

1. Explicación de los bloques y unidades de trabajo programados para el aprendizaje del Módulo Gestión de la Compraventa:

- La ordenación de las Unidades de trabajo se resume de la siguiente forma:

UNIDAD N°	DENOMINACIÓN	HORAS
U.T.0	Identidad Profesional y visión general del módulo.	1ªEvaluación
U.T.1.	Introducción a la Compraventa	
U.T.2.	La comunicación en las relaciones comerciales I: La comunicación oral y el lenguaje del cuerpo.	
U.T.3	La comunicación en las relaciones comerciales II: La comunicación escrita.	
U.T. 4	La negociación comercial.	2ªEvaluación
U.T.5	Análisis de los Contratos de Compraventa	
U.T.6	Archivo y Gestión de la Información	
U.T.7	Las Compras en la empresa.	
U.T.8	Las Ventas en la empresa.	3ªEvaluación
U.T.9	Planificación, Organización y selección del Equipo de Ventas.	
U.T.10	Formación y Motivación del Equipo de Ventas.	
U.T. 11	Control del Equipo de Ventas	
TOTAL DE HORAS		170

- LIBRO DE TEXTO: Gestión de la Compraventa. Formación Profesional a distancia. Ministerio de Educación y Cultura. Los alumnos fotocopiarán las Unidades de Trabajo y Actividades de Heteroevaluación.

2.- Visión general de la programación del módulo:

- Conceptos evaluables.
- Métodos y formas de evaluación.
- Calificaciones.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN: (La evaluación se realizará de conformidad con los siguientes criterios/pautas)

<u>CONTENIDOS CONCEPTUALES</u>	<u>PONDERACIÓN</u>
C1.- Comprende adecuadamente la información que recibe. C2.- Repite información recibida elaborándola con sus propias palabras. C3.- Escribe con corrección ortográfica. C4.- Redacta con precisión.	60%

<u>CONTENIDOS PROCEDIMENTALES</u>	<u>PONDERACIÓN</u>
P1.- Analiza y resuelve correctamente las actividades propuestas P2.- Se expresa con claridad y fluidez P3.- Utiliza vocabulario preciso y con propiedad. P4.- Redacta con claridad y fluidez P5.- Utiliza técnicas y procesos adecuados. P6.- Presenta documentos e informes con orden y limpieza P7.- Desarrolla habilidad en el uso de herramientas. P8.- Utiliza y conserva el material correctamente	30%

<u>CONTENIDOS ACTITUDINALES</u>	<u>PONDERACIÓN</u>
A1.- Es puntual en la entrega de trabajos. A2.- Es constante en sus tareas. A3.- Asiste con puntualidad y regularidad a clase. A4.- Muestra satisfacción por el trabajo riguroso y bien hecho. A5.- Es respetuoso con las ideas y aportaciones de otros. A6.- Es solidario con decisiones del grupo. A7.- Se integra bien en diferentes grupos. A8.- Anima y estimula a la participación en las actividades propuestas. A9.- Es crítico ante información que recibe. A10.- Tiene iniciativa ante problemas que se le plantea. A11.- Cuida los recursos que utiliza (instalaciones, equipos, bibliografía, etc.), evitando costes innecesarios y perjuicios medioambientales. A12.- Autoevalúa las actividades realizadas.	10%

EQUIVALENCIA

1-2- 3-4: INSUFICIENTE	5-6: SUFICIENTE	De 6-7: BIEN	De 7-9 NOTABLE	9-10 SOBRESALIENTE
------------------------	-----------------	--------------	----------------	-----------------------

Teniendo en cuenta estas consideraciones, será condición indispensable para superar cada evaluación, la valoración positiva de cada uno de los apartados anteriores, así en el apartado C (conceptos) el nivel de suficiencia será de 50% y en el apartado P (procedimientos) será de 50%. En caso contrario el alumno realizará ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN.

CALENDARIO GENERAL DE ACTIVIDADES

PRIMER TRIMESTRE (13 Semanas)

Inicio del curso 19 de septiembre.

