

1. Identificación da programación
Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano académico
36011579	A Guía	Vigo	2024/2025

Ciclo formativo

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
COM	Comercio e márketing	CD2COM000100	Actividades comerciais	Ciclos formativos de grao medio	Réxime xeral-ordinario

Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (*)

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesións semanais	Horas anuais	Sesións anuais
MP1232	Procesos de venda	2024/2025	6	159	190
MP1232_22	Desenvolvemento do proceso de venda	2024/2025	6	109	130
MP1232_12	Cálculo comercial e medios de pagamento e cobramento	2024/2025	6	50	60

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

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	XABIER COSTAS MAQUIEIRA
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión inspector

2. Concreción do currículo en relación coa súa adecuación ás características do ámbito produtivo

A presente programación concreta as actividades a desenvolver no módulo de Procesos de venta en consoancia co Decreto polo que se establece o currículo do ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de Técnico en Actividades Comerciais.

O título de Técnico en Actividades Comerciais concederá a posibilidade de exercer a actividade en calquera sector produtivo dentro da área de comercialización, realizando actividades de venda de bens e/ou servizos a través das diversas canles de comunicación ou ben realizando funcións de organización e xestión do seu propio comercio.

En canto á súa adecuación ao ámbito produtivo, o currículo deste módulo prepara os alumnos para a súa inserción laboral nas empresas localizadas na bisbarra de Vigo. O IES A Guía está ubicado no barrio de Teis, concello de Vigo, no que se pode denominar un entorno urbano. Nel se imparten ESO e Bacharelato, pero trátase dun centro especializado en Comercio, que oferta todos os ciclos formativos da familia nos tres niveis (Básico, Medio e Superior), oferta ciclos de comercio en réxime ordinario, de adultos e FP Dual, ademáis dun ciclo superior en Actividades físicas e deportivas. Trátase dun centro que traballa de forma coordinada pola mellora continua, a convivencia e a inclusión. Dispón de espazos e medios técnicos axeitados para os ciclos de comercio e traballa na actualización destes e na formación do equipo docente de forma continua.

Os alumnos proceden de Vigo e dos concellos limítrofes, xa que os estudantes que viven nos pobos da comarca que están interesados en cursar determinados ciclos formativos vense obrigados a acudir ós centros da cidade. Polo tanto, non se trata dun alumnado urbano na súa totalidade, xa que moitos proceden de vilas das comarcas veciñas e outros residen nas áreas rurais do concello de Vigo. As familias dos alumnos teñen, en xeral, un nivel socioeconómico medio, sen ningunha outra característica sociolóxica a destacar.

Este módulo profesional contén a formación necesaria para que o alumnado se poida inserir laboralmente e desenvolver a súa carreira profesional no sector do Comercio e Marketing, realizando funcións de venda de bens e/ou servizos a través das diversas canles de comunicación ou ben realizando funcións de organización e xestión do seu propio comercio.

Competencias:

- i) Executar as accións de márketing definidas pola organización comercial no plan de márketing, identificando as necesidades de produtos e/ou servizos da clientela, os factores que interveñen na fixación de prezos, as canles de distribución e as técnicas de comunicación, para cumprir os obxectivos fixados pola dirección comercial.
- m) Adaptarse ás novas situacións laborais orixinadas por cambios tecnolóxicos e organizativos nos procesos produtivos, actualizando os seus coñecementos, utilizando os recursos existentes para a aprendizaxe ao longo da vida e as tecnoloxías da información e da comunicación.
- n) Actuar con responsabilidade e autonomía no ámbito da súa competencia, organizando e desenvolvendo o traballo asignado, cooperando ou traballando en equipo con outros profesionais no ámbito de traballo.
- ñ) Resolver de xeito responsable as incidencias relativas á súa actividade, identificando as súas causas dentro do ámbito da súa competencia e autonomía.
- o) Comunicarse eficazmente, respectando a autonomía e a competencia das persoas que interveñen no ámbito do seu traballo.

Obxectivos xerais:

- n) Identificar o mercado e o contorno da empresa comercial, obtendo e organizando a información dos axentes que interveñen no proceso comercial e aplicando políticas de márketing apropiadas, para executar as accións de márketing definidas pola organización comercial no plan de márketing.
- q) Analizar e utilizar os recursos existentes para a aprendizaxe ao longo da vida e as tecnoloxías da información e da comunicación para aprender e actualizar os seus coñecementos, recoñecendo as posibilidades de mellora profesional e persoal, para se adaptar ás situacións profesionais e laborais.
- r) Desenvolver traballos en equipo e valorar a súa organización, participando con tolerancia e respecto, e tomar decisións colectivas ou individuais, para actuar con responsabilidade e autonomía.
- s) Adoptar e valorar solucións creativas ante problemas e continxencias que se presenten no desenvolvemento dos procesos de traballo, para arranxar de xeito responsable as incidencias da súa actividade.

t) Aplicar técnicas de comunicación, adaptándose aos contidos que se vaian transmitir, á súa finalidade e ás características das persoas receptoras, para asegurar a eficacia do proceso. Serán traballadores que xestionen un comercio ou unha tenda tradicional por conta propia, ou por conta allea en calquera empresa ou organización nas seccións de comercialización.

