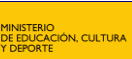


 GOBIERNO DE ESPAÑA  MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE  JUNTA DE ANDALUCÍA CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN  FONDO SOCIAL EUROPEO "El FSE invierte en tu futuro"	PLANIFICACIÓN DOCENTE		IES VIRGEN DEL CARMEN Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 www.iesvirgendelcarmen.com		 IESCA INSTITUTOS DE EDUCACIÓN SECUNDARIA DE CALIDAD de ANDALUCÍA 
	PROGRAMACIÓN				
	MD850202	Rev. 9	21/10/25	Página 1 de 46	

MÓDULO:	PROCESOS DE VENTA
CURSO:	2025/2026

DEPARTAMENTO	COMERCIO Y MARKETING
CICLO FORMATIVO	ACTIVIDADES COMERCIALES
PROFESORES	MARÍA ÁNGELES MORALES PADILLA

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	3
1.1. PRESENTACIÓN DEL MÓDULO PROFESIONAL	4
1.2. MARCO LEGISLATIVO	4
1.3. ENTORNO PROFESIONAL DEL TÍTULO	5
2. CONTEXTO	5
2.1. CONTEXTO SOCIOECONÓMICO	6
3. PERFIL PROFESIONAL	6
3.1. COMPETENCIA GENERAL DEL TÍTULO	6
3.2. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	6
4. OBJETIVOS	7
4.1. OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO QUE SE TRABAJAN EN EL MÓDULO	7
4.2. OBJETIVOS GENERALES DEL MÓDULO. RESULTADOS DE APRENDIZAJE	7
5. CONTENIDOS	7
5.1. TEMPORALIZACIÓN DE CONTENIDOS	7
5.2. SECUENCIACIÓN DE CONTENIDOS	8
5.3. ELEMENTOS TRANSVERSALES DEL CURRÍCULO	8
a. ÁREAS DE INTERÉS EN LA FP	8
b. EDUCACIÓN EN VALORES	8
	9
6. METODOLOGÍA	9
6.1. LINEAS DE ACTUACIÓN	10
6.2. ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE	10
6.3. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS	11
6.4. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES	13
6.5. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS	13
6.6. BIBLIOGRAFÍA	15
7. EVALUACIÓN	15
7.1. QUÉ, CUÁNDO Y CÓMO EVALUAR	15
a) Evaluación inicial	16
b) Evaluación continua o formativa	17
c) Evaluación final	17
7.2. CALIFICACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	17
7.3. RECUPERACIÓN	20
8. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD	20

1. INTRODUCCIÓN

En el contexto del actual sistema educativo (LOMLOE, Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre), la programación es la planificación del proceso de enseñanza y el aprendizaje. Es decir, programar es planificar, concretar y secuenciar los distintos elementos curriculares, partiendo de la normativa propuesta por la administración educativa, en el marco de la autonomía pedagógica a través de la herramienta de planificación docente, reguladas por el Decreto 327/2010 (Plan de Centro: Proyecto Educativo, Proyecto de Gestión y ROF).

Una programación minimiza la necesidad de improvisación en el aula y evita el azar a la vez que atiende a las necesidades y características específicas del alumnado.

La eficacia de la programación didáctica como instrumento de planificación de la actividad en el aula dependerá de la adecuación al contexto, la concreción al currículo oficial, el nivel de flexibilidad que presenta y que sea factible, es decir, viable.

La finalidad de esta programación será la consecución de las capacidades propuestas en los objetivos del currículo y la adquisición de las competencias profesionales para el empleo. Por lo tanto, esta programación de 1º del Ciclo de Grado Medio de Actividades Comerciales, del módulo de PROCESOS DE VENTA, se ha realizado de acuerdo a los objetivos y contenidos de la normativa vigente.

La programación educativa se concreta en tres niveles denominados niveles de concreción curricular que, según la propuesta de César Coll (2012), son los siguientes:

Currículo: Es dado por la administración educativa.

Programación Didáctica: Se incluye en el Proyecto Educativo y hace referencia a las líneas generales de programación para el curso.

Programación de aula: Es la concreción y secuenciación del currículo a nivel de aula, pormenoriza los elementos curriculares y establece los ejercicios, actividades y tareas a desarrollar.

En los distintos niveles de programación se debe tener en cuenta las fuentes epistemológica, sociológica, pedagógica y psicológica.

En esta programación didáctica se desarrollan objetivos, contenidos, competencias profesionales, personales y sociales, metodología, criterios de evaluación y resultados de

Código	Rev.	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 3 de 46
MD850402	9	21/10/25	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

aprendizaje evaluables, así como la atención a la diversidad y a las necesidades específicas de apoyo educativo.

1.1. PRESENTACIÓN DEL MÓDULO PROFESIONAL

Esta programación didáctica estructura la enseñanza correspondiente al módulo de PROCESOS DE VENTA correspondiente al 1º CFGM de Actividades Comerciales

Dicho ciclo de formación profesional tiene una duración de 128 horas.

Este ciclo formativo dispone de una organización modular. El módulo de Procesos de Venta se imparte en el primer curso. Dispone de una carga lectiva de 128 horas que se distribuyen a razón de 4 horas semanales.

1.2. MARCO LEGISLATIVO

La Constitución Española de 1.978 establece en su artículo 27 el derecho universal a la educación que queda también regulado en la Ley Orgánica del Derecho a la Educación (LODE, 1985). Asimismo, el Estatuto Andaluz del 2007 garantiza a través del artículo 21 que esta educación será permanente y de carácter compensatorio. Sobre estas bases, el Sistema Educativo se ordena a través de la **Ley de Educación LOMLOE, Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre**, que se publicó en el BOE de 30 de diciembre de 2020 y por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo de Educación (LOE), modificada por la Ley Orgánica 8/2013 de Mejora de la Calidad Educativa (LOMCE), y la **LO 3/2022 de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional**, que deroga la **Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de Cualificaciones y Formación Profesional**, poniendo en marcha el Catálogo Nacional de Estándares de Competencia, desarrollada todavía por el RD 1128/2003, modificado por el RD 1416/2005. En el caso concreto de Andalucía, esta concreción se hace a través de la Ley de Educación de Andalucía (LEA 17/2007).

Esta programación se basa también en el **RD. 659/23 por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional** coexistiendo con el RD 1147/2011 para los módulos correspondientes al 2º curso de este ciclo. Además, se tendrán en cuenta el Decreto 436/2008, de 2 de septiembre, por el que se establece la ordenación y las enseñanzas de la Formación Profesional inicial que forma parte del sistema educativo, así como la **Orden de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial** que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía en todo cuanto no contravenga las disposiciones del RD 659/23 y la Resolución de 26 de junio de 2024, de la Dirección General de Formación Profesional, por la que se dictan Instrucciones para regular aspectos relativos a la organización y al funcionamiento del curso 2024/2025 en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Código	Rev.	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 4 de 46
MD850402	9	21/10/25	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

El **Ciclo Formativo de Actividades Comerciales** queda acogido al **régimen general** regulado en el RD 659/23, la Resolución de 26 de junio de 2024, y cuyo título se encuentra regulado por el Real Decreto 1688/2011, por el que se establece el título de denominación del título, que en Andalucía se ordena a través de la Orden de 28 de julio de 2015.

Y el Decreto 147/2025, de 17 de septiembre de 2025, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas de los Grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Este objetivo se instrumentaliza a través de la **Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo**, que pone en marcha el Catálogo Nacional de Estándares de Competencia Profesional (CNECP), siendo éste el instrumento del Sistema Nacional de Formación Profesional que ordena los **estándares de competencias profesionales** (unidades de competencia en términos de la anterior regulación marcada por la LO 5/2002 y que se mantiene en vigor mientras no queden derogadas las disposiciones que la desarrollan, RD 1128/2003, modificado por el RD 1416/2005) identificados en el sistema productivo, en función de las competencias apropiadas y el estándar de calidad requerido para el ejercicio profesional, susceptibles de reconocimiento y acreditación. Toda esta información junto con el contenido de la formación profesional asociada se organiza en un **Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales regulado por el RD 1128/03** (que tras la LO 3/2022 pasa a denominarse Catálogo Nacional de Estándar de Competencias Profesionales). Estas unidades de competencia se podrán conseguir a través de la experiencia laboral u otras vías no formales e informales, a través de los certificados de profesionalidad o desde cualquiera de los subsistemas de la Formación Profesional: la formación profesional del sistema educativo, que es donde nosotros trabajamos, y la formación profesional para el empleo.

1.3. ENTORNO PROFESIONAL DEL TÍTULO

Las ocupaciones y puestos de trabajo más relevantes en los que desarrollarán su actividad profesional los alumnos/as que cursen este ciclo, según lo dispuesto en la normativa que lo regula son las siguientes:

- ☐ Vendedor / vendedora.
- ☐ Representante
- ☐ comercial. Promotor / promotora.
- ☐ Televendedor /
- ☐ Atelevendedora. Venta a Distancia.
- ☐ Teleoperador / teleoperadora (Call -
- ☐ Center). Información/atención al cliente.

Código	Rev.	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 5 de 46
MD850402	9	21/10/25	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

- ☐ Cajera / cajero; reponedor / reponedora.
- ☐ Operador / operadora de contact-center.
- ☐ Administrador / administradora de contenidos on-
- ☐ line. Comerciante de tienda.
- ☐ Gerente de pequeño comercio.
- ☐ Técnica / técnico en gestión de stocks y
- ☐ almacén. Jefa / jefe de almacén.
- ☐ Responsable de recepción de mercancías.
- ☐ Responsable de expedición de mercancías. Técnica /
- ☐ técnico en logística de almacenes.

Técnica / técnico de información/atención al cliente en empresa

2. CONTEXTO

Una de las características de la LOE/LOMCE, es que se proporciona autonomía pedagógica a los centros educativos para adaptar la enseñanza de los ciclos formativos a la realidad social y económica del centro donde se impartirán.

Si bien el contexto socioeconómico se trata ampliamente en el Proyecto Educativo, se señala en este apartado el marco socioeconómico, así como el tipo de alumnado al que se dirige esta programación didáctica.