Fiestas: 12 de Octubre, 1 de Noviembre, 6,7 y 8 de Diciembre

Vacaciones: 23 de diciembre a 8 de Enero de 2006

Evaluaciones:

1ª Sin nota 24 a 26 de Octubre

1ª Con nota 19 a 21 de Diciembre (22 entrega de notas)

SEGUNDO TRIMESTRE (13 Semanas)

Incorporación 9 de Enero

Fiestas: 20 de Febrero a 26 de Febrero (Semana Carnaval)

Semana Cultural : 13 a 17 de Marzo

Vacaciones: 10 de Abril a 16 de abril

Evaluaciones:

2ª Sin nota 13 a 15 de Febrero

2ª Con nota 3 a 5 de Abril (7 entrega de notas)

TERCER TRIMESTRE (9 Semanas)

Incorporación 17 de abril

Fiestas: 30 de Mayo

Fin de curso: 16 de Junio (a determinar)

Evaluaciones:

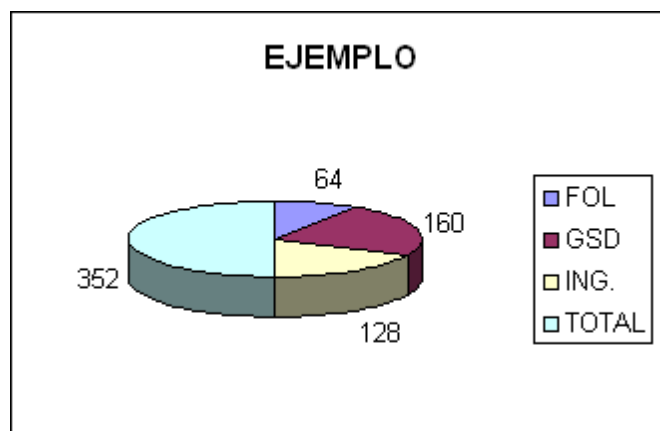
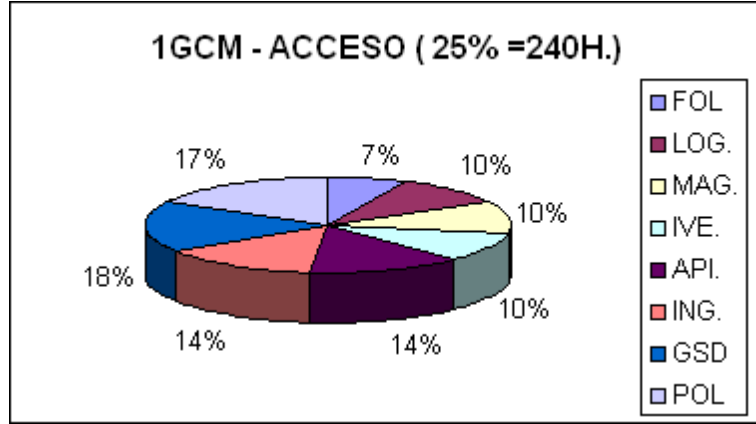
3ª sin nota 15 a 16 de Mayo

3ª con nota y entrega de notas a determinar.

Recoger sobre de matricula para 2º Curso

CRITERIOS DE PROMOCION DEL PRIMER AÑO

FOL	LOG.	MAG.	IVE.	API.	ING.	GSD	POL		
	64	96	96	96	128	128	160	160	960
6,66666667		10	10	10	13,33333333	13,33333333	16,6666667	16,6666667	240
EJEMPLO									
FOL		64							
GSD		160							
ING.		128							
TOTAL		352							



DEPARTAMENTO: COMERCIO **PROFESORA:** Antonia Recio Zárate

PROGRAMACION CORTA DEL MODULO: Gestión de la Compraventa **CICLO FORMATIVO:** Gestión Comercial y Marketing **EVALUACION:** 1ª Septiembre-Diciembre 2005

U.T.O: IDENTIDAD PROFESIONAL Y VISIÓN GENERAL DEL MÓDULO

U.T.1: Introducción a la compraventa.