As ocupacions e postos de traballo mais salientables son:

- Vendedor/a
- Vendedor técnico
- Representante comercial
- Promotor/a
- Televendedor
- Vendedor a distancia
- Teleoperador/a
- Caixeiro ou repoñedor

3. Relación de unidades didácticas que a integran, que contribuirán ao desenvolvemento do módulo profesional, xunto coa secuencia e o tempo asignado para o desenvolvemento de cada unha

U.D.	Título	Descrición	Duración (sesións)	Peso (%)
1	A decisión de compra do consumidor	Tipos de consumidores, necesidades e desexos, factores que interveñen no proceso de decisión de compra	22	11
2	O vendedor	Funcións, coñecementos e perfil dos vendedores	20	10
3	Organización do proceso de venda	Funcións do departamento de vendas e formas de organización do mesmo	30	16
4	Técnicas de venda	Técnicas de comunicación nas relacións comerciais	38	21
5	Contratos de compra-venda e afíns	Contratos de compravenda: cláusulas máis habituais de acordo coa normativa vixente	20	10
6	Documentos de formalización das vendas	Xestionar a documentación comercial das diferentes operacións de venda. Pedidos nas vendas a distancia.	15	8
7	Documentos de formalización de cobro e pago	Identificar, diferenciar e cumprimentar os diferentes d	15	8
8	Determinación do precio de venda	Calcular o precio de venda dun produto aplicando a marxe comercial os descontos , os gastos e o IVA.	15	8
9	O xuro e o desconto nas operacións comerciais	Calcular os xuros e os descontos das operacións financeiras.	15	8

4. Por cada unidade didáctica
4.1.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
1	A decisión de compra do consumidor	22

4.1.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Identifica o proceso de decisión de compra dos/as consumidores/as e/ou usuarios/as, analizando os factores que inciden nel e as tipoloxías de clientela	SI

4.1.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA1.1 Identifícaronse os tipos de consumidores/as, diferenciando finais ou particulares, e industriais ou organizacionais
CA1.2 Definiuse o contido e os aspectos que abrangue o estudo do comportamento dos/as consumidores/as e/ou usuarios/as
CA1.3 Definíronse e clasificáronse as necesidades dos/as consumidores/as, tendo en conta a orde xerárquica que se establece á hora de satisfacelas
CA1.4 Clasificáronse as compras, atendendo ao comportamento racional ou impulsivo dos/as consumidores/as e/ou usuarios/as
CA1.5 Identifícaronse as fases do proceso de compra dos/as consumidores/as finais, analizando os factores que determinan a súa complexidade e a súa duración
CA1.6 Analizáronse os determinantes internos e externos que inflúen no proceso de decisión de compra dos/as consumidores/as e/ou usuarios/as
CA1.7 Identifícaronse as fases do proceso de compra dos/as consumidores/as industriais, comparando o proceso co dos/as finais
CA1.8 Caracterizáronse as tipoloxías de clientela, atendendo ao seu comportamento de compra, á súa personalidade e ás súas motivacións de compra

4.1.e) Contidos

Contidos
Tipos de consumidores/as: final ou particular, e industrial ou institucional.
0Tipoloxías de clientela.
Estudo do comportamento do/a consumidor/ora: aspectos que abrangue.
Necesidades do/a consumidor/ora: tipos.
Tipos de compras segundo o comportamento do/a consumidor/ora.
Proceso de decisión de compra do/a consumidor/ora final. Fases do proceso e variables que inflúen nel.
Determinantes internos que inciden no proceso de compra.
Variables externas que inflúen no proceso de compra.
Variables de márketing no proceso de compra.
Proceso de compra da entidade consumidora industrial ou organizacional. Tipos de entidades consumidoras. Fases do proceso.

