

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

Código	Centro	Concello	Ano académico
36013448	Manuel Antonio	Vigo	2023/2024

**Ciclo formativo**

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
INA	Industrias alimentarias	CMINA03	Elaboración de produtos alimentarios	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
MP0146	Venda e comercialización de produtos alimentarios	2023/2024	0	70	0

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

**Profesorado responsable**

Profesorado asignado ao módulo	FRANCISCO VÁZQUEZ DURÁN
Outro profesorado	

Estado: Supervisada

## 2. Resultados de aprendizaxe e criterios de avaliación

### 2.1. Primeira parte da proba

#### 2.1.1. Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultados de aprendizaxe do currículo
RA1 - Establece os prezos dos produtos alimentarios elaborados, para o que analiza os custos e os beneficios.
RA2 - Aplica as técnicas de venda en relación coas canles de comercialización.
RA3 - Realiza a operación de venda, e xustifica as fases e as variables que interveñen.
RA4 - Atende a clientela, e describe as técnicas de comunicación empregadas.
RA5 - Resolve queixas e reclamacións, e valora as súas implicacións na satisfacción da clientela.

#### 2.1.2. Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos resultados de aprendizaxe por parte do alumnado

Criterios de avaliación do currículo
CA1.1 Identifícanse os tipos de custo.
CA1.2 Determináronse as variables que interveñen no custo e no beneficio.
CA1.3 Realizouse o escandallo do produto elaborado.
CA1.4 Interpretáronse as fórmulas e os conceptos de xuro, desconto e marxe comercial.
CA1.5 Fixouse o prezo dun produto cun beneficio establecido.
CA1.6 Actualizáronse os prezos a partir da variación dos custos.
CA1.7 Identifícanse os condicionantes dos prezos de venda dos produtos alimentarios.

**Crterios de avaliación do currículo**

CA2.1 Identifícanse os catro elementos da mercadotecnia: prezo, lugar, promoción e produto.

CA2.2 Identifícanse as características dos produtos, a súa diferenciación, a imaxe de marca, e o posicionamento da empresa e da competencia.

CA2.3 Analizáronse e caracterizáronse as principais canles de comercialización para os produtos alimentarios.

CA2.4 Especificouse a documentación necesaria da operación de venda.

CA2.5 Recoñecéronse os sistemas de comunicación presencial e non presencial, con aplicación das técnicas que facilitan a empatía coa clientela.

CA2.6 Recoñecéronse as variables que interveñen na conduta e na motivación da compra por parte da clientela.

CA2.7 Identificouse a tipoloxía da clientela e as súas necesidades de compra.

CA2.8 Adaptáronse as técnicas de venda ao medio de comunicación empregado (presencial, teléfono, internet, televisión interactiva, telefonía móbil, correo postal, correo electrónico, etc.).

CA2.9 Realizouse a promoción do produto adaptada a cada medio de comunicación.

CA3.1 Enumeráronse as fases da operación de venda.

CA3.2 Describíronse as variables que interveñen no prezo de venda.

CA3.3 Calculouse o xuro de aprazamento, as cotas de pagamento e o prezo da operación segundo as condicións do proceso pactado.

CA3.4 Calculáronse os descontos, o prezo de venda total e as marxes comerciais en función das condicións de pagamento e os impostos que gravan a operación de venda.

CA3.5 Describíronse os principais tipos de contratos de compravenda no sector alimentario.

CA3.6 Identificouse e formalizouse a documentación asociada ao cobramento e ao pagamento.

CA3.7 Describiuse o proceso de anulación de operacións de cobramento.

CA3.8 Recoñeceuse o potencial das novas tecnoloxías como elemento de consulta e apoio.

CA4.1 Describíronse as variables que inflúen no proceso de atención á clientela.

Crterios de avaliación do currículo
CA4.2 Describiuse a forma e actitude na atención e no asesoramento á clientela.
CA4.3 Explicáronse as técnicas de venda básicas para captar a atención e espertar o interese en función do tipo de cliente.
CA4.4 Seleccionáronse os argumentos axeitados ante as obxeccións formuladas pola clientela.
CA4.5 Analizáronse as estratexias para identificar a satisfacción da clientela.
CA4.6 Describíronse as técnicas que potencien o vínculo coa clientela.
CA4.7 Valorouse o potencial das novas tecnoloxías na atención á clientela, así como na procura de nova clientela.
CA4.8 Realizáronse conversas curtas de atención a clientes doutros países nos idiomas portugués, francés, italiano e inglés.
CA5.1 Identificáronse as técnicas para prever e resolver conflitos.
CA5.2 Describíronse as técnicas utilizadas para afrontar queixas e reclamacións da clientela.
CA5.3 Recoñeceuse o proceso que se debe seguir ante unha reclamación.
CA5.4 Identificáronse os elementos formais que contextualizan unha reclamación.
CA5.5 Identificouse a documentación asociada ás reclamacións.
CA5.6 Analizáronse as consecuencias dunha reclamación non resolta.
CA5.7 Valorouse a importancia do servizo posvenda nos procesos comerciais.

## 2.2. Segunda parte da proba

### 2.2.1. Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultados de aprendizaxe do currículo
RA1 - Establece os prezos dos produtos alimentarios elaborados, para o que analiza os custos e os beneficios.

Resultados de aprendizaxe do currículo
RA2 - Aplica as técnicas de venda en relación coas canles de comercialización.
RA3 - Realiza a operación de venda, e xustifica as fases e as variables que interveñen.
RA4 - Atende a clientela, e describe as técnicas de comunicación empregadas.
RA5 - Resolve queixas e reclamacións, e valora as súas implicacións na satisfacción da clientela.

