

**1. Identificación da programación****Centro educativo**

Código	Centro	Concello	Ano académico
15005257	Ramón Menéndez Pidal	Coruña (A)	2016/2017

Ciclo formativo

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
COM	Comercio e márketing	CMCOM01	Actividades comerciais	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
MP1230	Venda técnica	2016/2017		123	
MP1230_33	Telemárketing	2016/2017		30	
MP1230_13	Venda técnica de produtos e servizos	2016/2017		63	
MP1230_23	Venda técnica de inmobles	2016/2017		30	

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

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	MARÍA ROSA DELGADO DOMÍNGUEZ
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
(MP1230_13) RA1 - Elabora ofertas comerciais de produtos industriais e do sector primario, adaptando os argumentos de venda aos tipos de clientela (retallistas, por xunto e institucionais)
(MP1230_23) RA1 - Prepara accións promocionais de bens inmobles, aplicando técnicas de comunicación adaptadas ao sector
(MP1230_33) RA1 - Desenvolve actividades de telemárketing en situacións de venda telefónica, captación e fidelización de clientela e atención personalizada, aplicando as técnicas axeitadas en cada caso
(MP1230_13) RA2 - Confecciona ofertas comerciais de servizos, adaptando os argumentos de venda ás características específicas do servizo proposto e ás necesidades da clientela
(MP1230_23) RA2 - Desenvolve actividades relacionadas co proceso de venda de inmobles, formalizando os documentos xerados neste tipo de operacións
(MP1230_13) RA3 - Realiza actividades propias da venda de produtos tecnolóxicos, aplicando técnicas de venda axeitadas e compilando información actualizada da evolución e as tendencias do mercado deste tipo de bens
(MP1230_13) RA4 - Desenvolve actividades relacionadas coa venda de produtos de alta gama, aplicando técnicas que garantan a transmisión da imaxe de marca de calidade e reputación elevada

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
(MP1230_13) CA1.1 Realizáronse procuras de fontes de información de clientela industrial e por xunto
(MP1230_23) CA1.1 Elaboráronse mensaxes publicitarias coa información dos inmobles que se oferten
(MP1230_33) CA1.1 Identificáronse os sectores onde se desenvolvera o telemárketing
(MP1230_33) CA1.2 Analizáronse as funcións desta ferramenta de comunicación comercial na empresa
(MP1230_23) CA1.2 Comparáronse as vantaxes e os inconvenientes dos soportes de difusión
(MP1230_13) CA1.2 Elaboráronse argumentarios de vendas centrados na variable produto, tales como atributos físicos, composición, utilidades e aplicacións deses produtos
(MP1230_33) CA1.3 Analizouse o perfil que debe ter o persoal teleoperador
(MP1230_23) CA1.3 Xestionouse a difusión do material promocional utilizando medios de comunicación
(MP1230_13) CA1.3 Realizáronse propostas de ofertas de produtos a clientela institucional, industrial ou por xunto
(MP1230_23) CA1.4 Seleccionáronse as fontes de información dispoñibles para a captación de clientela ou de demandantes potenciais de inmobles en venda ou alugamento
(MP1230_13) CA1.4 Salientáronse as vantaxes de novos materiais, compoñentes e ingredientes dos produtos ofertados
(MP1230_33) CA1.4 Caracterizáronse as técnicas de atención personalizada, captación e fidelización da clientela a través do telemárketing
(MP1230_13) CA1.5 Seleccionáronse subvariables de produto, tales como o envasamento, a etiquetaxe, a certificación e a seguridade, como ferramentas de márketing para potenciar os beneficios do produto ofertado
(MP1230_33) CA1.5 Identificáronse as etapas do proceso de venda telefónica
(MP1230_23) CA1.5 Determináronse as necesidades e as posibilidades económico-financeiras da clientela ou de demandantes potenciais, aplicando os instrumentos de medida previstos pola organización
(MP1230_23) CA1.6 Rexistráronse os datos da clientela posible, cumprindo cos criterios de confidencialidade e a normativa sobre protección de datos



Criterios de avaliación do currículo

(MP1230_33) CA1.6 Elaboráronse guións para a realización de chamadas de vendas

(MP1230_33) CA1.7 Prevíronse as obxeccións que poida formular a clientela e o xeito de afrontalas con éxito

