.
CA4.6 Valórouse a importancia que teñen para o control de calidade do servizo os sistemas de información manuais e informáticos que organizan a información.
CA4.7 Estableceuse a información rexistrada do seguimento posvenda, de incidencias, de peticións e de reclamacións de persoas usuarias, como indicadores para mellorar a calidade do servizo prestado e aumentar a fidelización.

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

- | | |
|---|--|
| ¿ | Habilidades persoais e sociais que melloran a comunicación interpersonal. |
| ¿ | Técnicas de comunicación. |
| ¿ | Determinación do perfil das persoas consumidoras (idade, situación sociocultural, sexo, etc.). |
| ¿ | Fases de atención. |

- ¿ Ficheiro de persoas usuarias. Bases de datos.
- ¿ Tipos de compra.
- ¿ Técnicas de venda.
- ¿ Fases da venda.
- ¿ Márketing interno e externo.
- ¿ Plan de acción da empresa.
- ¿ Exterior: fachada e escaparate.
- ¿ Interior: moblaxe, decoración e iluminación.
- ¿ Puntos quentes e puntos fríos no establecemento comercial.
- ¿ Colocación dos produtos. Niveis do lineal. Tipos de empaquetaxe e de embalaxe.
- ¿ Procedementos para reclamar. Lexislación.
- ¿ Sistemas de información. Rexistro manual e automatizado.

4. Características da proba e instrumentos para o seu desenvolvemento

4.a) Primeira parte da proba

Terá carácter eliminatorio e consistirá nunha proba escrita tipo test, de resposta múltiple con catro posibles respostas:
O tempo total adxudicado para a realización desta primeira parte da proba será de 90 minutos.

O profesor-a do módulo profesional cualificará esta primeira parte da proba de cero a dez puntos.
Para a súa superación as persoas candidatas deberán obter unha puntuación igual ou superior a cinco puntos.

4.b) Segunda parte da proba

Consistirá na resolución de dez supostos prácticos, por escrito, asignándose un tempo de 90 minutos para a realización da mesma.
Será necesario acadar os 5 puntos regulamentarios para superar a proba.

Nota: A/o aspirante acudirá a esta proba provisto do seu D.N.I., bolígrafo de cor negra ou azul e calculadora.