### 2.2.2. Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos resultados de aprendizaxe por parte do alumnado

Criterios de avaliación do currículo
CA1.1 Identifícanse os tipos de custo.
CA1.2 Determináronse as variables que interveñen no custo e no beneficio.
CA1.3 Realizouse o escandallo do produto elaborado.
CA1.4 Interpretáronse as fórmulas e os conceptos de xuro, desconto e marxe comercial.
CA1.5 Fixouse o prezo dun produto cun beneficio establecido.
CA1.6 Actualizáronse os prezos a partir da variación dos custos.
CA1.7 Identifícanse os condicionantes dos prezos de venda dos produtos alimentarios.
CA2.1 Identifícanse os catro elementos da mercadotecnia: prezo, lugar, promoción e produto.
CA2.2 Identifícanse as características dos produtos, a súa diferenciación, a imaxe de marca, e o posicionamento da empresa e da competencia.
CA2.3 Analizáronse e caracterizáronse as principais canles de comercialización para os produtos alimentarios.
CA2.4 Especificouse a documentación necesaria da operación de venda.
CA2.5 Recoñecéronse os sistemas de comunicación presencial e non presencial, con aplicación das técnicas que facilitan a empatía coa clientela.

Crterios de avaliación do currículo
CA2.6 Recoñecéronse as variables que interveñen na conduta e na motivación da compra por parte da clientela.
CA2.7 Identificouse a tipoloxía da clientela e as súas necesidades de compra.
CA2.8 Adaptáronse as técnicas de venda ao medio de comunicación empregado (presencial, teléfono, internet, televisión interactiva, telefonía móbil, correo postal, correo electrónico, etc.).
CA2.9 Realizouse a promoción do produto adaptada a cada medio de comunicación.
CA3.1 Enumeráronse as fases da operación de venda.
CA3.2 Descríbóronse as variables que interveñen no prezo de venda.
CA3.3 Calculouse o xuro de aprazamento, as cotas de pagamento e o prezo da operación segundo as condicións do proceso pactado.
CA3.4 Calculáronse os descontos, o prezo de venda total e as marxes comerciais en función das condicións de pagamento e os impostos que gravan a operación de venda.
CA3.5 Descríbóronse os principais tipos de contratos de compravenda no sector alimentario.
CA3.6 Identificouse e formalizouse a documentación asociada ao cobramento e ao pagamento.
CA3.7 Descríbiuse o proceso de anulación de operacións de cobramento.
CA3.8 Recoñeceuse o potencial das novas tecnoloxías como elemento de consulta e apoio.
CA4.1 Descríbóronse as variables que inflúen no proceso de atención á clientela.
CA4.2 Descríbiuse a forma e actitude na atención e no asesoramento á clientela.
CA4.3 Explicáronse as técnicas de venda básicas para captar a atención e despertar o interese en función do tipo de cliente.
CA4.4 Seleccionáronse os argumentos axeitados ante as obxeccións formuladas pola clientela.
CA4.5 Analizáronse as estratexias para identificar a satisfacción da clientela.
CA4.6 Descríbóronse as técnicas que potencien o vínculo coa clientela.

**Cráterios de avaliación do currículo**

CA4.7 Valorouse o potencial das novas tecnoloxías na atención á clientela, así como na procura de nova clientela.

CA4.8 Realizáronse conversas curtas de atención a clientes doutros países nos idiomas portugués, francés, italiano e inglés.

CA5.1 Identificáronse as técnicas para prever e resolver conflitos.

CA5.2 Descríbíronse as técnicas utilizadas para afrontar queixas e reclamacións da clientela.

CA5.3 Recoñeceuse o proceso que se debe seguir ante unha reclamación.

CA5.4 Identificáronse os elementos formais que contextualizan unha reclamación.

CA5.5 Identificouse a documentación asociada ás reclamacións.

CA5.6 Analizáronse as consecuencias dunha reclamación non resolta.

CA5.7 Valorouse a importancia do servizo posvenda nos procesos comerciais.

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

Cráterios de cualificación: A primeira parte da proba cualifícase de de cero a dez puntos. Para a súa superación as persoas candidatas deberán obter unha puntuación igual ou superior a cinco puntos. A proba poderá consistir en cuestións tipo test (una solución correcta) e/ ou en preguntas de desenvolvemento de diferente extensión (neste caso especificarase na proba escrita a puntuación correspondente a cada apartado). Para as cuestións tipo test a puntuación será o resultado da aplicación da seguinte fórmula:

$$[(n^{\circ} \text{ acertos} - (n^{\circ} \text{ erros} / 2)) / n^{\circ} \text{ preguntas}] \times 10$$

As persoas aspirantes que superaran a primeira parte da proba realizarán a segunda, que tamén terá carácter eliminatorio e consistirá no desenvolvemento de un ou varios supostos prácticos. Para obter a cualificación positiva na segunda proba esixírase unha valoración de ao menos 5 puntos sobre 10.

A cualificación final correspondente da proba de cada módulo profesional será a media aritmética das cualificacións obtidas en cada unha das partes, expresada con números enteiros, redondeada á unidade máis



próxima.

No caso das persoas aspirantes que suspendan a segunda parte da proba, a puntuación máxima que poderá asignarse será de catro puntos.

#### 4. Características da proba e instrumentos para o seu desenvolvemento

##### 4.a) Primeira parte da proba

Proba teórica con preguntas tipo test e/ou preguntas de diferente extensión

Será requisito imprescindible para realizar a proba teórica presentarse co seguinte material:

- Bolígrafo azul
- Calculadora científica

##### 4.b) Segunda parte da proba

Suposto práctico.

Será requisito imprescindible para realizar a proba práctica presentarse co seguinte material:

- Bolígrafo azul
- Calculadora científica