U.T.2: La comunicación en las relaciones comerciales I. La comunicación Oral y el Lenguaje del cuerpo.

U.T.3: La comunicación en las relaciones comerciales II. La comunicación escrita.

U.T.4: La Negociación Comercial

CAPACIDADES TERMINALES:

5.2: Analizar y aplicar procesos y métodos adecuados en la negociación de las operaciones de compraventa.

5.3: Aplicar técnicas de comunicación de calidad en el desarrollo de relaciones comerciales.

1.U.T. N °	CC.TT.	CRITERIOS DE EVALUACION (NÚMEROS)	INTRUMENTOS DE EVALUACION	PAUTAS DE EVALUACION	1.4 PONDERACION
0		Se trabaja la actividad inicial sobre posición en el mercado de trabajo, necesidad de formación del profesional de la compraventa y actividades de inteligencia emocional			Conceptos: 60%
1 y2	5.3	13- Identificar la importancia y función de la coherencia comunicativa en la empresa. 14- Aplicar técnicas de autoconocimiento y desarrollo personal en el ejercicio de las relaciones comerciales. 15- Identificar las innovaciones tecnológicas que aparecen en los procesos de comunicación. 16- Definir las técnicas más utilizadas de comunicación aplicables en situaciones de información y atención a clientes, con criterios de calidad total. 18- En una supuesta conversación telefónica con un cliente/proveedor: <ul style="list-style-type: none"> . Identificarse e identificar al interlocutor observando las debidas normas de protocolo. . Adaptar su actitud y discurso a la situación de la que se parte. . Controlar la claridad y la precisión en la transmisión de la información. 19- Dado un tema concreto para exponer, relativo al sector comercial: <ul style="list-style-type: none"> . Expresarlo de forma oral delante de un grupo o en una relación de comunicación en la que intervienen dos interlocutores. 	Actividades (iniciales, de adiestramiento, de aplicación): Producciones orales (grabación en video) Trabajo en equipo Trabajo individual Utilización aplicaciones informáticas y operatoria de teclados. Transparencias Páginas Webs Pruebas: Respuesta abierta Resolución de ejercicios	Contenidos conceptuales: C1, C2, C4 Contenidos procedimentales: P1,P3,P5,P6,P7 Contenidos actitudinales: A1,A2,A3,A6	Procedimientos: 30% Actitudes: 10%
3	5.3	21- A partir de un supuesto de solicitud/transmisión de información a un cliente, elaborar un escrito que observe el tratamiento adecuado y que esté redactado claramente y de forma concisa en función de su finalidad.	Observación directa: Asistencia, puntualidad, participación, respeto		
4	5.2	5- Explicar las diferentes etapas de un proceso de negociación de condiciones de compraventa. 6- Identificar y describir las técnicas de negociación más utilizadas en la compraventa. 8- Distinguir entre la acción de vender y la acción de negociar. 10- En la simulación de una entrevista o contacto con un cliente o proveedor para iniciar negociaciones: <ul style="list-style-type: none"> . Caracterizar al interlocutor para establecer las pautas de comportamiento durante el proceso de negociación. 			

	<ul style="list-style-type: none"> . Utilizar la técnica de negociación adecuada a la situación definida. 11-Definir los principales parámetros que configuran una oferta presentada a un cliente. 12-A partir de unos datos, establecer un plan de negociación de compra o venta que contemple los siguientes aspectos: <ul style="list-style-type: none"> . Estimar las necesidades, bazas y debilidades respectivas. . Identificar los principales aspectos de la negociación. . Precisar las concesiones mutuas, su coste y su valor por ambas partes. . Sintetizar la secuencia del plan. . Predecir las probables posturas del cliente o proveedor y preparar las posturas propias del vendedor o comprador. . Explicar los límites en la negociación de la compra o de la venta. -Dadas tres ofertas de proveedores en las que se expresan condiciones de compra, garantías y nivel de servicio y se definen las necesidades comerciales de la empresa compradora: Estimar las necesidades, bazas y debilidades respectivas. . Identificar los principales aspectos de la negociación. . Precisar las concesiones mutuas, su coste y su valor por ambas partes. . Sintetizar la secuencia del plan. . Predecir las probables posturas del cliente o proveedor y preparar las posturas propias del vendedor o comprador. . Explicar los límites en la negociación de la compra o de la venta. -Dadas tres ofertas de proveedores en las que se expresan condiciones de compra, garantías y nivel de servicio y se definen las necesidades comerciales de la empresa compradora: . Seleccionar aquella que, en términos comparativos, ofrece mejores condiciones y se adapta a los objetivos comerciales definidos. . Detectar en la oferta seleccionada posibles puntos a negociar.
--	--

