

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	CMINA01	Panadería, repostería e confeitaría	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
MP0032	Presentación e venda de produtos de panadería e pastelería	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	RUTH VÁZQUEZ MARTÍNEZ, SONIA MARÍA CABANAS ARIAS
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión inspector

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 - Fixa os prezos dos produtos elaborados e das ofertas, tras analizar custos e beneficios.
RA2 - Confecciona ofertas en función da estacionalidade e do tipo de servizo ou de establecemento.
RA3 - Expón os produtos elaborados en vitrinas, e describe as técnicas de escaparatismo aplicadas.
RA4 - Pecha a operación de venda, e analiza os procedementos de rexistro e cobramento.
RA5 - Atende a clientela e caracteriza as técnicas de comunicación aplicadas.
RA6 - 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 Identificáronse os tipos de custos.
CA1.2 Determináronse as variables que interveñen no custo e no beneficio.
CA1.3 Realizouse o escandallo do produto.
CA1.4 Interpretáronse as fórmulas e os conceptos de xuro, desconto e marxe comercial.
CA1.5 Describiuse o método para calcular os custos de produción.
CA1.6 Fixouse o prezo dun produto cun beneficio establecido.

Crterios de avaliación do currículo
CA1.7 Actualizáronse os prezos a partir da variación dos custos.
CA2.1 Analizáronse os tipos de ofertas.
CA2.2 Identificáronse os tipos de servizos.
CA2.3 Describíronse os tipos de establecementos.
CA2.4 Confeccionáronse ofertas atendendo á información subministrada.
CA2.5 Adaptáronse as características das ofertas ao tipo de establecemento e aos seus obxectivos económicos.
CA3.1 Analizáronse as características dos expositores e das vitrinas.
CA3.2 Identificouse o efecto producido na clientela polo xeito de colocar os produtos.
CA3.3 Identificáronse os parámetros físicos e comerciais que determinan a colocación dos produtos.
CA3.4 Renovouse o expositor en función da estacionalidade.
CA3.5 Rotouse a presentación dos produtos para captar o interese da clientela.
CA3.6 Analizáronse os elementos e os materiais de comunicación comercial.
CA3.7 Analizouse a localización dos materiais de comunicación comercial no punto de venda.
CA3.8 Realizouse o esbozo ou o modelo gráfico publicitario.
CA3.9 Situáronse os carteis e os prezos de xeito que capten a atención das persoas potencialmente consumidoras.
CA3.10 Definíronse os criterios de composición e montaxe do escaparate.
CA4.1 Enumeráronse as linguaxes de codificación de prezos.
CA4.2 Explicouse o funcionamento do terminal do punto de venda.

Crterios de avaliación do currículo

CA4.3 Identificáronse as fases das operacións de arqueo e pechamento de caixa, e xustificáronse as desviacións.

CA4.4 Identificouse a validez de cheques, obrigas de pagamento, tarxetas de crédito ou de débito, tarxetas de empresa, efectivo ou pagamento realizado a través de internet.

CA4.5 Identificouse a validez de vales, descontos, bonos e tarxetas de empresa relacionados con campañas promocionais.

CA4.6 Describiuse o proceso de anulación de operacións de cobramento.

CA4.7 Formalizouse a documentación asociada ao cobramento.

CA4.8 Recoñeceuse o potencial das novas tecnoloxías como elemento de consulta e apoio.

CA5.1 Describíronse os parámetros que caracterizan a atención á clientela.

CA5.2 Describíronse as técnicas de comunicación.

CA5.3 Recoñecéronse os erros que se cometen máis comunmente na comunicación.

CA5.4 Describíronse a forma e a actitude na atención e no asesoramento á clientela.

CA5.5 Identificouse a tipoloxía da clientela e as súas necesidades de compra.

CA5.6 Explicáronse as técnicas de venda básicas para captar a atención e despertar o interese en función do tipo de clientela.

CA5.7 Seleccionáronse os argumentos adecuados ante as obxeccións formuladas pola clientela.

CA5.8 Analizáronse as estratexias para identificar a satisfacción da clientela.

CA6.1 Identificáronse as técnicas para prever conflitos.

CA6.2 Detectouse a natureza do conflito ou da reclamación.

CA6.3 Describíronse as técnicas utilizadas para afrontar queixas e reclamacións da clientela.

CA6.4 Identificouse o proceso para seguir ante unha reclamación.

Crterios de avaliación do currículo

CA6.5 Aplicáronse as técnicas de comportamento asertivo, resolutivo e positivo.

CA6.6 Identificouse a documentación asociada ás reclamacións.

CA6.7 Analizáronse as consecuencias dunha reclamación non resolta.

CA6.8 Identificáronse os elementos formais que contextualizan unha reclamación.

2.2. Segunda parte da proba**2.2.1. Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan****Resultados de aprendizaxe do currículo**

RA1 - Fixa os prezos dos produtos elaborados e das ofertas, tras analizar custos e beneficios.

RA2 - Confecciona ofertas en función da estacionalidade e do tipo de servizo ou de establecemento.

RA3 - Expón os produtos elaborados en vitrinas, e describe as técnicas de escaparatismo aplicadas.

RA4 - Pecha a operación de venda, e analiza os procedementos de rexistro e cobramento.

RA5 - Atende a clientela e caracteriza as técnicas de comunicación aplicadas.

RA6 - Resolve queixas e reclamacións, e valora as súas implicacións na satisfacción da clientela.

2.2.2. Crterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos resultados de aprendizaxe por parte do alumnado**Crterios de avaliación do currículo**

CA1.1 Identificáronse os tipos de custos.

CA1.2 Determináronse as variables que interveñen no custo e no beneficio.