(MP1230_23) CA1.7 Realizáronse estudos comparativos para seleccionar o elemento da carteira de inmobles que mellor se axuste ás expectativas e ás posibilidades económicas da clientela

(MP1230_33) CA1.8 Realizáronse simulacións de operacións de telemárketing en casos de captación, retención ou recuperación de clientela

(MP1230_23) CA2.1 Seleccionáronse os inmobles máis en consonancia coas necesidades e cos desexos da clientela potencial, e presentouse a información en forma de expediente

(MP1230_13) CA2.1 Identificáronse características intrínsecas dos servizos, como son a caducidade inmediata, a demanda concentrada puntualmente, a intanxibilidade, a inseparabilidade e a heteroxeneidade

(MP1230_13) CA2.2 Estruturáronse e xerarquizáronse os obxectivos das ofertas de servizos entre logros económicos e sociais, de os haber

(MP1230_23) CA2.2 Informouse a clientela de xeito claro e efectivo acerca das características e dos prezos dos inmobles previamente seleccionados

(MP1230_23) CA2.3 Seleccionáronse os parámetros esenciais nas visitas aos inmobles que máis se axusten aos intereses da clientela potencial

(MP1230_13) CA2.3 Enquisouse a clientela para coñecer o seu grao de comprensión e aceptación do servizo ofrecido

(MP1230_13) CA2.4 Mediuse a efectividade das enquisas logo da súa aplicación pola organización

(MP1230_23) CA2.4 Transmitíronse á clientela potencial do produto inmobiliario as condicións da intermediación da operación

(MP1230_23) CA2.5 Programáronse procesos de negociación comercial para alcanzar o pechamento da operación comercial

(MP1230_13) CA2.5 Analizáronse estratexias para superar as dificultades que leva consigo a aceptación dunha oferta de prestación de servizos

(MP1230_13) CA2.6 Confeccionáronse argumentos de vendas de servizos públicos e privados

(MP1230_23) CA2.6 Formalizáronse follas de visita, precontratos, contratos e documentación anexa

(MP1230_23) CA2.7 Realizouse o seguimento das operacións a través dun sistema de comunicación continua capaz de planificar novas visitas e de rexistrar as variacións nos datos da oferta

(MP1230_13) CA2.7 Elaboráronse propostas para captar clientela que contrate prestacións de servizos a longo prazo

(MP1230_13) CA3.1 Analizáronse carteiras de produtos e servizos tecnolóxicos ofertados en diversas canles de comercialización

(MP1230_13) CA3.2 Obtivéronse datos do mercado a través da información e das suxestións recibidas da clientela

(MP1230_13) CA3.3 Organizouse a información obtida sobre innovacións do mercado, centrándose nas utilidades de produtos, novos usos, doado manexo, accesorios, complementos e compatibilidades

(MP1230_13) CA3.4 Argumentouse a posibilidade de introducir novos produtos e/ou servizos, modificacións ou variantes de modelos que complementen a carteira de produtos, axustándose ás novas modas e tendencias

(MP1230_13) CA3.5 Proporcionáronse datos á persoa superior inmediata sobre a existencia de segmentos da clientela comercialmente rendibles, e propuxéronse novas liñas de negocio, fomentando o espírito emprendedor na empresa

(MP1230_13) CA3.6 Detectáronse áreas de mellora en grupos de clientela pouco satisfeita que se poden cubrir coa oferta dun produto ou servizo que se adapte mellor ás súas necesidades

(MP1230_13) CA3.7 Elaboráronse ofertas de produtos tecnolóxicos, utilizando ferramentas informáticas de presentación

(MP1230_13) CA4.1 Establecéronse as causas que determinan a consideración dun produto como de alta gama, como o prezo, as características innovadoras, a calidade, etc

(MP1230_13) CA4.2 Determinouse o procedemento de transmisión dunha imaxe de alto posicionamento a través da linguaxe verbal e non verbal, a imaxe persoal e o trato á clientela