2.1. CONTEXTO SOCIOECONÓMICO

El actual modelo curricular, abierto y flexible, posibilita adecuar la programación didáctica a distintos contextos educativos teniendo en cuenta las características del entorno escolar del Centro y de los alumnos y alumnas.

Esta programación se ha elaborado considerando el siguiente contexto educativo: un centro docente donde se imparte el ciclo formativo de grado medio marketing en la actividad comercial, situado en Jaén, una ciudad de aproximadamente 110.000 habitantes. El centro se encuentra en una zona habitada por una población de clase media/alta mayoritariamente.

Al tratarse de un tipo de enseñanza pos-obligatoria, en este centro se encuentran alumnos/as de otras poblaciones próximas de la ciudad, así como de zonas de la periferia de la misma.

La principal actividad económica en la ciudad proviene de los sectores de servicios y de industria. El centro educativo se sitúa en el centro de la ciudad. Fruto de la transformación

Código	Rev.	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 6 de 46
MD850402	9	21/10/25	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

digital en la que estamos inmersos no solo surgen nuevos sectores económicos, sino también nuevas profesiones que van ganando peso en la estructura organizativa de las compañías a medida que las nuevas tecnologías entran en todos sus departamentos. Es por ello que cada día más, las empresas situadas en las proximidades del centro educativo requieren de personal informático cualificado del que se forma en este ciclo.

3. PERFIL PROFESIONAL

3.1. COMPETENCIA GENERAL DEL TÍTULO

La competencia general de este título consiste en “desarrollar actividades de distribución y comercialización de bienes y/o servicios, y en gestionar un pequeño establecimiento comercial, aplicando las normas de calidad y seguridad establecidas y respetando la legislación vigente”.

3.2. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES

Las competencias profesionales, personales y sociales describen el conjunto de conocimientos, destrezas y competencias, entendida éstas en términos de autonomía y responsabilidad, que permiten responder a los requerimientos del sector productivo, aumentar la empleabilidad y favorecer la cohesión social.

Las competencias profesionales, personales y sociales del ciclo formativo vienen descritas en el currículo que regula título. Son un total de 25 y son las siguientes:

- a) Realizar proyectos de viabilidad y de puesta en marcha y ejercicio por cuenta propia de la actividad de un pequeño negocio de comercio al por menor, adquiriendo los recursos necesarios y cumpliendo con las obligaciones legales y administrativas, conforme a la normativa vigente.
- b) Administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial, realizando las actividades necesarias con eficacia y rentabilidad, y respetando la normativa vigente.
- c) Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los distintos canales de comercialización, utilizando las técnicas de venta adecuadas a la tipología del cliente y a los criterios establecidos por la empresa.
- d) Organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías en las condiciones que garanticen su conservación, mediante la optimización de medios humanos, materiales y de espacio, de acuerdo con procedimientos establecidos.
- e) Garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio, previendo las necesidades de compra para mantener el nivel de servicio que requiere la atención a la demanda de los clientes o consumidores.

Código	Rev.	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 7 de 46
MD850402	9	21/10/25	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

- f) Realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios, aplicando técnicas de merchandising, de acuerdo con los objetivos establecidos en el plan de comercialización de la empresa.
- g) 8) Realizar acciones de comercio electrónico, manteniendo la página web de la empresa y los sistemas sociales de comunicación a través de Internet, para cumplir con los objetivos de comercio electrónico de la empresa definidos en el plan de marketing digital.
- h) Realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial, utilizando el hardware y software apropiado para automatizar las tareas y trabajos.
- i) Ejecutar las acciones de marketing definidas por la organización comercial en el plan de marketing, identificando las necesidades de productos y/o servicios de los clientes, los factores que intervienen en la fijación de precios, los canales de distribución y las técnicas de comunicación para cumplir con los objetivos fijados por la dirección comercial.
- j) Ejecutar los planes de atención al cliente, gestionando un sistema de información para mantener el servicio de calidad que garantice el nivel de satisfacción de los clientes, consumidores o usuarios.
- k) Realizar ventas especializadas de productos y/o servicios, adaptando el argumentario de ventas a las características peculiares de cada caso para cumplir con los objetivos comerciales definidos por la dirección comercial
- l) Gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores, realizando el seguimiento de las operaciones, para asegurar el nivel de servicio prestado.
- m) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.
- n) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.
- ñ) Resolver de forma responsable las incidencias relativas a su actividad, identificando las causas que las provocan, dentro del ámbito de su competencia y autonomía.
- h) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.
- i) Aplicar los protocolos y las medidas preventivas de riesgos laborales y protección ambiental durante el proceso productivo, para evitar daños en las personas y en el entorno laboral y ambiental.

Código	Rev.	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 8 de 46
MD850402	9	21/10/25	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

- j) Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de “diseño para todos” en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.
- k) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional.
- l) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.
- m) Aplicar técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a su finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia del proceso.
- n) Analizar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional, relacionándolos con las causas que los producen, a fin de fundamentar las medidas preventivas que se van adoptar, y aplicar los protocolos correspondientes para evitar daños en uno mismo, en las demás personas, en el entorno y en el medio ambiente.
- o) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todos».
- p) Aplicar y analizar las técnicas necesarias para mejorar los procedimientos de calidad del trabajo en el proceso de aprendizaje y del sector productivo de referencia

Concretamente, y tal y como se indica en la Orden que regula el título, de ese total de **competencias profesionales, personales y sociales**, el **módulo** que se está programando trabaja las siguientes:

- c) Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los distintos canales de comercialización, utilizando las técnicas de venta adecuadas a la tipología del cliente y a los criterios establecidos por la empresa.
- m) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.
- n) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.
- ñ) Resolver de forma responsable las incidencias relativas a su actividad, identificando las causas que las provocan, dentro del ámbito de su competencia y

Código	Rev.	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 9 de 46
MD850402	9	21/10/25	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

autonomía.

m) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.

n) Aplicar los protocolos y las medidas preventivas de riesgos laborales y protección ambiental durante el proceso productivo, para evitar daños en las personas y en el entorno laboral y ambiental.

o) Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de «diseño para todos» en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

s) ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

4. OBJETIVOS

Los objetivos educativos expresan el nivel de desarrollo que se espera alcance el alumnado como consecuencia de la intervención educativa y se expresan en términos de competencias, es decir, que la meta educativa no debe ser que el alumnado aprenda meros datos, sino que sean capaces de manejarse con ellos. Toda intervención educativa persigue en última instancia el desarrollo integral del individuo, por ello, el objetivo de la educación es el desarrollo de las competencias.

4.1. OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO QUE SE TRABAJAN EN EL MÓDULO

Para el ciclo formativo de grado medio en Actividades Comerciales se han definido una serie de **objetivos generales**, que se describen a continuación:

a) Recabar las iniciativas emprendedoras y buscar las oportunidades de creación de pequeños negocios comerciales al por menor, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos para realizar proyectos de viabilidad de implantación por cuenta propia de negocios comerciales al por menor.

b) Delimitar las características y cuantía de los recursos económicos necesarios, atendiendo a las características de la tienda y de los productos ofertados para la puesta en marcha de un pequeño negocio al por menor.

c) Analizar operaciones de compraventa y de cobro y pago, utilizando medios convencionales o electrónicos para administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial.

d) Comparar y evaluar pedidos de clientes a través de los diferentes canales de comercialización, atendiendo y satisfaciendo sus necesidades de productos y/o

Código	Rev.	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 10 de 46
MD850402	9	21/10/25	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

servicios, para realizar la venta de productos y/o servicios.

- e) Identificar los procesos de seguimiento y post venta, atendiendo y resolviendo las reclamaciones presentadas por los clientes, para realizar la venta de productos y/o servicios.
- f) Reconocer las tareas de recepción, ubicación y expedición de mercancías en el almacén, asignando medios materiales y humanos, controlando los stocks de mercancías y aplicando la normativa vigente en materia de seguridad e higiene, para organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías.
- g) Acopiar y procesar datos de previsiones de demanda y compras a proveedores, utilizando tecnologías de la información y comunicación para garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio.
- h) Identificar y elegir los mejores proveedores y/o suministradores, negociando las ofertas y condiciones de suministro para realizar las compras necesarias que mantengan el nivel de servicio establecido en función de la demanda de los clientes o consumidores.
- i) Crear imagen de tienda, combinando los elementos exteriores e interiores del establecimiento comercial con criterios comerciales, para realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios.
- j) Analizar las políticas de venta y fidelización de clientes, organizando la exposición y promoción del surtido, para realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios.
- k) Seleccionar datos e introducirlos en la página web de la empresa, realizando su mantenimiento y buscando un buen posicionamiento, la facilidad de uso y la máxima persuasión para realizar acciones de comercio electrónico.
- l) Fomentar las interrelaciones con otros usuarios de la red, utilizando estrategias de marketing digital en las redes sociales, para realizar acciones de comercio electrónico.
- m) Reconocer las características de los programas informáticos utilizados habitualmente en el sector comercial, confeccionando documentos y materiales informáticos para realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial.
- n) Identificar el mercado y el entorno de la empresa comercial, obteniendo y organizando la información de los agentes que intervienen en el proceso comercial y aplicando políticas de marketing apropiadas para ejecutar las acciones de marketing definidas por la organización comercial en el plan de marketing.
- ñ) Seleccionar acciones de información al cliente, asesorándolo con diligencia y cortesía y gestionando en su caso las quejas y reclamaciones presentadas, para ejecutar los planes de atención al cliente.
- o) Determinar las características diferenciadoras de cada subsector comercial, ofertando los productos y/o servicios mediante técnicas de marketing apropiadas

Código	Rev.	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 11 de 46
MD850402	9	21/10/25	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

para realizar ventas especializadas de productos y/o servicios.

