

PROYECTO EXPERIMENTAL

FP DUAL

CFGM ACTIVIDADES COMERCIALES

CURSO 2018/2019

Índice

Introducción	1
Normativa:	2
Alumnado al que va dirigido:	3
Procedimiento y criterios de selección del alumnado	3
Organización y líneas generales del programa de formación:.....	5
Distribución de los contenidos del currículo:.....	5
Duración de las actividades de formación en la empresa:	5
Instrumentos y procedimientos de seguimiento.....	5
Informe de evaluación:	6
Criterios de calificación del alumnado	6
Competencias del Título de Actividades Comerciales:.....	7
Ocupaciones y puestos de trabajo más relevantes:	8
Actividades formativas en la empresa	9
Actividades por módulos profesionales	10
Personas responsables del Proyecto	46
Anexos	

INTRODUCCIÓN

Se entiende como Formación Profesional dual el conjunto de acciones e iniciativas planteadas por un centro docente, y recogidas en un proyecto de Formación Profesional dual, que tienen por objeto la cualificación profesional de las personas, armonizando los procesos de enseñanza y aprendizaje entre los centros docentes y los centros de trabajo.

Consideramos que la formación dual tiene ventajas particulares, como método de aprendizaje; puede proporcionar a los jóvenes estudiantes las capacidades genéricas y específicas del puesto que los empresarios necesitan y, de ese modo, contribuir a suavizar la transición entre la escuela y el mundo laboral.

Representa una gran oportunidad para:

- Potenciar la interrelación de la empresa con el sistema de FP.
- Contribuir en la adecuación de la oferta formativa a las necesidades productivas.
- Contribuir a una mejor integración social y profesional en la vida laboral y el mercado laboral.
- Responder a las necesidades que suscita el relevo generacional y la demanda de reposición.

Contribuyendo a:

- La adquisición de conocimientos, destrezas y habilidades técnicas necesarias para ejercer un oficio cualificado y responder a las necesidades específicas de la Empresa.
- Formación en el compromiso con una realidad económica concreta.
- El desarrollo de la confianza, las habilidades interpersonales y el sentido de la responsabilidad en contacto con sus colegas de trabajo, sus directivos y sus clientes.
- Responsabiliza a la empresa de la formación de sus futuros empleados.
- Desarrolla la gestión previsional de los recursos humanos en las empresas, permite conocer mejor a personas que pueden contratar posteriormente.

En el presente caso, la finalidad es que los alumnos que sigan esta modalidad obtengan el Título de Grado Medio de Actividades Comerciales, mediante la adquisición de los conocimientos necesarios entre el centro educativo y la empresa. Por ello la formación práctica ocupará, al menos el 33%, del tiempo total del ciclo formativo, y tendrá como finalidad, realizar las tareas prácticas, en las que aplicar de forma directa los conocimientos adquiridos previamente en el centro, consiguiendo así alcanzar los Resultados de Aprendizaje marcados por el Título de Grado Medio de Actividades Comerciales. Esto posibilitará que el alumno/a aumente su nivel de cualificación, tenga acceso a la realidad del sistema empresarial e incremente su grado de responsabilidad, facilitando su acceso al mercado laboral.

Se entiende por proyecto de Formación Profesional dual el documento realizado por el centro docente que contiene la planificación de las actuaciones de formación, que se ejecutarán conjuntamente con los centros de trabajo, para desarrollar ciclos formativos de Formación Profesional de Grado Medio y de Grado Superior. En la definición de los proyectos de Formación Profesional Dual, los centros docentes deberán tener en cuenta

el entorno socioeconómico, el tejido empresarial de su área de influencia y los sectores con más posibilidades de inserción laboral o con mejores perspectivas de futuro.

En este caso y por ser pionera en Ceuta, este Proyecto nace de forma Experimental, pero con una clara vocación de continuidad y crecimiento.

Nuestro centro está comprometido con el futuro de la FORMACIÓN PROFESIONAL EN CEUTA y es por eso que nos planteamos ejercer un papel dinamizador social y económico en el sector más importante que contribuye al PIB de nuestra ciudad, el Comercio.