Criterios de avaliación do currículo
(MP1230_13) CA4.3 Confeccionouse un argumentario de vendas centrado na variable de comunicación (imaxe de marca, orixe, personalidade, recoñecemento social, pertenza a un grupo ou clase, e exclusiva carteira de clientela)
(MP1230_13) CA4.4 Seleccionáronse os argumentos axeitados en operacións de venda de produtos de alto posicionamento
(MP1230_13) CA4.5 Realizouse a empaquetaxe e/ou a embalaxe do produto con rapidez e eficiencia, utilizando técnicas acordes aos parámetros estéticos da imaxe corporativa
(MP1230_13) CA4.6 Realizouse a etiquetaxe de produtos de alto valor monetario, seguindo a normativa aplicable en cada caso
(MP1230_13) CA4.7 Revisouse a seguridade da mercadoría con sistemas antifurto, comprobando a concordancia entre a etiqueta e o produto, e o funcionamento das cámaras de videovixilancia
(MP1230_13) CA4.8 Analizáronse as pautas de actuación establecidas pola organización ao detectar un furto

2.2. Segunda parte da proba

2.2.1. Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultados de aprendizaxe do currículo
(MP1230_13) RA1 - Elabora ofertas comerciais de produtos industriais e do sector primario, adaptando os argumentos de venda aos tipos de clientela (retallistas, por xunto e institucionais)
(MP1230_23) RA1 - Prepara accións promocionais de bens inmobles, aplicando técnicas de comunicación adaptadas ao sector
(MP1230_33) RA1 - Desenvolve actividades de telemárketing en situacións de venda telefónica, captación e fidelización de clientela e atención personalizada, aplicando as técnicas axeitadas en cada caso
(MP1230_13) RA2 - Confecciona ofertas comerciais de servizos, adaptando os argumentos de venda ás características específicas do servizo proposto e ás necesidades da clientela
(MP1230_23) RA2 - Desenvolve actividades relacionadas co proceso de venda de inmobles, formalizando os documentos xerados neste tipo de operacións
(MP1230_13) RA3 - Realiza actividades propias da venda de produtos tecnolóxicos, aplicando técnicas de venda axeitadas e compilando información actualizada da evolución e as tendencias do mercado deste tipo de bens
(MP1230_13) RA4 - Desenvolve actividades relacionadas coa venda de produtos de alta gama, aplicando técnicas que garantan a transmisión da imaxe de marca de calidade e reputación elevada

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
(MP1230_23) CA1.1 Elaboráronse mensaxes publicitarias coa información dos inmobles que se oferten
(MP1230_13) CA1.1 Realizáronse procuras de fontes de información de clientela industrial e por xunto
(MP1230_33) CA1.1 Identificáronse os sectores onde se desenvolvera o telemárketing
(MP1230_33) CA1.2 Analizáronse as funcións desta ferramenta de comunicación comercial na empresa
(MP1230_13) CA1.2 Elaboráronse argumentarios de vendas centrados na variable produto, tales como atributos físicos, composición, utilidades e aplicacións deses produtos
(MP1230_23) CA1.2 Comparáronse as vantaxes e os inconvenientes dos soportes de difusión
(MP1230_23) CA1.3 Xestionouse a difusión do material promocional utilizando medios de comunicación
(MP1230_13) CA1.3 Realizáronse propostas de ofertas de produtos a clientela institucional, industrial ou por xunto
(MP1230_33) CA1.3 Analizouse o perfil que debe ter o persoal teleoperador