- p) Identificar expresiones y reglas de comunicación en inglés, tanto de palabra como por escrito, para gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores.
- q) Analizar y utilizar los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación para aprender y actualizar sus conocimientos, reconociendo las posibilidades de mejora profesional y personal, para adaptarse a diferentes situaciones profesionales y laborales.
- r) desarrollar trabajos en equipo y valorar su organización, participando con tolerancia y respeto, y tomar decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía.
- s) Adoptar y valorar soluciones creativas ante problemas y contingencias que se presentan en el desarrollo de los procesos de trabajo, para resolver de forma responsable las incidencias de su actividad.
- t) Aplicar técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a su finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia del proceso.
- u) Analizar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional, relacionándolos con las causas que los producen, a fin de fundamentar las medidas preventivas que se van a adoptar, y aplicar los protocolos correspondientes para evitar daños en uno mismo, en las demás personas, en el entorno y en el medio ambiente.
- v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todos».
- w) Aplicar y analizar las técnicas necesarias para mejorar los procedimientos de calidad del trabajo en el proceso de aprendizaje y del sector productivo de referencia.
- x) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.
- y) reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático..

La formación de nuestro **módulo** contribuye a alcanzar los **objetivos generales** de este ciclo formativo, tal como se indica en la Orden que regula el título, que se relacionan a continuación:

- c) Analizar operaciones de compraventa y de cobro y pago, utilizando medios convencionales o electrónicos para administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial.
- d) Comparar y evaluar pedidos de clientes a través de los diferentes canales de comercialización, atendiendo y satisfaciendo sus necesidades de productos y/o

Código	Rev.	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 12 de 46
MD850402	9	21/10/25	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

servicios, para realizar la venta de productos y/o servicios.

- e) Identificar los procesos de seguimiento y post venta, atendiendo y resolviendo, las reclamaciones presentadas por los clientes, para realizar la venta de productos y/o servicios.
- q) Analizar y utilizar los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación para aprender y actualizar sus conocimientos, reconociendo las posibilidades de mejora profesional y personal, para adaptarse a diferentes situaciones profesionales y laborales.
- r) Desarrollar trabajos en equipo y valorar su organización, participando con tolerancia y respeto, y tomar decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía.
- s) Adoptar y valorar soluciones creativas ante problemas y contingencias que se presentan en el desarrollo de los procesos de trabajo, para resolver de forma responsable las incidencias de su actividad.
- t) Aplicar técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a su finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia del proceso.
- u) Analizar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional, relacionándolos con las causas que los producen, a fin de fundamentar las medidas preventivas que se van a adoptar, y aplicar los protocolos correspondientes para evitar daños en uno mismo, en las demás personas, en el entorno y en el medio ambiente.
- v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al “diseño para todos”.
- w) Aplicar y analizar las técnicas necesarias para mejorar los procedimientos de calidad del trabajo en el proceso de aprendizaje y del sector productivo de referencia.
- x) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.
- y) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.

4.2. OBJETIVOS GENERALES DEL MÓDULO. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Código	Rev.	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 13 de 46
MD850402	9	21/10/25	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

Dentro de la programación, según el grado de concreción, se habla de objetivos a nivel del módulo que se pretenden conseguir durante el transcurso del mismo y los cuales vienen expresados en la correspondiente Orden de 28 de julio de 2015 en términos de **resultados de aprendizaje**, que pasamos a citar:

RA1. Identifica el proceso de decisión de compra del consumidor y/o usuario, analizando los factores que inciden en el mismo y las tipologías de clientes.

RA2. Define las funciones, conocimientos y perfil de los vendedores y vendedoras, analizando las necesidades de formación, motivación y remuneración del equipo de ventas

RA3. Organiza el proceso de venta, definiendo las líneas de actuación del vendedor o vendedora o vendedora, de acuerdo con los objetivos fijados en el plan de ventas.

RA4. Desarrolla entrevistas con supuestos clientes, utilizando técnicas de venta, negociación y cierre adecuadas, dentro de los límites de actuación establecidos por la empresa.

RA5. Formaliza los contratos de compraventa y otros contratos afines, analizando las cláusulas más habituales de acuerdo con la normativa vigente

RA6. Gestiona la documentación comercial y de pago/cobro de las operaciones de compraventa, cumplimentando los documentos necesarios.

RA7. Determina los precios y el importe de las operaciones, aplicando el cálculo comercial en los procesos de venta.

Por otra parte, en cada una de las unidades didácticas en que queda dividida esta programación, se detallarán los objetivos específicos o didácticos de cada una.

5. CONTENIDOS

Los objetivos anteriormente planteados serán abordados a través de los contenidos que se describen a continuación. Se toman como fuentes para construir los contenidos: el Real Decreto y la Orden que establece el título de nuestro ciclo y el entorno socioeconómico del centro.

5.1. TEMPORALIZACIÓN DE CONTENIDOS

En este apartado se pasan a esquematizar las unidades didácticas en las que se ha dividido el módulo.

Código	Rev.	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 14 de 46
MD850402	9	21/10/25	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

UNIDADES DIDÁCTICAS	HORAS	TRIMESTRE
Unidad didáctica 1: El proceso de decisión de compra del consumidor.	8	1º
Unidad didáctica 2: El vendedor.	8	1º
Unidad didáctica 3: El proceso de venta.	28	1º
Unidad didáctica 4: La entrevista de venta.	10	2º
Unidad didáctica 5: El contrato de compraventa.	22	2º
Unidad didáctica 6: Documentación de cobro y pago.	26	3º
Unidad didáctica 7: El proceso de venta.	26	3º

Tabla 1: Temporalización de bloques de contenidos y unidades didácticas

5.2. SECUENCIACIÓN DE CONTENIDOS

En este apartado se pasan a esquematizar las unidades didácticas en las que se ha dividido el módulo. Para cada una de ellas se expresan sus objetivos didácticos específicos, así como los contenidos.

El módulo de Proceso de Ventas que se imparte en el 1º curso. Tiene una carga lectiva de 128 horas que se distribuyen a razón de 4 horas semanales (2 horas un día y 1 hora otro dos días).

* Unidad didáctica 1: El proceso de decisión de compra del consumidor

Objetivos:

- Identificar las necesidades del cliente para determinar los productos o servicios que pueden satisfacerlas.
- Identificar el tipo de cliente de acuerdo con características observables (segmento de población, comportamiento, preguntas planteadas y otras) para aplicar las técnicas de venta adecuadas al mismo.
- Cuando se precise, obtener información necesaria y actualizada sobre el producto o servicio determinado.
- Asesorar con claridad y exactitud al cliente acerca de los productos que pueden satisfacer sus necesidades (usos, características, precio) suministrando la información de manera ordenada y oportuna y preparando, en su caso, una demostración práctica de usos y manejo.
- Identificar con prontitud el lugar y la sección donde se encuentran los productos para evitar tiempos muertos en la atención al cliente.

Contenidos:

- Identificación del proceso de decisión de compra del consumidor
- Tipos de consumidores.
- Estudio del comportamiento del consumidor.
- Las necesidades del consumidor.
- Tipos de compras según el comportamiento del consumidor.
- El proceso de decisión de compra del consumidor final.
- El proceso de decisión de compra del consumidor industrial e institucional.
- Tipología de clientes.
- Determinación de los distintos tipos de consumidores.
- Análisis de las necesidades del consumidor.
- Determinación del proceso de decisión de compra del consumidor.
- Análisis de los distintos tipos de clientes.

*** Unidad didáctica 2: El vendedor.****Objetivos:**

- Realizar la atención al cliente en un plazo que no perjudique el funcionamiento del establecimiento comercial ni los objetivos de venta establecidos.
- Cuidar el aspecto personal y la forma de expresarse en el contacto con el cliente debe ser correcta y amable, de forma que se promuevan las buenas relaciones comerciales futuras.
- Mantener a la clientela mediante un trato diligente y cortés.
- Identificar los parámetros que afectan a la actuación comercial: de empresa y mercado (imagen de la empresa, volumen de ventas, normas de actuación, objetivos comerciales, posición del producto en el mercado).
- Determinar las líneas propias de actuación comercial en la venta.
- Ajustar la actuación del vendedor al plan de acción definido por la empresa según las características específicas de cada cliente.

Contenidos:

- El vendedor: Concepto y funciones
 - o Sistemas y acciones de venta.
 - o El papel del vendedor en la venta
- personal.
- Perfil y cualidades del vendedor.
 - o Cualidades para la venta.

Código	Rev.	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 16 de 46
MD850402	9	21/10/25	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

- Tipos de vendedores.
 - o Perfil psicológico del vendedor.
- Conocimientos y formación del vendedor.
 - o Conocimientos profesionales.
 - o Conocimientos del producto o servicio.
- Reclutamiento o búsqueda de vendedores.
 - o Acciones del reclutamiento.
 - o Proceso y entrevista de selección.
- Manual del vendedor.
- La formación del vendedor.
 - o La motivación de los vendedores.
 - o Los factores motivadores.
- La remuneración de los vendedores.

* Unidad didáctica 3: El proceso de venta

Objetivos:

- Analizar el concepto de Equipo de ventas y de sus componentes, así como de la jerarquía que se establece y que determina los diferentes niveles organizativos.
- Determinar el tamaño del equipo de ventas a través del cálculo de vendedores necesarios para cubrir las zonas de ventas.
- Asignar a los vendedores a las diferentes zonas delimitadas. Planificar las visitas, estableciendo tipos y frecuencia de las visitas.
- Diseñar las diferentes rutas en función de las necesidades de zona y tiempo del que se dispone.
- Elaborar el programa de ventas y las líneas de actuación de los vendedores ajustados a dicho programa.
- Analizar el concepto de proceso de ventas y de las fases que lo componen Elaborar la prospección de clientes a partir de las diferentes fuentes de información de las que dispone la empresa.
- Preparar la venta a partir de los objetivos definidos y mediante los contenidos y la estructura del argumentario.
- Elaborar el argumentario de ventas en función de los condicionantes que le afectan y preparando el material de apoyo

Código	Rev.	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 17 de 46
MD850402	9	21/10/25	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

Contenidos:

- El departamento de ventas.
- Objetivos y funciones del equipo de ventas.
- Composición y jerarquía del personal de ventas.
- Estructura y organización de la fuerza de ventas.
 - o Organización de la red de ventas.
- El territorio de ventas: rutas y desplazamientos.
 - o Rutas y desplazamientos.
 - o Tipos de rutas.
- Fases del proceso de ventas.
- Prospección de clientes.
- Organización del departamento de ventas.
- Identificación de las rutas de ventas.
- Elaboración de las fases del proceso de venta de
 - determinados productos.
- Investigación sobre posibles clientes en la
 - comarca de determinado producto.

