

1. Identificación da programación

Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano académico
36006419	Montecelo	Pontevedra	2019/2020

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	2019/2020		107	

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

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	DANIEL GARCÍA SÁNCHEZ
Outro profesorado	

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.
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.

2.1.2. 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 Analízanse 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 Distingúronse 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 Descríronse as fases da atención ás persoas usuarias segundo o plan de acción definido.
CA2.1 Analízanse 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, despertar 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.
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.



Criterios de avaliación do currículo
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 Valorouse 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 Describíronse os tipos de embalaxe e empaquetaxe segundo o produto, as súas características e a imaxe que queira transmitir a empresa.
CA3.8 Valoráronse 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 Valorouse 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 posventa, de incidencias, de peticións e de reclamacións de persoas usuarias, como indicadores para mellorar a calidade do servizo prestado e aumentar a fidelización.

2.2. Segunda parte da proba

2.2.1. 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.
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
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.



Criterios de avaliación do currículo

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.

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 Clasificáronse 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 Valorouse 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 Describíronse os tipos de embalaxe e empaquetaxe segundo o produto, as súas características e a imaxe que queira transmitir a empresa.

CA3.8 Valoráronse 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 Identificáronse as alternativas ao procedemento que se lle poidan ofrecer ás persoas usuarias ante reclamacións de doado arranxo.



Criterios de avaliación do currículo

CA4.6 Valorouse 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 exigibles para alcanzar a avaliación positiva e os criterios de cualificación

Os mínimos exigibles son os criterios de avaliación en relación cos RA descritos nesta programación, e serán avaliados tendo en conta a Orde do 5 de abril de 2013 (DOGA do 16 de abril de 2013) esto quere dicir mediante dúas partes. Unha teórica e outra práctica según se recolle na programación.

Tanto a proba teórica como a práctica teñen carácter obrigatorio e eliminatorio. Para acadar unha avaliación positiva é necesario ter a lo menos un 5 en cada parte.

A nota final será a media aritmética das dúas partes, sempre tendo en conta que se acadou un 5 en cada unha delas

4. Características da proba e instrumentos para o seu desenvolvemento

4.a) Primeira parte da proba

Consta de 20 preguntas a resolver por escrito, no tempo máximo de 60 minutos. Cada pregunta correctamente contestada ten un valor de 0'5 puntos.

Será obrigatorio a identificación do ou da aspirante mediante DNI e terá que utilizar bolígrafo indeleble de cor azul ou negro.

4.b) Segunda parte da proba

Consistirá en resolver por escrito 10 supostos prácticos en relación cos CA da programación. Cada un deles valorarase cunha puntuación de ata un punto. O tempo asignado é de 60 minutos.

O ou a aspirante virá provisto de calculadora e bolígrafo de cor azul ou negro de tinta indeleble.

Será necesario a identificación mediante DNI