4.2.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
2	O vendedor	20

4.2.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Define as funcións, os coñecementos e o perfil do persoal vendedor, analizando as necesidades de formación, motivación e remuneración do equipo de vendas	SI

4.2.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA2.1 Establecéronse as funcións e as responsabilidades do persoal vendedor na venda persoal

Criterios de avaliación
CA2.2 Clasifícase o persoal vendedor en función das características da empresa en que preste servizos, o tipo de venda que realice e a natureza do produto
CA2.3 Defínese o perfil do persoal vendedor profesional, analizando as calidades persoais, as habilidades profesionais e os coñecementos que debe ter
CA2.4 Descríbense os postos de traballo de vendas e o perfil do persoal vendedor máis axeitados para cada posto
CA2.5 Determináronse as necesidades de formación, perfeccionamento e reciclaxe do equipo de persoal vendedor
CA2.6 Defínese o contido do programa de formación e perfeccionamento do persoal vendedor
CA2.7 Valorouse a importancia da motivación do persoal vendedor analizando os principais factores motivadores
CA2.8 Identifícanse os sistemas de retribución máis habituais do persoal vendedor

4.2.e) Contidos

Contidos
Vendedor/ora: concepto e funcións.
Papel do/a vendedor/ora na venda persoal.
Tipoloxía do persoal vendedor segundo a empresa en que preste os seus servizos, segundo a natureza do produto e segundo a actividade ou o tipo de venda que realice.
Perfil do/a vendedor/ora profesional: calidades persoais, capacidades profesionais e coñecementos.
Manual do persoal vendedor.
Formación do persoal vendedor: necesidade da formación; programas de formación e perfeccionamento.
Motivación do persoal vendedor: factores motivadores.
Sistemas de remuneración do persoal vendedor.

4.3.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
3	Organización do proceso de venda	30

4.3.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA3 - Organiza o proceso de venda, definindo as liñas de actuación do persoal vendedor, de acordo cos obxectivos fixados no plan de vendas	SI

4.3.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA3.1 Identificáronse as funcións do departamento de vendas dunha empresa e as responsabilidades do/a director/ora de vendas
CA3.2 Diferenciáronse as formas de organización do departamento de vendas por zonas xeográficas, por produtos, por clientela, etc
CA3.3 Calculouse a cantidade de persoal vendedor que se requiren para cumprir os obxectivos do plan de vendas da empresa
CA3.4 Elaborouse o programa de vendas do/a vendedor/ora, definindo os seus propios obxectivos e o plan de actuación, en función dos obxectivos establecidos no plan de vendas da empresa
CA3.5 Elaborouse o argumentario de vendas, incluíndo os puntos fortes e débiles do produto, resaltando as súas vantaxes respecto ao da competencia e achegando solucións aos problemas da clientela
CA3.6 Aplicáronse técnicas de prospección de clientela, atendendo ás características do produto ou servizo ofertado
CA3.7 Determinouse o número de visitas comerciais que se vaian realizar á clientela real e potencial, e o tempo de duración das visitas
CA3.8 Planificáronse as visitas á clientela, aplicando as rutas de vendas que permitan aproveitar optimamente os tempos do persoal vendedor e reducir os custos

4.3.e) Contidos

Contidos
Departamento de vendas: funcións.
0Elaboración do programa de vendas e liñas de actuación do persoal vendedor.
Fases do proceso de venda.
Prospección de clientela: métodos.
Preparación da venda.

Contidos
<p>Obxectivos, contido e estrutura do argumentario de vendas.</p> <p>Tipos de argumentos: racionais e emocionais.</p> <p>Elaboración do argumentario de vendas segundo os tipos de produtos, a tipoloxía da clientela e o tipo de canles de distribución.</p> <p>Preparación do material de apoio para reforzar os argumentos, segundo os tipos de produtos e da clientela.</p> <p>Funcións do/a director/ora de vendas.</p> <p>Planificación das vendas. Obxectivos de vendas.</p> <p>Factores que condicionan a organización do departamento de vendas.</p> <p>Estrutura organizativa do departamento de vendas. Organigramas.</p> <p>Determinación do tamaño do equipo de vendas.</p> <p>Delimitación das zonas de venda e asignación ao persoal vendedor.</p> <p>Planificación das visitas á clientela: tipos e frecuencia das visitas.</p> <p>Deseño das rutas de vendas.</p>

4.4.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
4	Técnicas de venda	38

4.4.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA4 - Desenvolve entrevistas con suposta clientela, utilizando técnicas axeitadas de venda, negociación e pechamento, dentro dos límites de actuación establecidos pola empresa	SI

4.4.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA4.1 Preparouse a documentación necesaria para realizar unha visita comercial, consultando a información de cada cliente ou clienta na ferramenta de xestión de relacións coa clientela (CRM)
CA4.2 Concertouse e preparouse a entrevista de vendas, adaptando o argumentario ás características, ás necesidades e ao potencial de compra de cada cliente ou clienta, de acordo cos obxectivos fixados
CA4.3 Preparouse o material de apoio e a documentación necesaria
CA4.4 Realizouse a presentación e a demostración do produto, utilizando técnicas de venda axeitadas de persuasión
CA4.5 Prevíronse as posibles obxeccións do cliente ou a clienta, e definíronse as técnicas e os argumentos axeitados para a refutación destas
CA4.6 Utilizáronse técnicas de comunicación verbal e non verbal en situacións de venda e relación coa clientela
CA4.7 Planificouse a negociación dos aspectos e as condicións da operación que poidan ser obxecto de negociación
CA4.8 Utilizáronse técnicas para lograr o pechamento da venda e obter o pedido