*** Unidad didáctica 4: La entrevista con el cliente****Objetivos:**

- Conocer las características del producto o servicio (materiales de que está hecho el producto, características del servicio, marca, presentación, usos, precios, seguridad, duración).
- Identificar las características de la cartera de clientes potenciales y reales (edad, potencial de compra, pedidos realizados, pedidos pendientes de cierre, etc.) para detectar puntos fuertes y débiles y establecer líneas de actuación con cada cliente.
- Saber confeccionar un plan de ventas propio teniendo en cuenta los parámetros comerciales identificados y de acuerdo con los objetivos establecidos por la organización, detallando:
- Identificar la fase de la negociación determinando el momento oportuno de abordar el cierre y la estrategia adecuada al tipo de cliente (aspectos que se van a desarrollar, tiempo óptimo de la entrevista, objeciones previstas)

Código	Rev.	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 18 de 46
MD850402	9	21/10/25	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

- Dirigir la entrevista con el cliente de acuerdo con la estrategia establecida reaccionando con prontitud ante cualquier incidencia no prevista
- Saber facilitar la compra al cliente creando una atmósfera acogedora y positiva y actuando de forma educada y amable.
- Saber resolver las objeciones presentadas por los clientes adecuadamente basándose en el argumentario de venta desarrollado.
- Saber cerrar en el proceso de negociación los diferentes aspectos de la operación dentro de los márgenes establecidos hasta conseguir la firma del pedido.
- Adoptar una actitud positiva ante la queja o incidencia presentada por el cliente aceptando la responsabilidad que corresponda en cada caso.
- Identificar la naturaleza de la reclamación, cumplimentando correctamente la documentación que se requiera según el procedimiento establecido e informando al cliente del proceso que debe seguir
- Saber adoptar frente a las quejas o incidencias injustificadas del cliente una postura segura mostrando educación y presentando razones para llegar al acuerdo con el cliente y, si procede, aplicar los criterios establecidos por la organización.
- Recoger y canalizar la queja o incidencia como fuente de información para su posterior análisis.
- Situar al departamento de ventas dentro de la organización empresarial y destaca la necesidad de coordinación con el resto de departamentos que la componen.
- Identificar e interrelacionar las funciones que debe desarrollar el departamento de ventas, y conoce cada función y todos los conceptos que en su estudio se detallan
- Detallar las funciones del director de ventas
- Analizar la planificación de las ventas en función de sus objetivos.
- Identificar y diferenciar los condicionantes que determinan la organización óptima del departamento de ventas
- Determinar las diferentes opciones que se plantean en el momento de organizar el departamento de ventas

Contenidos:

- Proceso de venta personal
 - o Fases de la entrevista de ventas.
 - o Concertar la visita.
- Presentación o contacto.
 - o Apertura de la entrevista

Código	Rev.	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 19 de 46
MD850402	9	21/10/25	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

- o El sondeo. Tipos de preguntas
- Presentación del producto.
 - o Demostración y prueba del producto.
- Negociación y objeciones.
 - o Tipos de objeciones.
 - o Tratamiento de las objeciones.
- El cierre de la venta.
 - o Técnicas de cierre.
 - o Ventas adicionales.
- Servicios post- venta.
- Técnicas de venta.
 - o Método de venta AIDDA.
 - o Método de venta SPIN.
 - o Método de venta Zelev Noel.
- La comunicación en las relaciones comerciales.
 - o La comunicación escrita.
 - o La comunicación oral.
 - o La comunicación para verbal en la venta
- y en las relaciones con los clientes.

*** Unidad didáctica 5: El contrato de compraventa**

Objetivos:

- Analizar el concepto general de contrato, comprende sus requisitos y características y diferencia sus tipos.
- Identificar e interpretar la normativa mercantil aplicable a los contratos de compraventa.
- A partir de unas condiciones pactadas en la venta de un producto o servicio, confeccionar el contrato de venta que formalice la ejecución de la operación de acuerdo con la normativa aplicable.
- Discriminar entre compraventa civil y mercantil
- Identificar las situaciones en las que se puede aplicar otros contratos afines a la compraventa.
- Formalizar el contrato de compraventa a plazos (con procesador de textos).

Contenidos:

- Contrato de compraventas.

Código	Rev.	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 20 de 46
MD850402	9	21/10/25	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

- Elementos del contrato.
- Derechos y obligaciones de las partes.
- Contrato escrito. Contenido y estructura.
- Contratos de ventas especiales.
- Contratos de servicios y afines.
 - o Contrato de transporte de mercancías.
 - o Contrato de leasing y renting.
 - o Contrato de factoring.
 - o Contrato de suministro.
 - o Contrato estimatorio.

*** Unidad didáctica 6: Documentación de cobros y pagos**

Objetivos:

- Gestionar documentación comercial y pago/ cobro de las operaciones de venta.

Contenidos:

- Documentos de compraventa.
 - o Ciclo de documentos de compraventa.
- Justificantes de pago.
 - o El recibo.
 - o La transferencia bancaria.
- Formas y medios de pago
 - o Medios de pago electrónicos.
- El cheque.
- El pagaré.
- La letra de cambio.
 - o Libro registro de efectos.
- Gestión de impagados.

*** Unidad didáctica 7: El precio de la venta**

Objetivos:

Código	Rev.	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 21 de 46
MD850402	9	21/10/25	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

- Determinar precios y aplicar el cálculo comercial a las operaciones comerciales.

Contenidos:

- El precio de venta. Objetivos y estrategias.
- Métodos de fijación del precio de venta.
 - o Precio en función del coste.
 - o Precio según demanda y competencia.
- Margen comercial y tasa de beneficio.
 - o Precio de venta al público.
 - o Los intereses de venta aplazados.
- Pagos y cobros con moneda extranjera.
- Gestión de cobros por entidades financieras
 - o Descuento y negociación de efectos.
- Sustitución de deudas.
 - o Vencimiento común.
 - o Vencimiento medio.

Código	Rev.	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 22 de 46
MD850402	9	21/10/25	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

5.3. ELEMENTOS TRANSVERSALES DEL CURRÍCULO

a. ÁREAS DE INTERÉS EN LA FP

Asimismo, se debe prestar atención a las áreas prioritarias o de especial interés, existentes en la Formación Profesional: TIC, idiomas y prevención de riesgos laborales.

b. EDUCACIÓN EN VALORES

El Sistema Educativo incluye en el currículo una serie de saberes actualmente demandados por la sociedad: son los llamados temas transversales.

Se denominan transversales porque no surgen como un programa paralelo al desarrollo del currículo sino insertado en la dinámica diaria del proceso de enseñanza–aprendizaje. Son complementarios y deben impregnar la totalidad de actividades del centro.

La LOMLOE y, más concretamente la LEA refuerzan el uso en los currículos de las enseñanzas no universitarias de estos temas transversales.

En el aula se trabajará la igualdad de oportunidades de ambos sexos en los siguientes aspectos:

- Seleccionando los materiales que se presentarán en el aula para evitar cualquier referencia sexista en los mismos.
- Evitando términos sexistas en el uso del lenguaje.
- Promoviendo, entre el alumnado, el respeto hacia el sexo contrario, evitando actitudes discriminatorias y de rechazo por cuestiones de sexo. Se trabajará contra los estereotipos sexistas, respetando las diferencias entre ellos y favoreciendo la igualdad de oportunidades y derechos.
- Realizando actividades en el aula encaminadas a analizar el papel de la mujer a lo largo de la historia de la informática.
- Participando por igual en las actividades prácticas, repartiendo el trabajo de forma equitativa entre el alumnado, formando equipos de trabajo mixtos y fomentando la valoración del esfuerzo común en la elaboración de trabajos en equipo, así como la participación y la tolerancia.
- Asistiendo y/o visualizando conferencias dadas por mujeres, con dedicación profesional en el mundo de la informática.

También se trabajará la educación por la paz, especialmente en las actividades que se realizan en grupo, en la que se fomenta una actitud de respeto y valoración positiva de las ideas y opiniones ajenas, de cooperación y aceptación de las decisiones tomadas por el grupo, como norma fundamental para vivir en una sociedad tolerante. De esta forma se favorecen las relaciones de amistad, aceptación y cooperación.

Se inculcará el respeto por la propiedad intelectual, ya que se utilizará siempre software de dominio público o programas debidamente registrados o en versión educativa o de evaluación.

Código	Rev.	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 23 de 46
MD850402	9	21/10/25	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

Con respecto a la educación ambiental, se valorará la importancia del reciclado y del ahorro energético. Al utilizar una plataforma virtual para la comunicación de actividades entre profesor y alumnado se ayuda a evitar la utilización de papel.

Además, se trabajará la educación al consumidor a la hora de mantener una actitud crítica hacia los mensajes que transmiten los medios de comunicación y especialmente internet y educando en la correcta utilización de internet.

6. METODOLOGÍA

La metodología es el conjunto de criterios y decisiones que organizan, de forma global, la acción didáctica en el aula.

La metodología a emplear tomará como eje el diálogo, el debate y la confrontación de ideas e hipótesis, ya que no podemos olvidar que el aprendizaje es un proceso social y personal que cada individuo construye al relacionarse, activamente, con las personas y la cultura en las que vive.

Como orientaciones metodologías se utilizarán las siguientes:

- Partir del nivel de desarrollo del alumno/a y de los conocimientos previos que posee.
- Favorecer la adquisición de aprendizajes significativos y funcionales, trasladables a las situaciones de trabajo relacionadas con su Ciclo Formativo. De este modo, se crean relaciones entre los nuevos contenidos y lo que ya se sabe.
- Contribuir al desarrollo de la capacidad de “aprender a aprender”, permitiendo que el alumno/a se adapte a nuevas situaciones de aprendizaje.
- Crear un clima de aceptación mutua y cooperación.

