

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

Código	Centro	Concello	Ano académico
15023466	Lamas de Abade	Santiago de Compostela	2017/2018

Ciclo formativo

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
SAN	Sanidade	CMSAN02	Farmacia e parafarmacia	Ciclos formativos de grao medio	Réxime de proba libre

Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (*)

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesiões semanais	Horas anuais	Sesiões anuais
MP0099	Disposición e venda de produtos	2017/2018	0	107	0

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

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	AMPARO SOUTO HERNÁNDEZ, MARÍA BELÉN REY NIMO
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 - Aplica técnicas de atención a persoas usuarias utilizando procedementos e protocolos de comunicación, e describe estes procedementos.
RA2 - Executa actividades de venda de produtos farmacéuticos e parafarmacéuticos tendo en conta as fases dun proceso de venda, e describe esas fases.
RA3 - Organiza os produtos farmacéuticos e de parafarmacia no punto de venda aplicando técnicas de merchandising.
RA4 - Atende reclamacións presentadas pola poboación usuaria, e recoñece e aplica criterios e procedementos de actuación.

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 conceptos, elementos, barreiras, factores modificadores e tipos de comunicación.
CA1.2 Analizáronse os tipos de linguaxe, así como as técnicas e as estratexias para unha boa comunicación.
CA1.3 Valorouse a importancia da cortesía, a amabilidade, o respecto, a discreción, a cordialidade e o idioma do usuario, para favorecer a relación cos clientes.
CA1.4 Establecéronse as habilidades persoais e sociais que cumpra desenvolver para lograr unha perfecta comunicación.
CA1.5 Distinguíronse os elementos fundamentais para transmitir a imaxe da empresa como un departamento de atención á poboación usuaria.
CA1.6 Simulouse a obtención da información necesaria en diversas situacións de hipotéticas persoas usuarias.
CA1.7 Analizouse o comportamento de diferentes tipos de persoas en supostos debidamente caracterizados.
CA1.8 Definíronse as características da información (inmediatez e precisión) e do asesoramento (claridade e exactitude).
CA1.9 Describíronse as fases da atención ás persoas usuarias segundo o plan de acción definido.
CA2.1 Analizáronse as calidades e as actitudes que debe desenvolver o persoal vendedor cara á empresa (márketing interno) e cara á poboación usuaria.
CA2.2 Identificouse a tipoloxía das persoas usuarias, as súas motivacións e as súas necesidades de compra.
CA2.3 Describiuse a importancia do coñecemento das características do produto por parte do persoal vendedor.
CA2.4 Determináronse as liñas de actuación na venda segundo o plan de acción establecido pola empresa.
CA2.5 Desenvolvéronse as fases dun proceso de venda (captar a atención, provocar o interese, espertar o desexo e mover á acción).
CA2.6 Relacionouse o concepto de márketing coa satisfacción dos desexos da poboación consumidora, en función da localización da empresa.
CA2.7 Valoráronse como facilitadores no proceso de decisión de compra a información, o asesoramento, o ambiente acolledor, a educación, a comunicación e as habilidades sociais do persoal vendedor.
CA2.8 Definiuse a importancia de manter actualizado o ficheiro de persoas usuarias para a aplicación do plan de fidelización, empregando as ferramentas informáticas establecidas.
CA3.1 Identificouse a relación libre e persoal que se establece entre as persoas usuarias e os produtos expostos segundo a organización, a colocación, a decoración e a iluminación.