4.4.e) Contidos

Contidos
<p>Venda persoal.</p> <p>0Técnicas de venda: modelo AIDA (atención, interese, desexo e acción). Técnica SPIN (situación, problema, implicación e necesidade). Sistema de adestramento Zelev Noel.</p> <p>Concertación e preparación da visita.</p> <p>Toma de contacto e presentación.</p> <p>Sondaxe e determinación das necesidades da clientela.</p> <p>Presentación do produto e argumentación, aplicando técnicas de venda.</p> <p>Demostración do produto, utilizando material de apoio.</p> <p>Obxeccións da clientela: técnicas de tratamento.</p>

Contidos
<p>Negociación das condicións da operación. Asertividade e empatía.</p> <p>Pechamento da venda. Sinais de compra e aplicación de técnicas de pechamento.</p> <p>Despedida e final da entrevista.</p> <p>Formas de venda: tradicional, autoservizo, sen tenda, televenda, venda en liña, etc.</p> <p>0Seguimento da venda.</p> <p>Servizos posvenda: asesoramento e información, garantía, asistencia técnica e reparacións, recambios e repostos.</p> <p>Xestión de incidencias, queixas e reclamacións da clientela.</p> <p>Servizos de atención, satisfacción e fidelización da clientela.</p> <p>Ferramentas de xestión das relacións coa clientela (CRM).</p> <p>Comunicación nas relacións comerciais.</p> <p>Proceso de comunicación: elementos. Barreiras na comunicación.</p> <p>Comunicación verbal. Normas para falar en público.</p> <p>Comunicación telefónica na venda. Uso das novas tecnoloxías.</p> <p>Comunicación escrita. Cartas comerciais.</p> <p>Comunicación non verbal na venda e nas relacións coa clientela.</p> <p>Fases da entrevista de vendas.</p>

4.5.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
5	Contratos de compra-venda e afíns	20

4.5.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA5 - Formaliza os contratos de compravenda e outros contratos afíns, analizando as cláusulas máis habituais, de acordo coa normativa	SI

4.5.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA5.1 Interpretouse a normativa que regula os contratos de compravenda
CA5.2 Caracterizouse o contrato de compravenda, os elementos que interveñen e os dereitos e as obrigas das partes, analizando a súa estrutura e as cláusulas habituais que se inclúen nel
CA5.3 Formalizouse o contrato de compravenda no que se recollen os acordos entre vendedor/ora e comprador/ora, utilizando un procesador de textos
CA5.4 Interpretouse a normativa que regula o contrato de compravenda a prazos e os requisitos que se exigen para a súa formalización
CA5.5 Caracterizouse o contrato de vendas en consignación, analizando os casos en que proceda a súa formalización
CA5.6 Caracterizouse o contrato de subministración, analizando os supostos en que se requira para o abastecemento de materiais e servizos
CA5.7 Analizáronse os contratos de leasing e renting como alternativas de adquisición e financiamento do inmovilizado da empresa

4.5.e) Contidos

Contidos
Contrato: características, requisitos básicos e tipos. 0Contratos de leasing e de renting. Contratos de factoring e de forfaiting. Contrato de compravenda: características, elementos e requisitos. Normativa que regula a compravenda: compravenda civil e mercantil. Dereitos e obrigas de vendedor/ora e comprador/ora. Cláusulas xerais dun contrato de compravenda. Contrato de compravenda a prazos. Contrato de subministración.

Contidos
<p>Contrato estimatorio ou de vendas en consignación.</p> <p>Contratos de transporte e de seguro.</p>

4.6.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
6	Documentos de formalización das vendas	15

4.6.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Xestiona a documentación comercial e de pagamento e cobramento das operacións de compravenda, formalizando os documentos necesarios	NO

4.6.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA1.1 Xestionouse a documentación comercial de operacións de venda, desde a recepción do pedido ata o envío e a recepción por parte do/a cliente/a
CA1.2 Estableceuse o xeito de formalizar o pedido por parte do/a cliente/a, en vendas a distancia (por catálogo, televenda, teléfono móbil, internet, etc.)
CA1.3 Identifícaronse as formas de pagamento, analizando o procedemento e a documentación necesaria en cada caso
CA1.4 Diferenciáronse os medios de pagamento ao contado dos aprazados
CA1.5 Comparáronse os medios e as formas de pagamento, analizando as vantaxes e as desvantaxes en termos de custo, seguridade e facilidade de uso
CA1.6 Formalizouse a documentación correspondente aos medios de pagamento
CA1.6.1 Formalizouse a documentación correspondente aos medios de pagamento
CA1.6.2 Rexistro e arquivo da documentación xerada na venda

4.6.e) Contidos

Contidos
Documentación comercial xerada nas vendas. Facturas e albarás.
Confección, rexistro e arquivamento de documentos.
Cobramento da venda. Documentos de cobramento e pagamento.
Pagamento en efectivo.