En definitiva, la metodología a utilizar será activa, significativa, participativa, creativa, motivadora y reflexiva; para que el alumno/a sea protagonista de su propio aprendizaje.

Se utilizarán recursos para incluir la gamificación en la clase, así como el concepto de clase invertida. Además, será importante hacer ver al alumnado la funcionalidad de los contenidos, de manera que puedan utilizarlos en situaciones reales de la vida cotidiana en relación con sus intereses y motivaciones.

Código	Rev.	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 24 de 46
MD850402	9	21/10/25	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

6.1. LÍNEAS DE ACTUACIÓN

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje vienen determinadas en la Orden de 11 de marzo de 2013, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico de Grado Medio de Actividades Comerciales, versarán sobre:

- Preparación de una visita comercial con la información obtenida en la herramienta de gestión de las relaciones con clientes.
- ☐ Elaboración del argumentario de ventas de productos de gran consumo
- ☐ Utilización de técnicas de comunicación verbal (oral y escrita) y no verbal aplicadas al proceso de venta.
- ☐ Utilización de herramientas informáticas en la presentación de productos y servicios
- Utilización de técnicas venta, negociación y refutación de objeciones.
- Elaboración de contratos de compraventa y documentación anexa, utilizando el procesador de textos.
- ☐ Cumplimentación de los documentos de diversos medios de pago. Gestión informatizada de sugerencias.
- Utilización de herramientas de gestión de las relaciones con clientes en preparación de visitas, servicios postventa y fidelización de clientes.
- Realización de cálculos relativos a las operaciones de venta y de cobro y pago.

6.2. ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

Para las actividades de enseñanza-aprendizaje expresadas en las unidades didácticas se ha utilizado la metodología de Tyler y Wheeler, que distingue entre varios tipos de actividades. En concreto se utilizan los siguientes tipos de actividades:

- **Actividades de evaluación de conocimientos previos:** suelen realizarse a principio de clase para obtener información acerca de lo que sabe el alumnado.
- **Actividades de presentación – motivación:** con el fin de introducir al alumnado en el tema que se aborda en cada unidad didáctica.
- **Actividades de desarrollo de contenidos:** permiten que el alumnado adquiera nuevos contenidos.

Código	Rev.	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 25 de 46
MD850402	9	21/10/25	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

- **Actividades de refuerzo y ampliación:** programadas para aquel alumnado que, o bien no haya alcanzado los conocimientos trabajados, o bien necesite continuar construyendo conocimientos una vez terminadas las actividades de desarrollo propuestas.
- **Actividades de evaluación:** deben tener en cuenta lo establecido en los criterios de evaluación propuestos y su fin es dar cuenta de lo aprendido por los alumnos/as.
- **Actividades de recuperación:** programadas para el alumnado que no haya alcanzado los conocimientos trabajados.

6.3. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

Dentro de la metodología de esta programación didáctica, se aplicará el concepto de clase invertida o flipped classroom, considerada como una forma de trabajar en la que se reordena la forma de dar clase, utilizando vídeos y otros tipos de documentos, como apuntes, libros, etc... Esta estrategia facilita el aprendizaje y los ritmos de la clase porque se trata de un aprendizaje más personal, en el que se consigue centralizar el aprendizaje del alumnado. Es decir, el alumno/a es protagonista de su propio aprendizaje, aunque siempre es guiado por el profesor.

En la casa, el alumnado trabajará vídeos, tomando apuntes y extrayendo la información. En clase se resolverán dudas y se seguirá aprendiendo tanto de los compañeros como del profesor. Se comprueba lo que se sabe y se pone en práctica la explicación haciendo distintos tipos de actividades, concursos e investigaciones, haciendo las clases más activas.

Además, este concepto se apoya de metodologías de aprendizaje cooperativo, mejorando así los resultados de la clase, puesto que los que van por delante pueden ayudar a los que van por detrás. El aprendizaje cooperativo es una metodología que se basa en el trabajo en equipo y que tiene como objetivo la construcción de conocimiento y la adquisición de competencias y habilidades sociales, ayudando al alumnado entre ellos para lograr una meta en común. El rol del docente está enfocado en organizar grupos de alumnos/as de tal manera que la diversidad no sea un impedimento en la clase. Es por ello, que nos debemos asegurar de que todos participen otorgando una responsabilidad individual a cada miembro del grupo.

Entre estos tipos de actividades entra en juego el concepto de gamificación. La gamificación es una técnica de aprendizaje que traslada la mecánica de los juegos al ámbito educativo-profesional con el fin de conseguir mejores resultados: sirve para absorber conocimientos, para mejorar alguna habilidad para recompensar acciones concretas... Es un término que ha adquirido una enorme popularidad en los últimos años, sobre todo en entornos digitales y educativos. Una de las claves principales al aplicarla es que los alumnos y alumnas tengan perfectamente asimiladas las dinámicas de juego que se llevarán a cabo. Todas ellas tienen por objeto implicar al alumnado a jugar y seguir adelante en la consecución de sus objetivos mientras se realiza la actividad. Cualquier actividad realizada

Código	Rev.	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 26 de 46
MD850402	9	21/10/25	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

en contexto de la gamificación busca lograr tres claros objetivos: por un lado la fidelización con el alumnado, al crear un vínculo con el contenido que se está trabajando. Por otro lado, busca ser una herramienta contra el aburrimiento y motivarlos. Finalmente, quiere optimizar y recompensar al alumnado en aquellas tareas en las que no hay ningún incentivo más que el propio aprendizaje.

En esta programación didáctica se pondrá en práctica a través de aplicaciones como Kahoot, por ejemplo para hacer un test de autoevaluación del alumnado al final de una unidad didáctica con el fin de comprobar los conceptos adquiridos en el desarrollo de la misma.

En el desarrollo de las unidades didácticas se planteará también un proyecto realizado por parejas en el que se le pondrá al alumnado frente a una situación problemática real, favoreciendo un aprendizaje más vinculado con el mundo laboral. Con esta actividad, que será dividida en varias prácticas evaluables ubicadas en diferentes unidades didácticas, se pretende enfrentar al alumnado a situaciones que los lleven a comprender y aplicar lo aprendido como una herramienta para resolver problemas o proponer mejoras en su entorno más próximo.

Además, se tienen en cuenta una serie de estrategias para el caso en el que se interrumpa el proceso de enseñanza-aprendizaje por motivos como por ejemplo el COVID-19. Para estos casos, cada semana, los estudiantes se conectarán con el profesor por videoconferencia. Los recursos estarán disponibles, como siempre, a través de la plataforma educativa, donde podrán consultar una combinación de vídeos cortos y actividades de seguimiento para que se completen semanalmente. Se precisará igualmente, a través de esta plataforma, un plan de trabajo donde se detallarán las actividades a realizar cada día que se tenga clase. Para la resolución de dudas del alumnado, se habilitará un foro en cada unidad didáctica, aunque también podrán utilizar el correo electrónico y la herramienta de mensajes privados de la plataforma para comunicarse con el profesor por motivos más personales. Con el fin de poder llevar a cabo los intercambios de información, las interacciones y conexiones humanas legalmente, el departamento tendrá elaborado un documento describiendo todos los aspectos necesarios a tener en cuenta en relación a la protección de datos, tanto del profesorado, como del alumnado. Esto ayudará a abordar la situación de crisis y así poder enfrentar desafíos futuros.

Código	Rev.	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 27 de 46
MD850402	9	21/10/25	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

6.4. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES

Se consideran actividades complementarias las organizadas durante el horario escolar por los Centros, y que tienen un carácter diferenciado de las propiamente lectivas, por el momento, espacio o recursos que utilizan. Estas actividades son fundamentalmente las salidas y celebraciones y se organizarán de forma coordinada con los profesores del equipo docente.

El departamento de comercio y marketing colaborará en todas aquellas actividades complementarias y extraescolares que se proponga en el centro que afecten al alumnado del ciclo formativo. Entre las previstas se incluyen la realización de charlas impartidas por empresas o antiguos alumnos que expliquen tecnologías y metodologías empleadas en el ámbito laboral relacionadas con el ciclo, así como la asistencia a jornadas o congresos relacionados con la informática.

En cualquier caso, el grupo participará en aquellas actividades complementarias y extraescolares propuestas por el departamento que sean de interés para el módulo.

6.5. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS

Todas las sesiones correspondientes a este módulo se desarrollarán en el aula-taller de informática de dotación del ciclo. Además de los recursos tradicionales como la pizarra para explicaciones teóricas, se necesitarán los siguientes recursos tecnológicos en el aula:

a) Infraestructura y comunicaciones:

- Infraestructura de red para intercomunicar todos los ordenadores del aula
- Acceso a Internet para todos los ordenadores del aula. El profesor tendrá la posibilidad de inhabilitar dicho acceso en un momento concreto.
- Pizarra blanca con rotuladores, para las explicaciones del profesor, así como para aclaración de dudas, tanto de tipo teórico como de manejo del ordenador.
- Fuentes de información: libros, internet y biblioteca.
- Medios de comunicación escrita: prensa, revistas especializadas,...
- Medios audiovisuales: vídeos,...

b) Hardware:

- Un ordenador por cada alumno.
- Cañón proyector para exposición de la parte teórica por parte del profesor.
- Pizarra electrónica para facilitar la tarea de exposición del profesor.