Crterios de avaliación do currículo
CA1.3 Realizouse o escandallo do produto.
CA1.4 Interpretáronse as fórmulas e os conceptos de xuro, desconto e marxe comercial.
CA1.5 Describiuse o método para calcular os custos de produción.
CA1.6 Fixouse o prezo dun produto cun beneficio establecido.
CA1.7 Actualizáronse os prezos a partir da variación dos custos.
CA2.1 Analizáronse os tipos de ofertas.
CA2.2 Identificáronse os tipos de servizos.
CA2.3 Describíronse os tipos de establecementos.
CA2.4 Confeccionáronse ofertas atendendo á información subministrada.
CA2.5 Adaptáronse as características das ofertas ao tipo de establecemento e aos seus obxectivos económicos.
CA3.1 Analizáronse as características dos expositores e das vitrinas.
CA3.2 Identificouse o efecto producido na clientela polo xeito de colocar os produtos.
CA3.3 Identificáronse os parámetros físicos e comerciais que determinan a colocación dos produtos.
CA3.4 Renovouse o expositor en función da estacionalidade.
CA3.5 Rotouse a presentación dos produtos para captar o interese da clientela.
CA3.6 Analizáronse os elementos e os materiais de comunicación comercial.
CA3.7 Analizouse a localización dos materiais de comunicación comercial no punto de venda.
CA3.8 Realizouse o esbozo ou o modelo gráfico publicitario.

Crterios de avaliación do currículo

CA3.9 Situáronse os carteis e os prezos de xeito que capten a atención das persoas potencialmente consumidoras.

CA3.10 Definíronse os criterios de composición e montaxe do escaparate.

CA4.1 Enumeráronse as linguaxes de codificación de prezos.

CA4.2 Explicouse o funcionamento do terminal do punto de venda.

CA4.3 Identificáronse as fases das operacións de arqueo e pechamento de caixa, e xustificáronse as desviacións.

CA4.4 Identificouse a validez de cheques, obrigas de pagamento, tarxetas de crédito ou de débito, tarxetas de empresa, efectivo ou pagamento realizado a través de internet.

CA4.5 Identificouse a validez de vales, descontos, bonos e tarxetas de empresa relacionados con campañas promocionais.

CA4.6 Describiuse o proceso de anulación de operacións de cobramento.

CA4.7 Formalizouse a documentación asociada ao cobramento.

CA4.8 Recoñeceuse o potencial das novas tecnoloxías como elemento de consulta e apoio.

CA5.1 Describíronse os parámetros que caracterizan a atención á clientela.

CA5.2 Describíronse as técnicas de comunicación.

CA5.3 Recoñecéronse os erros que se cometen máis comunmente na comunicación.

CA5.4 Describíronse a forma e a actitude na atención e no asesoramento á clientela.

CA5.5 Identificouse a tipoloxía da clientela e as súas necesidades de compra.

CA5.6 Explicáronse as técnicas de venda básicas para captar a atención e espertar o interese en función do tipo de clientela.

CA5.7 Seleccionáronse os argumentos adecuados ante as obxeccións formuladas pola clientela.

CA5.8 Analizáronse as estratexias para identificar a satisfacción da clientela.

Crterios de avaliación do currículo

CA6.1 Identificáronse as técnicas para prever conflitos.

CA6.2 Detectouse a natureza do conflito ou da reclamación.

CA6.3 Descríronse as técnicas utilizadas para afrontar queixas e reclamacións da clientela.

CA6.4 Identificouse o proceso para seguir ante unha reclamación.

CA6.5 Aplicáronse as técnicas de comportamento asertivo, resolutivo e positivo.

CA6.6 Identificouse a documentación asociada ás reclamacións.

CA6.7 Analizáronse as consecuencias dunha reclamación non resolta.

CA6.8 Identificáronse os elementos formais que contextualizan unha reclamación.

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

Os mínimos esixibles quedan expresados, en cada unha das partes da proba, mediante os criterios de avaliación indicados no apartado 2.b.

As probas cualificaranse de 0 a 10 puntos cada unha e para a superación das mesmas deberase obter unha puntuación igual ou superior a 5 puntos en cada unha das partes. Estas probas terán carácter eliminatorio.

Aquelas persoas que non superen a primeira parte da proba serán cualificadas cun 0 na segunda parte. En todo caso, aquelas persoas que suspendan a segunda parte da proba a puntuación máxima que lle será asignada será de 4 puntos.

4. Características da proba e instrumentos para o seu desenvolvemento**4.a) Primeira parte da proba**

Será unha proba escrita que terá como referente os criterios de avaliación que se mencionan no apartado 2 e estará formada por un mínimo de 50 - 75 preguntas tipo test e non máis de 10 preguntas de desenvolvemento curto.

Na parte das preguntas tipo test descontarán as mal contestadas, non así as que se deixen en branco nin as preguntas curtas.

Nesta proba tamén deberá demostrarse o dominio das normas de ortografía e gramática.

Instrumentos para o desenvolvemento: para a realización desta proba o alumnado virá provisto de calculadora, bolígrafo azul ou negro.

4.b) Segunda parte da proba

Esta proba terá como referente os criterios de avaliación que se indicaron no apartado 2 e estará formada por un mínimo de 10 supostos prácticos e situacións de simulación de escenas reais onde o candidato demostrará:

- O dominio das técnicas de venda
- A atención ó cliente
- Establecemento de custos.
- Confección de ofertas de produtos en base a condicións previamente establecidas.
- Realización de esbozos de carteis ou outros elementos de comunicación comercial, así como de composición e montaxe de escaparates e presentación de produtos.

Instrumentos para o desenvolvemento: para a realización da proba o alumnado virá provisto de calculadora, bolígrafo azul ou negro.