Criterios de avaliación do currículo
CA3.2 Clasifícanse os produtos farmacéuticos e de parafarmacia segundo a súa utilidade, consonte a normativa.
CA3.3 Establecéronse os parámetros físicos e comerciais que determinan a colocación dos produtos (puntos quentes) nos niveis do lineal (moblaxe).
CA3.4 Desenvolvéronse procedementos de etiquetaxe e elaboráronse elementos publicitarios de apoio para a información sobre os produtos.
CA3.5 Valorouse a importancia de reposición das existencias de acordo co procedemento establecido pola empresa.
CA3.6 Analizáronse as vantaxes e desvantaxes dos sistemas antifurto.
CA3.7 Descríbense os tipos de embalaxe e empaquetaxe segundo o produto, as súas características e a imaxe que queira transmitir a empresa.
CA3.8 Valoráronse as propostas que o persoal vendedor poida achegar baseándose na información compilada acerca das demandas e das suxestións de hipotéticas persoas usuarias.
CA4.1 Tipificouse a actitude, a postura e o interese que se deban adoptar ante queixas e reclamacións, utilizando un estilo asertivo para informar as persoas usuarias.
CA4.2 Desenvolvéronse as técnicas que se utilizan para a resolución de conflitos e reclamacións.
CA4.3 Recoñecéronse os aspectos das reclamacións en que incida a lexislación.
CA4.4 Describiuse o procedemento para a presentación de reclamacións.
CA4.5 Identificáronse as alternativas ao procedemento que se lle poidan ofrecer ás persoas usuarias ante reclamacións de doado arranxo.
CA4.6 Valorouse a importancia que teñen para o control de calidade do servizo os sistemas de información manuais e informáticos que organizan a información.
CA4.7 Estableceuse a información rexistrada do seguimento posvenda, de incidencias, de peticións e de reclamacións de persoas usuarias, como indicadores para mellorar a calidade do servizo prestado e aumentar a fidelización.

2.2. Segunda parte da proba

2.2.1. Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultados de aprendizaxe do currículo
RA1 - Aplica técnicas de atención a persoas usuarias utilizando procedementos e protocolos de comunicación, e describe estes procedementos.
RA2 - Executa actividades de venda de produtos farmacéuticos e parafarmacéuticos tendo en conta as fases dun proceso de venda, e describe esas fases.
RA3 - Organiza os produtos farmacéuticos e de parafarmacia no punto de venda aplicando técnicas de merchandising.
RA4 - Atende reclamacións presentadas pola poboación usuaria, e recoñece e aplica criterios e procedementos de actuación.

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 Identificáronse conceptos, elementos, barreiras, factores modificadores e tipos de comunicación.
CA1.2 Analizáronse os tipos de linguaxe, así como as técnicas e as estratexias para unha boa comunicación.
CA1.3 Valorouse a importancia da cortesía, a amabilidade, o respecto, a discreción, a cordialidade e o idioma do usuario, para favorecer a relación cos clientes.



Criterios de avaliación do currículo
CA1.4 Establecéronse as habilidades persoais e sociais que cumpra desenvolver para lograr unha perfecta comunicación.
CA1.5 Distinguíronse os elementos fundamentais para transmitir a imaxe da empresa como un departamento de atención á poboación usuaria.
CA1.6 Simulouse a obtención da información necesaria en diversas situacións de hipotéticas persoas usuarias.
CA1.7 Analizouse o comportamento de diferentes tipos de persoas en supostos debidamente caracterizados.
CA1.8 Definíronse as características da información (inmediatez e precisión) e do asesoramento (claridade e exactitude).
CA1.9 Descríbóronse as fases da atención ás persoas usuarias segundo o plan de acción definido.
CA2.1 Analizáronse as calidades e as actitudes que debe desenvolver o persoal vendedor cara á empresa (márketing interno) e cara á poboación usuaria.
CA2.2 Identificouse a tipoloxía das persoas usuarias, as súas motivacións e as súas necesidades de compra.
CA2.3 Describiuse a importancia do coñecemento das características do produto por parte do persoal vendedor.
CA2.4 Determináronse as liñas de actuación na venda segundo o plan de acción establecido pola empresa.
CA2.5 Desenvolvéronse as fases dun proceso de venda (captar a atención, provocar o interese, espertar o desexo e mover á acción).
CA2.6 Relacionouse o concepto de márketing coa satisfacción dos desexos da poboación consumidora, en función da localización da empresa.
CA2.7 Valoráronse como facilitadores no proceso de decisión de compra a información, o asesoramento, o ambiente acolledor, a educación, a comunicación e as habilidades sociais do persoal vendedor.
CA2.8 Definiuse a importancia de manter actualizado o ficheiro de persoas usuarias para a aplicación do plan de fidelización, empregando as ferramentas informáticas establecidas.
CA3.1 Identificouse a relación libre e persoal que se establece entre as persoas usuarias e os produtos expostos segundo a organización, a colocación, a decoración e a iluminación.
CA3.2 Clasificáronse os produtos farmacéuticos e de parafarmacia segundo a súa utilidade, consonte a normativa.
CA3.3 Establecéronse os parámetros físicos e comerciais que determinan a colocación dos produtos (puntos quentes) nos niveis do lineal (moblaxe).
CA3.4 Desenvolvéronse procedementos de etiquetaxe e elaboráronse elementos publicitarios de apoio para a información sobre os produtos.
CA3.5 Valorouse a importancia de reposición das existencias de acordo co procedemento establecido pola empresa.
CA3.6 Analizáronse as vantaxes e desvantaxes dos sistemas antifurto.
CA3.7 Descríbóronse os tipos de embalaxe e empaquetaxe segundo o produto, as súas características e a imaxe que queira transmitir a empresa.
CA3.8 Valoráronse as propostas que o persoal vendedor poida achegar baseándose na información compilada acerca das demandas e das suxestións de hipotéticas persoas usuarias.
CA4.1 Tipificouse a actitude, a postura e o interese que se deban adoptar ante queixas e reclamacións, utilizando un estilo asertivo para informar as persoas usuarias.
CA4.2 Desenvolvéronse as técnicas que se utilizan para a resolución de conflitos e reclamacións.
CA4.3 Recoñecéronse os aspectos das reclamacións en que incida a lexislación.
CA4.4 Describiuse o procedemento para a presentación de reclamacións.
CA4.5 Identificáronse as alternativas ao procedemento que se lle poidan ofrecer ás persoas usuarias ante reclamacións de doado arranxo.