Código	Rev.	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 28 de 46
MD850402	9	21/10/25	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

c) Software:

- Sistema operativo: Windows 10 y Linux (Ubuntu u otra distribución).
- Paquete ofimático OpenOffice.
- Editor de páginas web: Visual Studio, Brackets, Bootstrap.
- Editor de código: Editix, Notepad++.
- Sistemas de Gestión de Contenidos: WordPress, Joomla.
- Herramientas de gestión de aprendizaje: Moodle.
- Plataforma educativa: A través de esta plataforma se le facilitará al alumnado la documentación necesaria en formato digital, evitando en la medida de lo posible el derroche de papel. De esta forma, esta información podrá ser consultada desde cualquier lugar y en cualquier momento por el alumnado. A su vez, las prácticas digitales serán recogidas desde la plataforma para así permitir que el alumno/a pueda planificar y entregar éstas cuando lo estime conveniente, siempre dentro del plazo máximo indicado por el profesor. Esta plataforma también permite la posibilidad de crear exámenes online y la calificación a través de rúbricas.
- Cuaderno digital del profesor.
- Aplicaciones digitales online para realizar brainstormings (Miro), administrar tareas (Trello), autoevaluaciones (Kahoot), mapas mentales (Mindmeister), repasar contenidos y resolución de dudas (Mentimeter)...

6.6. BIBLIOGRAFÍA**6.6.1 BIBLIOGRAFÍA DE DEPARTAMENTO**

- ☐ Procesos de venta . Ed. McGraw Hill.
- ☐ Procesos de venta. Ed. Paraninfo.

6.6.2 BIBLIOGRAFÍA DE AULA

- ☐ Programación de aula.
- ☐ Procesos de venta. Ed. McGraw Hill. Revistas,
- ☐ artículos,...

Código	Rev.	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 29 de 46
MD850402	9	21/10/25	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

7. EVALUACIÓN

La evaluación tendrá en cuenta el progreso del alumno/a respecto a la formación adquirida en los distintos módulos que componen el Ciclo Formativo. La superación del Ciclo Formativo requerirá la evaluación positiva de todos los módulos que lo componen.

La evaluación es criterial y continua. En primer lugar, es criterial, ya que a través del cumplimiento de los criterios de evaluación, se valida si se alcanzan las metas. En segundo lugar, se dice que es continua porque continuamente se está evaluando y cuando se detecta un problema en clase, se intenta solucionar. Por tanto, permite resolver el problema que tenga un alumno/a en un momento dado. Además, que la evaluación sea continua implica que sea formativa, puesto que permite cambiar aspectos determinados si se detectan fallos en el proceso de enseñanza.

7.1. QUÉ, CUÁNDO Y CÓMO EVALUAR

La evaluación constituye para la Formación Profesional uno de sus componentes más decisivos, ya que orienta todo el proceso formativo al ser la expresión observable de la consecución de los resultados de aprendizaje, y consecuentemente, de la adquisición de las competencias profesionales. Al mismo tiempo, constituye el principal indicador acerca de la calidad de una programación didáctica y, en consecuencia, promueve la redefinición o reforma del currículo y/o reorientación de los procesos de enseñanza y aprendizaje.

La Orden de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del Sistema Educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía así lo establece: “Se tomarán como referencia los resultados de aprendizaje, los criterios de evaluación y contenidos de cada módulo, así como las competencias y objetivos generales del ciclo formativo asociados a los mismos”.

La evaluación estará presente a lo largo de todo el proceso de enseñanza- aprendizaje proporcionando información constante y permitiendo orientar y ajustar el proceso educativo.

Según dispone el Real Decreto 1529/2012, de 8 de noviembre, por el que se desarrolla el contrato para la formación y el aprendizaje y se establecen las bases de la formación profesional dual, en su artículo 30 nos dice: “La evaluación del alumnado será responsabilidad de los Profesores de los módulos profesionales del centro de adscripción, teniendo en cuenta las aportaciones de los formadores de la empresa y el resultado de las actividades desarrolladas en la misma”.

Código	Rev.	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 30 de 46
MD850402	9	21/10/25	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

Evaluación del proceso de enseñanza:

La evaluación debe tener un carácter público y conocido, pues los criterios de evaluación se configuran como el eje orientador de todo el proceso formativo. El alumnado conocerá, desde el principio, cuáles son los criterios de evaluación, qué debe lograr y cómo hacerlo. De esta forma, podrá orientar sus esfuerzos hacia el logro de los objetivos de aprendizaje y podrá conocer, a lo largo de su proceso formativo, en qué grado está adquiriendo los aprendizajes que requiere una evaluación favorable.

Un apartado importante de la evaluación del proceso de aprendizaje es el establecimiento y diseño de los indicadores de evaluación.

Los indicadores de logro establecidos para cada Criterio de Evaluación, serán evidencias medibles y observables que nos van a permitir evaluar al alumnado y observar si se está acercando o no a la competencia, estos indicadores estarán presentes en cada uno de los instrumentos de evaluación diseñados por el docente para la evaluación continua del alumnado y para su posterior calificación, en los diferentes momentos elegidos por el profesorado.

El alumnado conocerá y tendrá acceso a los diferentes instrumentos de evaluación con sus indicadores, antes de que se produzca el momento de la calificación de los Criterios de Evaluación.

En la evaluación del presente módulo podemos distinguir tres momentos importantes de evaluación:

1 Evaluación Inicial.

La evaluación inicial, resulta imprescindible no solo para conocer el “nivel” de conocimientos en torno a la materia con la que parte el alumnado, si no también nos permite conocer aspectos relativos a su personalidad, inquietudes e intereses, experiencias pasadas...

Se desarrolla en el presente curso a partir de una batería de preguntas y situaciones prácticas relacionadas con los contenidos del módulo, ante las que el alumnado debe responder, además llevaremos a cabo distintas dinámicas grupales que permiten observar las relaciones dentro del grupo, así como distintos aspectos de la personalidad de cada uno de los alumnos/as.

1 Evaluación continua.

La evaluación será continua tal y como establece la normativa vigente, pues tendrá en cuenta como ya hemos dicho anteriormente, todo el proceso de enseñanza-aprendizaje, pues se evaluarán diversas actividades a lo largo de cada una de las unidades de trabajo, tanto individuales como grupales, en la que el alumnado irá obteniendo un Feedback continuo que le ayudará a mejorar y a ir alcanzando los Criterios de Evaluación establecidos para cada una de las unidades de aprendizaje .

Esta evaluación continua requiere la asistencia regular a clase y la participación en las actividades, ya que si el alumnado no asiste a clase no podrá obtener ese feedback continuo del docente, que le ayude a mejorar y a alcanzar los CE, y como consecuencia los RA.

A lo largo de cada uno de los trimestres el alumnado irá trabajando diferentes unidades de trabajo en la que a su vez trabajará diferentes RA con sus respectivos CE.

Código	Rev.	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 31 de 46
MD850402	9	21/10/25	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

De acuerdo con lo establecido en el Proyecto Curricular de la familia Profesional de Comercio y Marketing, la acumulación de faltas de asistencia injustificadas atendiendo al 20% de la carga horaria de este módulo, dará lugar a que el alumno/a pierda el derecho a la evaluación continua. Se efectuará previamente tres notificaciones a través de Séneca, cuando acumule, 5, 15 y 20 porcentaje de faltas, respectivamente. La Pérdida del derecho de evaluación continua se le comunicará al alumno/a en la tercera notificación

Se reforzarán con la misma técnica e instrumento de evaluación utilizado, aquellos RA/CE no alcanzados, una vez realizadas las sesiones de evaluación. El resto se reforzarán antes de la evaluación final (marzo o junio dependiendo del curso)

Los RA estarán ponderados en función de su contribución a las competencias personales, sociales y profesionales y a su vez a la Unidad de competencia asociada al módulo profesional.

Para ello se utilizan los criterios de evaluación de este módulo de Comercio y marketing, que pasamos a detallar:

RA1. Identifica el proceso de decisión de compra del consumidor y/o usuario, analizando los factores que inciden en el mismo y las tipologías de clientes.	10%
RA2. Define las funciones, conocimientos y perfil de los vendedores y vendedoras, analizando las necesidades de formación, motivación y remuneración del equipo de ventas.	10%
RA3. Organiza el proceso de venta, definiendo las líneas de actuación del vendedor o vendedora o vendedora, de acuerdo con los objetivos fijados en el plan de ventas.	20%
RA4. Desarrolla entrevistas con supuestos clientes, utilizando técnicas de venta, negociación y cierre adecuadas, dentro de los límites de actuación establecidos por la empresa.	10%
RA5. Formaliza los contratos de compraventa y otros contratos afines, analizando las cláusulas más habituales de acuerdo con la normativa vigente.	15%
RA6. Gestiona la documentación comercial y de pago/cobro de las operaciones de compraventa, cumplimentando los documentos necesarios	15%
RA7. Determina los precios y el importe de las operaciones, aplicando el cálculo comercial en los procesos de venta.	20%

Para valorar el grado de consecución de los distintos resultados de aprendizajes se utilizarán como referencia cada uno de los criterios de evaluación señalados en la orden vinculante. Estos criterios se encontrarán ponderados hasta un 100% en función de la relevancia que

tengan para alcanzar cada RA.

Instrumentos a utilizar en la evaluación continua:

Los instrumentos de evaluación serán las herramientas que nos facilitará la tarea evaluativa, esos instrumentos de evaluación serán diseñados teniendo en cuenta cada uno de los Criterios de Evaluación, y el contenido asociado a los mismos, y se encuentran diseñados en cada una de las unidades de aprendizaje.

a) Evaluación inicial

Se refiere a la recopilación que realizamos al finalizar cada trimestre, en la que hacemos un balance de todos los resultados obtenidos en relación al aprendizaje adquirido por alumno/a y al proceso de enseñanza. Al término del proceso de enseñanza-aprendizaje, el alumnado obtendrá una calificación final para el módulo profesional de Procesos de Venta.

La nota final será calculada atendiendo a la ponderación establecida para cada Criterio y para cada Resultado de aprendizaje, con lo cual el alumnado a lo largo de su proceso de evaluación irá teniendo una estimación aproximada de su calificación, pero no será hasta el final cuando el alumnado sea realmente calificado.

Asociados a las distintas unidades de trabajo se muestra una relación de los Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

RA1. Identifica el proceso de decisión de compra del consumidor y/o usuario, analizando los factores que inciden en el mismo y las tipologías de clientes.