Criterios de avaliación do currículo
(MP1230_33) CA1.4 Caracterizáronse as técnicas de atención personalizada, captación e fidelización da clientela a través do telemárketing
(MP1230_23) CA1.4 Seleccionáronse as fontes de información dispoñibles para a captación de clientela ou de demandantes potenciais de inmobles en venda ou alugamento
(MP1230_13) CA1.4 Saliéntáronse as vantaxes de novos materiais, compoñentes e ingredientes dos produtos ofertados
(MP1230_23) CA1.5 Determináronse as necesidades e as posibilidades económico-financeiras da clientela ou de demandantes potenciais, aplicando os instrumentos de medida previstos pola organización
(MP1230_33) CA1.5 Identificáronse as etapas do proceso de venda telefónica
(MP1230_13) CA1.5 Seleccionáronse subvariables de produto, tales como o envasamento, a etiquetaxe, a certificación e a seguridade, como ferramentas de márketing para potenciar os beneficios do produto ofertado
(MP1230_23) CA1.6 Rexistráronse os datos da clientela posible, cumprindo cos criterios de confidencialidade e a normativa sobre protección de datos
(MP1230_33) CA1.6 Elaboráronse guións para a realización de chamadas de vendas
(MP1230_23) CA1.7 Realizáronse estudos comparativos para seleccionar o elemento da carteira de inmobles que mellor se axuste ás expectativas e ás posibilidades económicas da clientela
(MP1230_33) CA1.7 Prevíronse as obxeccións que poida formular a clientela e o xeito de afrontalas con éxito
(MP1230_33) CA1.8 Realizáronse simulacións de operacións de telemárketing en casos de captación, retención ou recuperación de clientela
(MP1230_13) CA2.1 Identificáronse características intrínsecas dos servizos, como son a caducidade inmediata, a demanda concentrada puntualmente, a intanxibilidade, a inseparabilidade e a heteroxeneidade
(MP1230_23) CA2.1 Seleccionáronse os inmobles máis en consonancia coas necesidades e cos desexos da clientela potencial, e presentouse a información en forma de expediente
(MP1230_23) CA2.2 Informouse a clientela de xeito claro e efectivo acerca das características e dos prezos dos inmobles previamente seleccionados
(MP1230_13) CA2.2 Estruturáronse e xerarquizáronse os obxectivos das ofertas de servizos entre logros económicos e sociais, de os haber
(MP1230_23) CA2.3 Seleccionáronse os parámetros esenciais nas visitas aos inmobles que máis se axusten aos intereses da clientela potencial
(MP1230_13) CA2.3 Enquisouse a clientela para coñecer o seu grao de comprensión e aceptación do servizo ofrecido
(MP1230_13) CA2.4 Mediuse a efectividade das enquisas logo da súa aplicación pola organización
(MP1230_23) CA2.4 Transmitíronse á clientela potencial do produto inmobiliario as condicións da intermediación da operación
(MP1230_23) CA2.5 Programáronse procesos de negociación comercial para alcanzar o pechamento da operación comercial
(MP1230_13) CA2.5 Analizáronse estratexias para superar as dificultades que leva consigo a aceptación dunha oferta de prestación de servizos
(MP1230_13) CA2.6 Confeccionáronse argumentos de vendas de servizos públicos e privados
(MP1230_23) CA2.6 Formalizáronse follas de visita, precontratos, contratos e documentación anexa
(MP1230_23) CA2.7 Realizouse o seguimento das operacións a través dun sistema de comunicación continua capaz de planificar novas visitas e de rexistrar as variacións nos datos da oferta
(MP1230_13) CA2.7 Elaboráronse propostas para captar clientela que contrate prestacións de servizos a longo prazo
(MP1230_13) CA3.1 Analizáronse carteiras de produtos e servizos tecnolóxicos ofertados en diversas canles de comercialización
(MP1230_13) CA3.2 Obtivéronse datos do mercado a través da información e das suxestións recibidas da clientela