4.7.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
7	Documentos de formalización de cobro e pago	15

4.7.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Xestiona a documentación comercial e de pagamento e cobramento das operacións de compravenda, formalizando os documentos necesarios	NO

4.7.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA1.7 Formalizáronse cheques, letras de cambio, obrigas de pagamento e demais documentación correspondente aos medios de pagamento
CA1.8 Identificouse a documentación correspondente ás operacións de endoso, aval e xestión de cobramento de medios de pagamento

4.7.e) Contidos

Contidos
0Obriga de pagamento.
Operacións asociadas aos medios de pagamento. Endoso e aval.

Contidos
<p>Xestión de cobramento de efectos comerciais.</p> <p>Anticipación do cobramento. Negociación e desconto bancario.</p> <p>Xestión de impagamentos.</p> <p>Medios de pagamento electrónicos.</p> <p>Cobramento da venda. Documentos de cobramento e pagamento.</p> <p>Clasificación de medios de pagamento segundo a fiabilidade, o custo e o prazo de pagamento.</p> <p>Pagamento en efectivo.</p> <p>Transferencia bancaria.</p> <p>Lei cambiaria e do cheque.</p> <p>Cheque: tipoloxía e funcionamento.</p> <p>Letra de cambio.</p>

4.8.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
8	Determinación do precio de venda	15

4.8.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Determina os prezos e o importe das operacións, aplicando o cálculo comercial nos procesos de venda	NO

4.8.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA2.1 Calculouse o prezo de venda do produto, aplicando unha certa marxe comercial expresada en forma de porcentaxe do prezo de custo

Criterios de avaliación
CA2.2 Calculouse o prezo de venda do produto, aplicando unha marxe comercial expresada en forma dun porcentaxe sobre o prezo de venda
CA2.3 Determinouse o importe total dunha operación de venda, aplicando os descontos e os gastos acordados, e o IVE correspondente
CA2.3.1 Determinouse o importe total dunha operación de venda, aplicando os descontos e os gastos acordados, e o IVE correspondente
CA2.3.2 Determinouse o importe total dunha operación de venda en moneda estranxeira

4.8.e) Contidos

Contidos
Determinación do prezo de venda ao público do produto ou servizo. Elementos que forman parte do prezo.
Cálculo do importe de operacións comerciais en moeda estranxeira.
Cálculo do prezo de venda, aplicando unha determinada marxe comercial expresada en forma de porcentaxe sobre o prezo de custo.
Cálculo do prezo, aplicando unha determinada marxe expresada en forma de porcentaxe sobre o prezo de venda.
Cálculo do importe total dunha operación de venda.

4.9.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
9	O xuro e o desconto nas operacións comerciais	15

4.9.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Determina os prezos e o importe das operacións, aplicando o cálculo comercial nos procesos de venda	NO

4.9.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA2.4 Calculáronse os xuros de diversas operacións, definindo as variables que o determinan e aplicando un determinado tipo de xuro
CA2.5 Calculouse o desconto de diversas operacións, aplicando un determinado tipo de desconto
CA2.6 Calculouse o desconto e o efectivo resultante dunha remesa de efectos
CA2.7 Formalizáronse facturas de negociación de efectos comerciais, aplicando un determinado tipo de desconto e a correspondente comisión

4.9.e) Contidos

Contidos
<p>0Desconto racional ou matemático e desconto comercial: cálculo.</p> <p>Negociación de efectos comerciais. Cálculo do desconto e do efectivo resultante dunha remesa de efectos.</p> <p>Substitución de débedas. Vencemento común e vencemento medio.</p> <p>Aplicación dos xuros nas operacións comerciais.</p> <p>Concepto de xuros. Xuro simple e composto.</p> <p>Cálculo do xuro simple.</p> <p>Métodos abreviados para o cálculo dos xuros de varios capitais ao mesmo tipo de xuro e diferentes períodos de tempo.</p> <p>Concepto de desconto.</p>

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

Os requisitos mínimos esixibles concréntanse nos criterios de avaliación que se recolleron nas distintas unidades desta programación. A maioría das capacidades que se sinalan como requisito mínimo avalíaranse cunha proba obxectiva, trátase de probas de coñecemento ou probas de produto e/ou desempeño.