- a) Se han identificado los tipos de consumidores, diferenciando el consumidor final o particular y el industrial u organizacional.
- b) Se ha definido el contenido y los aspectos que comprende el estudio del comportamiento del consumidor y/o usuario.
- c) Se han definido y clasificado las necesidades del consumidor, teniendo en cuenta el orden jerárquico que se establece a la hora de satisfacerlas.
- d) Se han clasificado las compras, atendiendo al comportamiento racional o impulsivo del consumidor y/o usuario.
- e) Se han identificado las fases del proceso de compra del consumidor final, analizando los factores que determinan su complejidad y duración.
- f) Se han analizado los determinantes internos y externos que influyen en el proceso de decisión de compra de los consumidores y/o usuarios.
- g) Se han identificado las fases del proceso de compra del consumidor industrial, comparando el proceso con el del consumidor final.
- h) Se han caracterizado las tipologías de clientes, atendiendo a su comportamiento de compra, su personalidad y sus motivaciones de compra.

RA2. Define las funciones, conocimientos y perfil de los vendedores y vendedoras, analizando las necesidades de formación, motivación y remuneración del equipo de ventas.

Código	Rev.	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 33 de 46
MD850402	9	21/10/25	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

- a) Se han establecido las funciones y responsabilidades de los vendedores y vendedoras en la venta personal.
- b) Se han clasificado los vendedores y vendedoras en función de las características de la empresa en la que prestan servicios, el tipo de venta que realizan y la naturaleza del producto.
- c) Se ha definido el perfil del vendedor o vendedora o vendedora profesional, analizando las cualidades personales, habilidades profesionales y conocimientos que debe tener un buen vendedor.
- d) Se han descrito distintos puestos de trabajo de ventas y el perfil de los vendedores y vendedoras más adecuados para los mismos.
- e) Se han determinado las necesidades de formación, perfeccionamiento y reciclaje del equipo de vendedores y vendedoras.
- f) Se ha definido el contenido del programa de formación y perfeccionamiento de los vendedores y vendedoras.
- g) Se ha valorado la importancia de la motivación de los vendedores y vendedoras analizando los principales factores motivadores.
- h) Se han identificado los sistemas de retribución de los vendedores y vendedoras más habituales.

RA3. Organiza el proceso de venta, definiendo las líneas de actuación del vendedor o vendedora o vendedora, de acuerdo con los objetivos fijados en el plan de ventas.

Código	Rev.	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 34 de 46
MD850402	9	21/10/25	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

	a) Se han identificado las funciones del departamento de ventas de una empresa y las responsabilidades del director de ventas. b) Se han diferenciado las formas de organización del departamento de ventas por zonas geográficas, por productos y por clientes, entre otras. c) Se ha elaborado el programa de ventas del vendedor o vendedora o vendedora, definiendo sus propios objetivos y el plan de actuación, en función de los objetivos establecidos en el plan de ventas de la empresa. d) Se ha calculado el número de vendedores y vendedoras que se requieren para cumplir los objetivos del plan de ventas de la empresa. e) Se han planificado las visitas a clientes, aplicando las rutas de ventas que permiten optimizar los tiempos del vendedor o vendedora y reducir los costes. f) Se ha determinado el número de visitas comerciales que se van a realizar a los clientes reales y potenciales y el tiempo de duración de las visitas. g) Se han aplicado técnicas de prospección de clientes, atendiendo a las características del producto/servicio ofertado. h) Se ha elaborado el argumentario de ventas, incluyendo los puntos fuertes y débiles del producto, resaltando sus ventajas respecto a los de la competencia y presentando soluciones a los problemas del cliente.
--	---

RA4. Desarrolla entrevistas **con supuestos clientes, utilizando técnicas de venta, negociación** y cierre adecuadas, dentro de los límites de actuación establecidos por la empresa.

	a) Se ha preparado la documentación necesaria para realizar una visita comercial, consultando la información de cada cliente en la herramienta de gestión de relaciones con clientes (CrM). b) Se ha concertado y preparado la entrevista de ventas, adaptando el argumentario a las características, necesidades y potencial de compra de cada cliente, de acuerdo con los objetivos fijados. c) Se ha preparado el material de apoyo y la documentación necesaria d) Se ha realizado la presentación y demostración del producto, utilizando técnicas de venta adecuadas para persuadir al cliente. e) Se han previsto las posibles objeciones del cliente y se han definido las técnicas y los argumentos adecuados para la refutación de las mismas. f) Se han utilizado técnicas de comunicación verbal y no verbal en situaciones de venta y relación con el cliente. g) Se ha planificado la negociación de los aspectos y condiciones de la operación que pueden ser objeto de negociación. h) Se han utilizado técnicas para lograr el cierre de la venta y obtener el pedido.
--	--

--	--

RA5. Formaliza los contratos de compraventa y otros contratos afines, analizando las cláusulas más habituales de acuerdo con la normativa vigente.

	a) Se ha interpretado la normativa que regula los contratos de compraventa. b) Se ha caracterizado el contrato de compraventa, los elementos que intervienen y los derechos y obligaciones de las partes, analizando su estructura y las cláusulas habituales que se incluyen en el mismo. c) Se ha cumplimentado el contrato de compraventa en el que se recogen los acuerdos entre vendedor y comprador, utilizando un procesador de textos. d) Se ha interpretado la normativa que regula el contrato de compraventa a plazos y los requisitos que se exigen para su formalización. e) Se ha caracterizado el contrato de ventas en consignación analizando los casos en que procede su formalización. f) Se ha caracterizado el contrato de suministro, analizando los supuestos en los que se requiere para el abastecimiento de materiales y servicios. g) Se han analizado los contratos de leasing y renting como alternativas de adquisición y financiación del inmovilizado de la empresa.
--	--

RA6. Gestiona la documentación comercial y de pago/cobro de las operaciones de compraventa, cumplimentando los documentos necesarios

- a) Se ha gestionado la documentación comercial de diferentes operaciones de venta, desde la recepción del pedido hasta el envío y recepción por parte del cliente.
- b) Se ha establecido el modo de formalizar el pedido por parte del cliente, en ventas a distancia (por catálogo, televenta, teléfono móvil e Internet, entre otros).
- c) Se han identificado las distintas formas de pago, analizando el procedimiento y la documentación necesaria en cada caso.
- d) Se han diferenciado los medios de pago al contado de los aplazados.
- e) Se han comparado los medios y formas de pago, analizando las ventajas y desventajas en términos de coste, seguridad y facilidad de uso.
- f) Se ha cumplimentado la documentación correspondiente a los diferentes medios de pago.
- g) Se han cumplimentado cheques, letras de cambio, pagarés y demás documentación correspondiente a los diferentes medios de pago.
- h) Se ha identificado la documentación correspondiente a las operaciones de endoso, aval y gestión de cobro de medios de pago.
- i) Se han identificado las distintas formas de anticipar el cobro

RA7. Determina los precios y el importe de las operaciones, aplicando el cálculo comercial en los procesos de venta.

Tabla 2:
Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación del módulo

7.2.

A

- a) Se ha calculado el precio de venta del producto, aplicando un cierto margen comercial expresado en forma de porcentaje del precio de coste.
- b) Se ha calculado el precio de venta del producto, aplicando un margen comercial expresado en forma de un porcentaje sobre el precio de venta.
- c) Se ha determinado el importe total de una operación de venta, aplicando los descuentos y gastos acordados y el IVA correspondiente.
- d) Se ha calculado el interés de diferentes operaciones, definiendo las variables que lo determinan y aplicando un determinado tipo de interés.
- e) Se ha calculado el descuento de diferentes operaciones, aplicando un determinado tipo de descuento.
- f) Se ha calculado el descuento y el efectivo resultante de una remesa de efectos.
- 8) Se han cumplimentado facturas de negociación de efectos comerciales, aplicando un determinado tipo de descuento y la correspondiente comisión

7.2.1 CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Teniendo en cuenta la Orden de 29 de septiembre de 2010, la evaluación final de este módulo profesional el módulo se evaluará por resultados de aprendizaje, complementando con las competencias profesionales, personales y sociales.

7.2.1 CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

A continuación, se visualiza una tabla donde se relacionan las ponderaciones estimadas en esta programación didáctica (PD) para cada resultado de aprendizaje (RA) y las unidades didácticas implicadas en cada uno de ellos:

Código	Rev.	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 38 de 46
MD850402	9	21/10/25	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

			UNIDADES DIDÁCTICAS						
%PD			1	2	3	4	5	6	7
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	RA1	10	X						
	RA2	10		X					
	RA3	20			X				
	RA4	10				X		X	
	RA5	15					X		X

Tabla 3. Ponderaciones de los RA y unidades didácticas donde se evalúan

En las siguientes tablas se puede observar la ponderación de cada criterio de evaluación (C.E.), por cada uno de los resultados de aprendizaje (RA), en función de las unidades didácticas implicadas en cada uno de ellos y teniendo en cuenta la duración en horas de las mismas.