Criterios de avaliación do currículo
(MP1230_13) CA3.3 Organizouse a información obtida sobre innovacións do mercado, centrándose nas utilidades de produtos, novos usos, doado manexo, accesorios, complementos e compatibilidades
(MP1230_13) CA3.4 Argumentouse a posibilidade de introducir novos produtos e/ou servizos, modificacións ou variantes de modelos que complementen a carteira de produtos, axustándose ás novas modas e tendencias
(MP1230_13) CA3.5 Proporcionáronse datos á persoa superior inmediata sobre a existencia de segmentos da clientela comercialmente rendibles, e propuxéronse novas liñas de negocio, fomentando o espírito emprendedor na empresa
(MP1230_13) CA3.6 Detectáronse áreas de mellora en grupos de clientela pouco satisfeita que se poden cubrir coa oferta dun produto ou servizo que se adapte mellor ás súas necesidades
(MP1230_13) CA3.7 Elaboráronse ofertas de produtos tecnolóxicos, utilizando ferramentas informáticas de presentación
(MP1230_13) CA4.1 Establecéronse as causas que determinan a consideración dun produto como de alta gama, como o prezo, as características innovadoras, a calidade, etc
(MP1230_13) CA4.2 Determinouse o procedemento de transmisión dunha imaxe de alto posicionamento a través da linguaxe verbal e non verbal, a imaxe persoal e o trato á clientela
(MP1230_13) CA4.3 Confeccionouse un argumentario de vendas centrado na variable de comunicación (imaxe de marca, orixe, personalidade, recoñecemento social, pertenza a un grupo ou clase, e exclusiva carteira de clientela)
(MP1230_13) CA4.4 Seleccionáronse os argumentos axeitados en operacións de venda de produtos de alto posicionamento
(MP1230_13) CA4.5 Realizouse a empaquetaxe e/ou a embalaxe do produto con rapidez e eficiencia, utilizando técnicas acordes aos parámetros estéticos da imaxe corporativa
(MP1230_13) CA4.6 Realizouse a etiquetaxe de produtos de alto valor monetario, seguindo a normativa aplicable en cada caso
(MP1230_13) CA4.7 Revisouse a seguridade da mercadoría con sistemas antifurto, comprobando a concordancia entre a etiqueta e o produto, e o funcionamento das cámaras de videovixilancia
(MP1230_13) CA4.8 Analizáronse as pautas de actuación establecidas pola organización ao detectar un furto

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

Os contidos mínimos exixibles son os indicados nos criterios de avaliación para cada unidade de traballo

As probas terán carácter eliminatorio.

A primeira proba será a teórica. Os aprobados, pasarán a segunda fase, que será a proba práctica.

Cada unidade calificarase de 0 a 10 puntos e para superala haberá que obter un 5 como mínimo.

A cualificación final será a media aritmética obtida en cada unha das partes, expresada en números enteiros e redondeada á unidade máis próxima.

No caso de persoas que suspendan a segunda parte da proba, a cualificación máxima que lles poderá asignar será 4.

4. Características da proba e instrumentos para o seu desenvolvemento

4.a) Primeira parte da proba

O exame consistirá en preguntas curtas ou tipo test, relacionadas con contidos mínimos e os criterios de Avaliación da programación. A valoración de cada pregunta aparecerá no documento da proba.

Terase en conta a corrección na expresión escrita, seguridade, organización da exposición e contido da mesma.

Calificarase de 0 a 10 puntos e para superala haberá que obter un 5 como mínimo.



Instrumentos necesarios para el desenvolvemento da proba: bolígrafo, esta absolutamente prohibida a utilización do móbil ou de calquera outro material non suministrado pola profesora no momento da proba

Duración da proba: 2 horas

Recoméndase o libro de texto Venta Técnica de MC GRAW HILL

O alumnado deberá identificarse o inicio da proba mediante D.N.I ou Pasaporte, e este debe permanecer a disposición do profesorado o longo de toda a proba

4.b) Segunda parte da proba

Será unha proba práctica. Versará os Criterios de Avaliación e os contidos mínimos establecidos na programación para esta parte.

Aspectos da parte práctica:

Análise do mercado potencial da empresa

Segmentación de mercado

Enquisas

Análise DAFO

Desenvolvemento de slogans publicitarios

Argumentario de vendas de produtos, produtos de gama alta, tecnolóxicos e inmobiliarios e de servizos.

Ofertas comerciais de produtos e servizos

En xeral, para todas as unidades de ensino as cuestións prácticas contendrán : aplicacións prácticas ou comentarios de observacións do mundo real; utilizando os contidos teóricos do módulo

A proba pode consistir nunha presentación oral dunha práctica .O alumno disporá de todo o material de apoio que se considere necesario para a correcta exposición (internet, power point,)

Calificarase de 0 a 10 e para superala haberá que obter un 5 como mínimo.

As persoas que non superen a primeira parte da proba serán avaliadas cun 0 nesta segunda parte.

A puntuación figurará en cada pregunta do exame.

Material que deberá traer: Bolígrafo.

Prohibido móbil ou de calquer outro material non suministrado pola profesora no momento da proba.

Duración desta proba será de 3 horas.