Criterios de avaliación do currículo

CA4.6 Valorouse a importancia que teñen para o control de calidade do servizo os sistemas de información manuais e informáticos que organizan a información.

CA4.7 Estableceuse a información rexistrada do seguimento posvenda, de incidencias, de peticións e de reclamacións de persoas usuarias, como indicadores para mellorar a calidade do servizo prestado e aumentar a fidelización.

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

Mínimos esixibles

Os mínimos esixibles serán os que veñen recollidos no Decreto 40/2010 do 4 de marzo, polo que se establece o currículo formativo de grao medio correspondente ao título de técnico en farmacia e parafarmacia. DOGA nº 60. Martes 30 de marzo de 2010

Criterios de cualificación

Proba teórica: O alumno deberá superar como mínimo o 50% da proba, despois de descontar os negativos. A proba constará de preguntas tipo test de resposta única. Por cada dúas das preguntas mal respostadas restarase unha correcta

Proba práctica: O alumno deberá superar o 50% da proba despois de descontar os negativos.

4. Características da proba e instrumentos para o seu desenvolvemento

4.a) Primeira parte da proba

Características da proba: Constará de unha proba con preguntas tipo test con resposta única, e valoración negativa das respostas erróneas. Por cada dúas preguntas mal contestadas restarase unha correcta. Duración da proba: dúas horas

Material para a proba: Para a realización da proba será necesario o uso de bolígrafo azul ou negro e calculadora.

Non se permitirá o uso de móbiles nin outros dispositivos electrónicos

Será necesaria a identificación mediante DNI ou pasaporte que deberá estar en todo momento a disposición do profesorado

Non se permitirá a entrada ó exame despois de efectuada a chamada pública do alumno/alumna.

4.b) Segunda parte da proba

Características da proba: Consistirá no plantexamento de supostos prácticos ou cuestións relacionados cos criterios de avaliación establecidos no currículo nos que se valorarán os coñecementos e habilidades relativos a materia. Duración da proba: dúas horas

Material para a proba: Para a realización da proba será necesario o uso de bolígrafo azul ou negro e calculadora. Non se permitirá o uso de móbiles nin outros dispositivos electrónicos

Será necesaria a identificación mediante DNI ou pasaporte que deberá estar en todo momento a disposición do profesorado.

Non se permitirá a entrada ó exame despois de efectuada a chamada pública do alumno/alumna.