Todas as cualificacións estableceranse sobre 10 (de 0 a 10 puntos). Como norma xeral a nota numérica de referencia para o "apto" será o 5.

A nota media de cada unidade didáctica, ponderarase deste xeito: un 70% da cualificación das avaliacións parciais será unha proba escrita e obxectiva. Poderá haber varias o longo dun trimestre para facilitarlle o estudo o alumnado e farán media ponderada, segundo o peso establecido entre elas. O 30% da cualificación restante corresponderá ás actividades realizadas na aula.

Os procedementos de avaliación que se aplicarán poderán ser:

Probas de coñecementos. Cumprirán as seguintes especificacións:

1. Poden consistir en exames escritos con preguntas curtas e/ou a desenvolver, cuestionarios tipo test ou supostos prácticos.
2. Se darán instrucións de realización con indicación de tempos máximos para realízalas e a cualificación máxima por preguntas ou apartados.
3. Para os exames escritos con preguntas a desenvolver ou supostos prácticos empréganse modelos de solución graduados do seguinte xeito: pregunta completa 100% da cualificación, pregunta case completa 75% da cualificación, pregunta aceptable (mínimo) 50% da cualificación, pregunta incompleta 25% da cualificación, pregunta moi incompleta 0% da cualificación.
4. Polo xeral só farán media ponderada co resto de probas de coñecemento aquelas nas que se acaden os mínimos esixibles.

Probas de produto e/ou desempeño. Cumprirán as seguintes especificacións:

1. Poden consistir en traballos de investigación, memorias, fichas, plans, obxectos e defensas orais tanto en grupo como individuais.
2. Conterán indicacións/instrucións precisas sobre como presentalas, os formatos de presentación, o xeito de presentación (correo electrónico, aula virtual), de si debe ser defendido, os prazos de presentación, as penalizacións por presentacións fóra de prazo e de como se cualificarán (niveis de logro e indicadores). Un produto non presentado inxustificadamente, implicará volvelo realizar no período de actividades de recuperación correspondente.
3. Cualifícanse con táboas de indicadores (rúbricas) con catro niveis de logro: completo/excelente 100% da cualificación do indicador de que se trate; case completo/bo 75%; aceptable (mínimo) 50% e insuficiente do 0% ao 40%.
4. Nas táboas de indicadores poderán empregarse os seguintes bloques: expresión escrita, ortografía, formato, presentación e creatividade, contido e desempeño.
5. Se o produto que se pide trae asociada unha exposición oral (defensa) esta será avaliada por separado coa súa correspondente táboa de indicadores que incluírán os seguintes bloques: linguaxe non verbal, linguaxe verbal, presentación e creatividade do apoio visual.

No caso de que algún/ha alumno/a teña unha cita médica dun especialista na mesma data de realización dunha proba escrita, o/a alumno/a mostrará á cita correspondente e presentará o xustificante de asistencia para que poida realizar a proba noutra data.

No caso de que algún/ha alumno/a chegue tarde a unha proba escrita, non terá dereito á realización da devandita proba e deberá presentarse na data establecida para a recuperación da unidade didáctica tal e como se recolle no apartado 6.a.

6. Procedemento para a recuperación das partes non superadas

6.a) Procedemento para definir as actividades de recuperación

1.- ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN

Se nun trimestre realizásense varias probas obxectivas é necesario ter como os mínimos esixibles de cada proba superados, para facer media entre elas. En caso contrario o alumno suspenderá a parte de coñecementos, o que supoñerá que non se lle aplicarán as porcentaxes establecidas no apartado anterior para o cálculo da nota da avaliación e deberá realizar unha proba de recuperación de cada unidade didáctica despois da avaliación parcial.

A cualificación final do módulo será a media ponderada das notas alcanzadas nas distintas probas de coñecemento e de produto e/ou desempeño das unidades didácticas. En caso de non superala terá que acudir á proba final de todo o módulo, xunto co alumnado con perda de avaliación. Como norma xeral para conseguir o "apto" na avaliación final deberá acadar o 5.

2.- ACTIVIDADES E CUALIFICACIÓN DO MÓDULO PENDENTES:

No caso de que a materia se supere co módulo pendente, o alumnado será informado das actividades de recuperación teórico-prácticas que poden realizar de forma autónoma, así como o período de realización, temporalización e data na que serán avaliados e serán avaliados. coincidir coa sesión de avaliación parcial previa á realización da FCT no período ordinario.

Facilitarase toda a documentación e bibliografía necesaria sobre os contidos das unidades didácticas. Realizarase un seguimento das actividades de recuperación realizadas polo alumno e teranse en conta para a súa cualificación, se non supera positivamente a proba obxectiva final, sempre que acredite ter alcanzado os contidos mínimos esixidos. Para superar o módulo pendente o alumno deberá acadar os mínimos esixibles e como normal xeral o 5.