Resultado de aprendizaje 1.- XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

CALIFICACIÓN DE CADA RESULTADO DE APRENDIZAJE EN BASE A SUS CRITERIOS DE EVALUACIÓN (1-10)						
RESULTADO DE	CRITERIO DE EVALUACIÓN	NOTA	% CE		NOTA ACUMULADA RA	NOTA ACUMULADA MÓDULO
RA1 10% nota MP	a)	10	10%	UT1	1	1 puntos
	b)	10	10%	UT1	2	
	c)	10	10%	UT1	3	
	d)	10	10%	UT1	4	
	e)	10	15%	UT1	5,5	
	f)	10	15%	UT1	7	
	g)	10	15%	UT1	8,5	

	h)	10	15%	UT1	10	
	a)	10	10%	UT2	1	

RA2	b)	10	15%	UT2	2,5	
15% nota MP	c)	10	15%	UT2	4	
	d)	10	15%	UT2	5,5	1,5 puntos
	e)	10	10%	UT2	6,5	
	f)	10	10%	UT2	7,5	
	g)	10	15%	UT2	9	

	h)	10	10%	UT2	10	
RA3 15% nota MP	a)	10	10%	UT3	1	1,5 puntos
	b)	10	15%	UT3	2.5	
	c)	10	10%	UT3	3,5	
	d)	10	15%	UT3	5	
	e)	10	15%	UT3	6,5	
	f)	10	15%	UT3	8	
	g)	10	10%	UT3	9	
	h)	10	10%	UT3	10	
RA4 15% nota MP	a)	10	10%	UT4	1	1,5 puntos
	b)	10	10%	UT4	2	
	c)	10	15%	UT4	3,5	
	d)	10	10%	UT4	4,5	
	e)	10	15%	UT4	6	

	f)	10	15 %	UT4	7,5	
	g)	10	10 %	UT4	8,5	
	h)	10	15 %	UT4	10	
RA5 15% nota MP	a)	10	15 %	UT5	1,5	1,5 puntos
	b)	10	10 %	UT5	2,5	
	c)	10	10 %	UT5	3,5	
	d)	10	10 %	UT15	4,5	
	e)	10	15 %	UT5	7	
	f)	10	15 %	UT5	8,5	
	g)	10	15 %	UT5	10	
RA6 15% nota MP	a)	10	15 %	UT6	1,5	1,5 puntos
	b)	10	15 %	UT6	3	
	c)	10	10 %	UT6	4	
	d)	10	15 %	UT6	6,5	
	e)	10	10 %	UT6	7,5	
	f)	10	10 %	UT6	8,5	
	g)	10	10 %	UT6	8	
	h)	10	10	UT6	9	

			%			
	i)	10	10 %	UT6	10	
RA7 15% nota MP	a)	10	15 %	UT7	1,5	1,5puntos
	b)	10	15 %	UT7	3	
	c)	10	15 %	UT7	4,5	
	d)	10	15 %	UT7	6	
	e)	10	15 %	UT7	7,5	
	f)	10	10 %	UT7	8,5	
	g)	10	15 %	UT7	10	

Finalmente, a través de la siguiente tabla, se visualizan los resultados de aprendizaje alcanzados en cada evaluación y la ponderación de los resultados de aprendizaje, tanto en la programación didáctica, como en cada evaluación, para poder calcular la nota de cada RA. Para superar el módulo, el alumnado deberá alcanzar un 5 (ponderado según su valor), en cada uno de los RA. Cada resultado se evaluará por unidades de trabajo (*en cada unidad se desarrollan pruebas escritas que valdrán (7 puntos), y prácticas que valdrá (3 puntos), (se realiza una media aritmética de los resultados obtenidos en la UT)*, de tal forma que, para calcular la nota del RA, se realizará una media entre las unidades que integran el RA. La nota final del módulo se calculará con las ponderaciones arriba indicadas, en las unidades utilizaremos diferentes instrumentos de evaluación.

Por ejemplo, para el cálculo de la primera evaluación, será la suma de todos los RA correspondientes a ella. Como supone un % inferior al total del módulo, la nota numérica será el resultado de ajustarla a un resultado máximo de 10, de tal forma que el alumnado que hay conseguido un 10 en todos los RA de evaluación correspondientes a esa primera evaluación, tendrá en el primer parcial un 10.

Todos los **Resultados de Aprendizaje** así como los **Criterios de Evaluación de cada uno** se aplicarán tanto en el centro educativo como en la empresa. No se hará una separación de los RA o CE exclusivos para cada entidad, lo que garantiza una continuidad en el proceso formativo del alumnado.

Se ha decidido que la evaluación de los estudiantes de FP Dual se distribuirá de la siguiente manera: el **90% de la evaluación se llevará a cabo en el centro educativo**, y el **10% en la empresa**. Este acuerdo ha sido alcanzado por consenso entre los profesores asistentes a reunión para tal efecto.

Tanto los **Resultados de Aprendizaje** como los **Criterios de Evaluación** estarán presentes en ambos entornos de formación (centro y empresa) trimestre.

		EVALUACIONES			
		%PD	1ª EV	2ª EV	3ª EV
RESULTADOS APRENDIZAJE	R.A. 1	10	10		
	R.A. 2	10	10		
	R.A. 3	20	20		
	R.A. 4	10		10	
	RA5	15		15	
	RA6	15			15
	RA7	20			20

Tabla 11. Ponderaciones de los resultados de aprendizaje en cada evaluación

Teniendo en cuenta las ponderaciones de la tabla anterior, la nota media para la calificación final del módulo es la siguiente:

Nota final =

$$(RA1*10\%)+(RA2*10\%)+(RA3*20\%)+(RA4*10\%)+(RA5*15\%)+(RA6*15\%)+(RA7*20\%)$$

Además, para la obtención de las notas trimestrales, que son informativas y orientativas, se

les da unos porcentajes concretos a los criterios de evaluación, por trimestre, teniendo en cuenta las ponderaciones de la tabla anterior.

Las calificaciones trimestrales serán el resultado de la nota media ponderada en función de los RA y CE, de las calificaciones obtenidas en los instrumentos evaluados en dicho trimestre, según la programación de este módulo, requiriéndose haber superado todos los Resultados de Aprendizaje (RA) evaluados en dicho trimestre, en caso contrario la calificación máxima será de 4 puntos sobre 10.

Para superar cada Resultado de Aprendizaje (RA) el alumnado deberá alcanzar el 50% de sus Criterios de Evaluación (CE), teniendo en cuenta el peso ponderado de cada uno de ellos. En relación a la evaluación final, según dispone el art.78.3 RD 659/2023, "La evaluación final atenderá a la globalidad de resultados de aprendizaje. Para poder presentarse a la prueba de evaluación final de un módulo profesional la persona en formación deberá justificar una asistencia de, al menos, el 75 por ciento de las horas totales del mismo en la modalidad presencial".

En conclusión, para poder acceder a la evaluación final se requiere acreditar una asistencia mínima del 75% de las horas totales del módulo. La calificación de la evaluación final del curso será el resultado de las notas medias de los tres trimestres, ponderadas según los porcentajes de los RAs y Criterios de evaluación desarrollados en cada trimestre. Teniendo en cuenta que:

Se requiere acreditar una asistencia mínima del 75% de las horas totales del módulo.

Se requiere superar todos los RAs del módulo, caso contrario la calificación máxima

a obtener será de 4. La nota de la recuperación o valor de los CE no superadas (o de subir nota) sustituye a la nota primera.

7.3. RECUPERACIÓN

En el caso de que el alumnado no alcance algunos de los RA, se le irá reforzando durante el periodo estimado con materiales y explicaciones docentes que le ayuden a alcanzar al alumnado los mismos, debiendo realizar aquellas actividades consideradas de refuerzo que la docente estime necesarias para tal caso, así como aquellas actividades calificativas, en las que no haya conseguido demostrar que ha adquirido el CE.

Si el alumnado desea mejorar la nota en algunos de los criterios de evaluación se le

Código	Rev.	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 44 de 46
MD850402	9	21/10/25	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

ofrecerá la posibilidad de hacerlo. En ese caso se reforzará al alumnado durante el periodo estimado con materiales y explicaciones docentes, debiendo realizar aquellas actividades para la ampliación de contenidos y que doten de la posibilidad de aumentar la calificación.

8. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

La diversidad está presente en todos los colectivos sociales. El reto de los centros educativos y del profesorado en relación con el alumnado que atienden, es proporcionar el desarrollo de las capacidades en función de sus características diferenciales.

Es una realidad que los alumnos/as del grupo-clase se diferencian en cuanto a sus capacidades, conocimientos previos, motivaciones e intereses. Por ello en el aula, existen alumnos/as que van a presentar distintas necesidades educativas.

La LOMLOE, entiende por alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo (NEAE) a aquel alumnado, que requiera una atención educativa diferente a la ordinaria, por presentar necesidades educativas especiales, por dificultades específicas de aprendizaje, TDAH, por sus altas capacidades intelectuales, por haberse incorporado tarde al sistema educativo, o por condiciones personales o de historia escolar.

El alumnado con necesidades educativas especiales, es aquel alumnado con discapacidad o trastornos graves de conducta.

Los principios de actuación con estos alumnos/as son la no discriminación y la normalización educativa, a fin de lograr la igualdad de oportunidades para todos.

En esta programación se van a adoptar una serie de medidas para atender a los diferentes ritmos de aprendizaje del alumnado y al alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo (NEAE)

Alumnos de admisión tardía:

Si la incorporación tardía se debe a motivos justificados, en la medida de lo posible se

volverá explicar la materia que más dificultades presente, intentando no retrasar al resto del grupo.

El alumno debe de realizar un esfuerzo para incorporarse al ritmo general de clase y podrá realizar las pruebas de evaluación y trabajos en grupo/supuestos prácticos/ejercicios que tuvieran lugar antes de su incorporación.

Código	Rev.	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 45 de 46
MD850402	9	21/10/25	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	

Si la incorporación tardía no se debe a motivos justificados, se aplicarán los criterios de evaluación de este módulo comunes para todo el alumnado.

Alumnos con necesidades educativas especiales:

En la evaluación inicial no se han detectado casos de necesidades educativas especiales. De existir, la evaluación se realizará tomando como referencia los criterios de evaluación establecidos y valorando las recomendaciones que por parte del Departamento de Orientación pudieran dictar Alumnos con compatibilidad laboral y/o modularidad:

La asistencia a clase es absolutamente obligatoria para todo el alumnado.

Según el Plan de Centro, en el capítulo III sobre la asistencia a clase, artículo 16 recoge que por motivos distintos a las faltas por enfermedad o por cumplimiento de un deber cívico, sólo

podrán justificarse un total de quince horas de ausencia. Por tanto, la compatibilidad laboral queda

reducida a lo establecido en el Plan de Centro.

Alumnos con altas capacidades

Se plantearán actividades extras, con la que el alumno estará ocupado y aprendiendo en clase, sirviendo para asegurarse la máxima calificación.

Se intentará involucrar a estos alumnos para ayudar a sus compañeros de clase en las actividades en las que demuestren mayor habilidad y de este modo fomentar el aprendizaje cooperativo.

Código	Rev.	Fecha Implantación	Entregar a:	Página 46 de 46
MD850402	9	21/10/25	Jefa/e depto. → Jefatura estudios	