F.P.E.

INFORME DEL PROFESORADO (PROGRAMACIÓN)	Fecha: ..24. de Octubre de 2005.
---	---

FAMILIA: COMERCIO CICLO: SUPERIOR GESTION COMERCIAL Y MARKETING
 GRUPO: 1GCM
 MÓDULO: GESTION DE LA COMPRAVENTA PROFESOR/A: Antonia Recio Zárate

1 SEGUIMIENTO DE LA PROGRAMACIÓN			
Unidad. De Trabajo	Capacidades Terminales	Criterios de Evaluación	%
1y2	5.3	13- Identificar la importancia y función de la coherencia comunicativa en la empresa. 14- Aplicar técnicas de autoconocimiento y desarrollo personal en el ejercicio de las relaciones comerciales. 15- Identificar las innovaciones tecnológicas que aparecen en los procesos de comunicación. 16- Definir las técnicas más utilizadas de comunicación aplicables en situaciones de información y atención a clientes, con criterios de calidad total. 18- En una supuesta conversación telefónica con un cliente/proveedor: . Identificarse e identificar al interlocutor observando las debidas normas de protocolo. . Adaptar su actitud y discurso a la situación de la que se parte. . Controlar la claridad y la precisión en la transmisión de la información. 19- Dado un tema concreto para exponer, relativo al sector comercial: . Expresarlo de forma oral delante de un grupo o en una relación de comunicación en la que intervienen dos interlocutores.	100 100 100 100 Se está trabajando Se está trabajando
3	5.3	21- A partir de un supuesto de solicitud/transmisión de información a un cliente, elaborar un escrito que observe el tratamiento adecuado y que esté redactado claramente y de forma concisa en función de su finalidad.	
4	5.2	5- Explicar las diferentes etapas de un proceso de negociación de condiciones de compraventa. 6- Identificar y describir las técnicas de negociación más utilizadas en la compraventa. 8- Distinguir entre la acción de vender y la acción de negociar. 10- En la simulación de una entrevista o contacto con un cliente o proveedor para iniciar negociaciones: . Caracterizar al interlocutor para establecer las pautas de comportamiento durante el proceso de negociación. . Utilizar la técnica de negociación adecuada a la situación definida. 11- Definir los principales parámetros que configuran una oferta presentada a un cliente.	

		<p>12- A partir de unos datos, establecer un plan de negociación de compra o venta que contemple los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none">. Estimar las necesidades, bazas y debilidades respectivas.. Identificar los principales aspectos de la negociación.. Precisar las concesiones mutuas, su coste y su valor por ambas partes.. Sintetizar la secuencia del plan.. Predecir las probables posturas del cliente o proveedor y preparar las posturas propias del vendedor o comprador.. Explicar los límites en la negociación de la compra o de la venta. <p>- Dadas tres ofertas de proveedores en las que se expresan condiciones de compra, garantías y nivel de servicio y se definen las necesidades comerciales de la empresa compradora:</p> <ul style="list-style-type: none">. Seleccionar aquella que, en términos comparativos, ofrece mejores condiciones y se adapta a los objetivos comerciales definidos.. Detectar en la oferta seleccionada posibles puntos a negociar.	
--	--	---	--

1. Observaciones: Las producciones orales de los alumnos se graban con una cámara obsoleta y no podemos visualizarlas en el video del Aula de Comercio pues está muy dañado, tampoco tenemos medios informáticos en el Aula, por lo que tenemos que desplazarnos todo el tiempo al Aula de Audiovisuales para utilizar el canón y el equipo informático.