Según el último informe de mercado de trabajo en Ceuta, todos los expertos consultados coinciden en que las ocupaciones con mayores perspectivas de empleo son aquellas relacionadas con el comercio y la hostelería, como son vendedores en tiendas y almacenes y camareros asalariados. En actividades como el comercio y la hostelería, que representan la mitad del sector privado local, existe un elevado grado de modernización y calidad en los servicios, orientados no solo al cliente local, que en mayor medida proviene de la Administración Pública, sino al procedente del país vecino (Marruecos).

Cada vez es mayor el número de turistas procedentes de este país que cruzan la frontera para realizar un turismo de ocio y compras, y ambos sectores se encuentran adaptándose a las circunstancias.

La empresa elegida para este primer proyecto experimental es Carrefour, de reciente implantación en nuestra ciudad y con la que se han realizado contactos a lo largo del año 2018. Esta empresa está dotada de puestos, recursos, y equipamientos suficientes para que el alumnado pueda finalizar con éxito el Proyecto.

NORMATIVA:

La Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional, en el artículo 6, establece que la colaboración de las empresas en el desarrollo del Sistema Nacional de Cualificaciones y Formación Profesional se desarrollará entre otros ámbitos, mediante su participación en la formación de los alumnos en los centros de trabajo, favoreciendo la realización de prácticas profesionales de los alumnos en empresas y otras entidades. Dispone, también, en el artículo 11.3, que se podrán establecer los mecanismos adecuados para que la formación que reciba financiación pública pueda ofrecerse por centros o directamente por las empresas, mediante conciertos, convenios, subvenciones u otros procedimientos.

En este mismo sentido, la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa, en su modificación de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo introduce el artículo 42 bis, en el que se define la Formación Profesional Dual del Sistema Educativo Español como el conjunto de acciones e iniciativas formativas que, en corresponsabilidad con las empresas, tienen por objeto la cualificación profesional de las personas, armonizando los procesos de enseñanza y aprendizaje entre los centros educativos y los centros de trabajo. Dispone, así mismo, que el Gobierno regulará las condiciones y requisitos básicos que permitan el desarrollo por las Administraciones educativas de la Formación Profesional dual en el ámbito del sistema educativo.

Por su parte, la Ley 2/2011, de 4 de marzo, de Economía Sostenible, en su artículo 75 confiere a las Administraciones educativas y laborales la competencia para promover la colaboración con las empresas y entidades empresariales y de profesionales autónomos con la finalidad, entre otras, de la impartición de los módulos profesionales incluidos en los títulos de formación profesional en las instalaciones de las empresas para garantizar que la formación se realice con los equipamientos más actuales. Establece, asimismo, que los centros de formación profesional y empresas de los diferentes sectores productivos podrán promover proyectos estratégicos comunes, desarrollando para ello entornos académicos y profesionales dirigidos al desarrollo de un modelo económico sostenible basado en el conocimiento, la mejora de la innovación, el fomento de la iniciativa emprendedora y el respeto medioambiental.

Se desarrolla este Proyecto Experimental al amparo de la autorización otorgada por la Directora General de Formación Profesional, Doña Clara Sanz López, con fecha 2 de octubre de 2018, al amparo de lo previsto en el art 28.3 del RD 1529/2012, de 8 de noviembre, en relación con el artículo 120.5 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.

Se han tenido en cuenta en la elaboración del presente Proyecto además:

- Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas.
- Orden ECD/73/2013, de 23 de enero, por la que se establece el currículo del ciclo formativo de grado medio correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales.
- 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.

ALUMNADO AL QUE VA DIRIGIDO:

Este Proyecto va dirigido a los alumnos y alumnas, que cursan el CFGM de Actividades Comerciales, tanto de horario de mañana, como vespertino.

En el mes de noviembre, el alumnado de este Ciclo formativo será informado sobre la existencia de esta formación, y de las condiciones de desarrollo de la misma. Los alumnos interesados comunicarán al Departamento de Comercio y Marketing su deseo de ser incluidos como solicitantes del Proyecto.

PROCEDIMIENTO Y CRITERIOS DE SELECCIÓN DEL ALUMNADO

Fase 1. Confección de listado de alumnado preseleccionado de entre los solicitantes.

Ordenación según nota media de todos los módulos cursados.

Requisitos para formar parte del listado de preseleccionados:

1A. Ser mayor de edad al momento del comienzo de la formación en la empresa, o contar con autorización paterna, materna, o del tutor/a.

1B. Tener aprobados todos los módulos profesionales duales en el momento del comienzo de la fase de formación en empresa.