6.b) Procedemento para definir a proba de avaliación extraordinaria para o alumnado con perda de dereito a avaliación continua

1. O alumno perde a avaliación continua cando ten un 10% de faltas de asistencia sen xustificar ou un 15% xustificadas como máximo.

2. Para os/as alumnos/as que perdan o dereito á avaliación continua, e tal como se contempla na norma, realizarase unha proba extraordinaria de avaliación, que permitira ao/á alumno/a evidenciar a adquisición dos resultados de aprendizaxe establecidos. Esta proba combinada permitirá cualificar os CA do módulo e conterá instrucións de realización con indicación de tempos máximos para realizalas e a cualificación máxima por preguntas ou apartados.

Datas da avaliación:

- A avaliación realizarase no último mes do terceiro trimestre (mes de xuño), as datas e horario serán publicados no taboleiro de anuncios do centro.

Tipo de probas de avaliación e duración:

- O profesorado poderá esixir o alumno a entrega de probas de desempeño que se realicen na aula. Poderán ser solicitados de forma presencial ao alumno en horario de tutoría.
- A proba de avaliación será única e poderá comprender todas as unidades didácticas do módulo.
- A proba terá unha duración máxima de tres sesións de 50 minutos e consistirá nun exame escrito onde se valorarán os coñecementos teóricos e prácticos do/a alumno/a, as preguntas serán seleccionadas polo profesor con arranxo aos criterios de avaliación que figuran para cada unha das unidades que forman o programa do curso.
- As preguntas poderán ser de opción múltiple, de verdadeiro ou falso, de resposta curta ou de aplicación de coñecementos a casos reais.
- Esta proba será calificada de 1 a 10 puntos e para supera-la proba de perda de avaliación continua, será preciso polo xeral, acadar unha nota de cinco (5) ou máis.

7. Procedemento sobre o seguimento da programación e a avaliación da propia práctica docente

1.- SEGUIMIENTO DA PROGRAMACIÓN:

A programación, como guía do proceso docente durante o período dun curso académico e como garantía para o alumnado, deberá cumprirse na súa totalidade, aínda que como elemento vivo poderá presentar modificacións nos tempos e nos contidos, en cuxo caso recollerase e posteriormente incorporárase á Memoria de Fin de Curso. Neste sentido, establecerase un seguimento mensual da programación a través da aplicación web *¿Xestión da programación¿*, que a Consellería de Educación deseñou para tal fin. De acordo coa normativa vixente, o departamento establece un calendario para o seguimento da programación.

2.- AVALIACIÓN DA PRÁCTICA DOCENTE:

Ao remate do primeiro, segundo e terceiro trimestre farase unha análise das cualificacións obtidas polo alumnado, do interese mostrado polo alumnado polas actividades propostas, do entorno de traballo, do uso e manexo de ferramentas informáticas por parte do alumnado e o profesorado, os resultados académicos, as estatísticas de abandono escolar, etc. Ademais, repartirase un cuestionario ao alumnado para que poida valorar a práctica docente en canto á utilización de elementos didáctico-pedagóxicos e organizativos axeitados.

Deste xeito, pódense tomar medidas correctoras como: reformulación de actividades, cambios de temporización ou cursos de formación do docente, etc. para unha maior eficacia do proceso de ensino-aprendizaxe.

8. Medidas de atención á diversidade

8.a) Procedemento para a realización da avaliación inicial

Ao inicio do curso, consultarase co departamento de orientación para coñecer se existen dificultades con algún alumno respecto á expresión oral ou escrita, a capacidade de abstracción, a correcta utilización das fontes de información, a utilización da lóxica na resolución de problemas, o dominio das técnicas de estudo máis elementais, etc..

Esta avaliación inicial serve para detectar o nivel do alumno antes de comezar o curso e os problemas de aprendizaxe concretos que poden presentar os mesmos.

Como instrumentos de avaliación utilizaranse:

- Informes do departamento de orientación.

- Probas iniciais para coñecer as características e a formación previa do alumnado, así como as súas capacidades. Estas probas adaptaranse ao módulo de Procesos de venda.

Esta avaliación inicial en ningún caso levará consigo cualificación para o alumnado.

8.b) Medidas de reforzo educativo para o alumnado que non responda globalmente aos obxectivos programados

De carácter lingüístico:

- Dada a incorporación de alumnado estranxeiro, e a obriga do cumprimento do decreto de Galego, facilitaráselle ao alumnado o material docente e recursos didácticos no seu idioma vehicular.

Alumnos/as con necesidades educativas especiais:

- Repetición de actividades.

- Realización de resumos de cada Unidade Didáctica.

- Realización de traballos extra.

- Utilización das novas tecnoloxías para realizar unha mellor exposición dos temas.