Fdo. El/la profesor/a

ACTIVIDADES Y VISITAS:

PRIMER TRIMESTRE:

- Taller de Comunicación Oral (Entrega de Certificado de Asistencia)
- Visita Centro Comercial y Museo
- Visita Recinto Portuario
- Visita Almacenes Corte Ingles

SEGUNDO TRIMESTRE:

- Taller de Protocolo (Entrega de Certificado de Asistencia)
- Taller de Consumo
- Participación en alguno de los eventos programados

TERCER TRIMESTRE:

Visita Feria Internacional de Canarias y asistencia a las conferencias programadas

ORIENTACION HACIA LA VENTA ESPECIALIZADA

1. PRODUCTOS:

- FINANCIEROS
- INFORMÁTICOS Y TELECOMUNICACIÓN
- INMOBILIARIOS
- AUTOMOVILES
- DISTRIBUIDORES/ MAYORISTAS

2. VENTA PERSONAL

- Conocimiento del producto, mercado, proveedores
- Funcionamiento de la distribución
- Conocimiento del consumidor
- Técnicas de venta para cada producto:

-Ficha de Prospección del cliente

-Presencia personal

-Marketing/Internet (establecer ofertas personalizadas)

EJEMPLIFICACIÓN DE LA UNIDAD DE TRABAJO 2 “Comunicación Oral”

U.T.2

ANEXO U.T. 2 “LA COMUNICACIÓN ORAL”:

- ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE
- ACTIVIDADES DE EVALUACION

PAUTAS EVAL. C2=Repite inf. elaborandola con sus propias palabras P1=Analiza y resuelve P3=Utiliza Vocabulario P6=Presenta documentos en grupo A6=Trabajo en grupo 4=I 5-6=S 6-7=B 7-8=N 9-10=SO	ACTIVIDAD Nº1 Actuación de Alfonso: - Aciertos: saluda, cuenta experiencia, habla en voz alta, evalúa la charla, controla reloj. - Fallos: No preparó la charla(mala distribución tiempo, no lleva material, no estableció objetivos, no lenguaje corporal	ACTIVIDAD Nº2 Conversación Telefónica. - Reglas: -Presentarse. -Exponer razones. -Terminar resumiendo y despedida.	ACTIVIDAD Nº4 Conversación Telefónica. -Reglas: -Presentarse. -Exponer razones. -Terminar resumiendo y despedida.	ACTIVIDAD Nº3 Entrevista-Debate - Normas: -Planificar. -Adaptar código. -Orden lógico Escuchar, Observar. -Preguntar - Comunicación no verbal: -Tono voz. -Mirada. -Expresiones Faciales. -Movimiento corporales. -Comunicación Táctil.	ACTIVIDAD EVALUAC. Comunicación Oral.: (Presentación de un producto o servicio) Reglas para hablar en público y lenguaje del cuerpo. Ficha de Valoración 7x10=70

ACTIVIDAD DE EVALUACION

	MINGO	BORJA	INMA	ABIAN	FICO	LAURA	EDU	JUAN A.	JUAN P.	CRISTO	PATRICIA	MONICA	MARTA	LORNA	NOEMI	ADAY	OMAR	YURENA
<u>Expresividad:</u>																		
Viva y natural																		
Poco espontánea																		
Artificial y monótona																		
<u>Gesticulación y postura del cuerpo:</u>																		
Apropiada																		
Poco natural																		
Rígida																		
<u>La articulación ha sido:</u>																		
Clara																		
Poco clara																		
Incomprensible																		
<u>El ritmo ha sido:</u>																		
Adecuado																		
Desigual																		
Demasiado rápido o lento																		
<u>El volumen ha sido:</u>																		
Adecuado																		
Ligeramente alto o bajo																		
Demasiado alto o bajo																		
<u>La entonación:</u>																		
Natural y amena																		
Poco natural																		
Muy forzada																		
<u>La expresión ha sido:</u>																		
Agil y fluida																		