1C. Carecer de partes disciplinarios de ningún tipo.

1D. Superar satisfactoriamente una entrevista cuyo contenido será grabado, por parte de profesores representantes del departamento para comprobar el grado de madurez y compromiso.

Se realizará un listado con los alumnos candidatos a realizar el programa de FP Dual experimental, ordenando a los alumnos en función de:

- Nota media de los módulos de primer trimestre. Se ponderará en un 60%.
- Entrevista con el profesorado implicado en el proyecto en la que se pueda detectar el interés, motivación del alumnado, así como el nivel de absentismo esperado y posibilidad de éxito en el proyecto. Se ponderará en un 40%.

Como quiera que la empresa Carrefour solicita alumnado con un perfil profesional concreto, se les enviará CV de los diez primeros alumnos con el perfil solicitado incluido en el listado de preseleccionados, para realización de entrevista personal.

Fase 2. Asignación de plazas:

2A. Se asignarán las plazas disponibles (3 plazas) en función de la elección realizada por Carrefour, de entre los diez primeros del listado de candidatos preseleccionados.

El alumnado finalmente seleccionado deberá superar la formación de Prevención de Riesgos Laborales prevista en el Centro Educativo, o contar con la formación correspondiente a Prevencionista de Nivel Básico (30 horas) según lo dispuesto en el Real Decreto 39/1997, de 17 de enero, de Reglamento de los Servicios de Prevención.

En el caso de que algún alumno o alumna seleccionado/a finalmente pertenezca al turno de tarde, tendrá obligatoriamente que pasar al turno de mañana, cambiando la matrícula al efecto, para poder continuar en el proyecto.

Fase 3. Renuncia y abandono:

3A. Una vez comenzado el período de alternancia, tanto alumno como empresa podrán dar por concluida la formación en el plazo de 15 días desde el inicio de la misma, incorporándose el alumno inmediatamente a las clases presenciales, como alumno presencial, siendo llamado el siguiente alumno de los entrevistados por la empresa Carrefour, en su orden de preferencia, para su incorporación al Proyecto, y siempre que su incorporación permita realizar el mínimo de 33% de formación en la empresa.

Transcurrido dicho plazo, el alumno debe finalizar la formación en el sistema FP Dual, sin perjuicio de que en caso de abandono perderá el derecho de evaluación continua, salvo que concurra causa justificada y/o de fuerza mayor.

Se considerará abandono cuando el alumno deje sin realizar 3 o más de las actividades establecidas en el programa formativo.

ORGANIZACIÓN Y LÍNEAS GENERALES DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN:

El presente programa es parte del Convenio suscrito entre el centro educativo IES Puertas del Campo y la empresa colaboradora Carrefour. En él se establece la programación de las actividades formativas a desempeñar por los alumnos del programa dual experimental una vez que han iniciado sus prácticas en la empresa.

DISTRIBUCIÓN DE LOS CONTENIDOS DEL CURRÍCULO:

La distribución de los contenidos compartidos entre el centro educativo y la empresa queda recogida como **Anexo I** de este programa formativo.

Se reflejan además las competencias profesionales, que deben alcanzar los alumnos, expresadas en términos de resultados de aprendizaje y los criterios de evaluación que permiten valorar el grado de adquisición de los mismos.

En la distribución propuesta se ha procurado dejar para el periodo de formación en la empresa los contenidos de enfoque más práctico o de profundización, de manera que el centro educativo se responsabiliza de los contenidos más básicos y teóricos del título. Se podría hablar, por tanto, de impartición de contenidos mínimos en el centro y desarrollo práctico de estos en la empresa.

DURACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE FORMACIÓN EN LA EMPRESA:

La duración de la estancia formativa en la empresa será la siguiente:

Primer Curso: Dos días a la semana (lunes y martes) del 14 enero al 30 de mayo de 2019

Segundo Curso: Tres días a la semana (por determinar) 4 de noviembre 2019 al 6 de marzo de 2020.

En esas fechas se permitirá asistir a los alumnos en prácticas al centro educativo en las fechas de tutorías y de exámenes fijadas por Jefatura de Estudios en el calendario escolar.

INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS DE SEGUIMIENTO

Se utilizarán dos modelos de informes que figuran como **Anexos II (Informe de seguimiento mensual) y III (Informe de seguimiento trimestral)** para el seguimiento y la evaluación de las prácticas formativas realizadas por el alumno.