- Mesturar estos/as alumnos/as cos que teñan altas capacidades intelectuais.

Alumnos/as con altas capacidades intelectuais:

- Investigación na rede de preguntas feitas polo profesor co obxectivo de ampliar, actualizar e personalizar as súas inquiredanzas.

- Resolución de problemas de dificultade alta que incentiven as súas capacidades intelectuais.

9. Aspectos transversais

9.a) Programación da educación en valores

Durante toda a duración do módulo se tratarán os seguintes temas:

- Promover a solidariedade e o traballo en equipo.

- Educación para o consumidor informando ao alumnado da situación do mercado e de prezos.

- Educación para a igualdade, inculcando ao alumnado, o compañeirismo e o respecto ao individuo e á convivencia dentro dun grupo e, especialmente, a educación non sexista.

- Educación no respecto e na tolerancia.

9.b) Actividades complementarias e extraescolares

Debido a que neste módulo de Procesos de Venda o alumnado adquirirá un coñecemento máis profundo sobre a venda tendo en conta os diferentes produtos e servizos que atopará no mercado, as actividades complementarias e extraescolares serán moi importantes. Así, tentaranse acudir e ter actividades como:

- Visita do alumnado á Feira de CONXEMAR en Vigo.
- Visitas a diversas empresas de mercado carácter comercial e marketing para que os alumnos poidan achegarse ao entorno produtivo e coñecer distintas formas de comercialización, distribución e comunicación do tecido empresarial galego. As empresas potenciais a visitar poderían ser, por exemplo: Inditex, Pescanova, Industrias Proa, etc...
- Charla /coloquio sobre marketing B2B. con algún consultor especializado no ámbito do Márketing.
- Xornadas de lanzamento, comercialización e comunicación de novos produtos, realizadas por algunha consultoría adicada ao lanzamento de innovacións e expertos en Lean Startup. Os alumnos terían, de poderse realizar, a oportunidade de coñecer de primeira man as fases que seguiron no proceso de lanzamento e comercialización de tres produtos novidosos no mercado como son: Micaton (Ferramenta para facilitar o atornillado), Helplight (luces de emerxencia para os automóviles), Handy Gym (Ximnasio de man),...

10.Outros apartados

10.1) Aula Virtual e Abalar

1. Este módulo conta cunha aula virtual na plataforma Moodle do IES da A GUÍA, na categoría de ACTIVIDADES COMERCIAIS. O alumnado, unha vez que teña un usuario na plataforma, poderá automatricularse mediante unha chave de automatriculación que lle será dada nas presentacións ou nos primeiros días de curso.
2. O curso deste módulo na aula virtual está organizada por UD que se irán abrindo conforme se vaia avanzando nos contidos do módulo e contarán con ligazóns, ficheiros e tarefas para cada UD.
3. Ao comenzo do curso incidirase no uso da aula virtual para o seguimento e a realización das tarefas asignadas para cada UD, así como para ter comunicación por mensaxería; e, a aplicación ABALAR, como ferramenta, tamén, de comunicación dixital directa entre o alumnado e o profesor.

10.2) Metodoloxía

En cada unidade didáctica as tarefas que levarei a cabo serán:

- 1) Introducción á unidade: apoiandose en recursos visuais, intentarei captar o interese e acotar o tema a tratar, favorecer un diálogo no que se amosen os coñecementos previos e se prantexen preguntas que terán resposta unha vez finalizada a unidade.

- 2) Presentación dos obxectivos da actividade, recursos necesarios (aplicacións, apuntes, artigos, bibliografía, videos, infografías,...) e tarefas que deberán levar a cabo os alumnos (normalmente consistirá nunha fase de exploración e investigación, seguida de análise de casos, toma de decisións, posta en común e reflexión ou avaliación do proceso e do propio resultado e o dos compañeiros). Tamén facilitarei a rúbrica da actividade.
- 3) Dinamización, seguimento e apoio: a miña labor como docente será a de guía no proceso de aprendizaxe do alumnado e non a dun mero relator de contidos ou emisor de información. Empregarei distintas estratexias para favorecer un clima de traballo e cooperación, motivar, pautar, reforzar, resolver dúbidas, impulsar a inclusión e atender a diversidade da aula e, en definitiva, apoiar a todos os alumnos/as no seu desenvolvemento.
- 4) Observación e recollida de información: ao longo das sesións recollerei os avances dos alumnos/as e o grado de consecución dos obxectivos. Tamén rexistrarei nas listas de cotexo a participación e entrega de exercicios en tempo e forma, a realización de autoavaliacións e coavaliacións.
Este rexistro en tempo real, permitirá dar ao alumnado un feedback valioso de cara a que poida reorientar proxectos, recuperar aqueles obxectivos non acadados e para a avaliación da miña propia labor docente.