El alumno/a cumplimentará un documento para el **seguimiento diario (Anexo IV) y trimestral** (que figura como **Anexo V** a este programa) de las actividades realizadas y lo enviará al correo electrónico del tutor del centro educativo cuando le sea solicitado.

INFORME DE EVALUACIÓN:

Antes de la finalización de cada evaluación, el profesor tutor hará llegar un modelo de informe final al tutor de empresa para que lo rellene (**Anexo VI**). El original se firmará, sellará y se entregará o se enviará al centro educativo.

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DEL ALUMNADO

Al finalizar el curso se realizará la evaluación final de los alumnos del ciclo según viene establecido en la normativa.

Criterios de calificación en el primer curso:

La calificación final de los módulos impartidos en alternancia será la nota media de las tres evaluaciones.

La calificación de la primera evaluación será la obtenida por el alumno en el centro educativo, de acuerdo con los criterios establecidos en las programaciones didácticas.

En el segundo y tercer trimestre, la evaluación de cada uno de los módulos que se imparten en alternancia la realizará el profesor, teniendo en cuenta la actividad realizada por el alumno en la empresa y la valoración del responsable de la formación en la misma. A tal efecto, se establecen los siguientes criterios de calificación:

- Pruebas realizadas en el aula (80%)
- Valoración de las actividades formativas realizadas en la empresa (10%)
- Actitud del alumno en la empresa (10%)

Criterios de calificación en el segundo curso:

La calificación final se obtendrá calculando la nota media de la primera y segunda evaluación que se determinarán conforme a los siguientes criterios:

- Pruebas realizadas en el aula (70%)
- Valoración de las actividades formativas realizadas en la empresa (20%)
- Actitud del alumno en la empresa (10%)

La calificación trimestral de los alumnos de FP Dual se plasmará en el Anexo VII de este proyecto.

En los anexos a las programaciones se detallarán los criterios de calificación de cada módulo para los alumnos participantes en la modalidad dual, así como los procedimientos de recuperación.

COMPETENCIAS DEL TÍTULO DE ACTIVIDADES COMERCIALES:

Competencias profesionales :

- 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 administrativa.
- Administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial, realizando las actividades necesarias con eficacia y rentabilidad, utilizando el hardware y software apropiado para automatizar las tareas y trabajos.
- Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los distintos canales de comercialización, adaptando el argumentario de ventas a las peculiaridades de cada caso, utilizando técnicas de venta adecuadas a la tipología del cliente, a los criterios y objetivos comerciales definidos por la dirección comercial para la empresa.
- Garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio, previendo las necesidades de compra para mantener el nivel de servicios que requiere la atención a la demanda y 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- Gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores, realizando el seguimiento de las operaciones, para asegurar el nivel de servicio prestado.

Competencias sociales y personales:

- Establecer vías eficaces de relación profesional y comunicación con superiores y compañeros, resolviendo situaciones y problemas con iniciativa y autonomía dentro de sus competencias.
- Innovarse y actualizarse para adaptarse a los cambios tecnológicos y organizativos de su entorno profesional.

- Gestionar su carrera profesional, analizando las oportunidades de empleo y de aprendizaje.
- Coordinar equipos de trabajo con responsabilidad, manteniendo relaciones fluidas y asumiendo el liderazgo.
- Aplicar los procedimientos de prevención de riesgos laborales y ambientales establecidos.

OCUPACIONES Y PUESTOS DE TRABAJO MÁS RELEVANTES:

El alumnado desempeñará su actividad en cualquier sector productivo dentro del área de comercialización o en las distintas secciones de establecimientos comerciales, realizando actividades de venta de productos y/o servicios a través de diferentes canales de comercialización. Los puestos de trabajo más relevantes son:

- Vendedor.
- Vendedor/a técnico/a.
- Representante comercial.
- Orientador/a comercial.
- Promotor/a.
- Televendedor/a.
- Venta a distancia.
- Teleoperador/a (call center).
- Información/atención al cliente.
- Cajero/a o reponedor/a.
- Operador de contact-center.
- Administrador de contenidos online.
- Comerciante de tienda.
- Gerente de pequeño comercio.
- Técnico en gestión de stocks y almacén.
- Jefe de almacén.
- Responsable de recepción de mercancías.
- Responsable de expedición de mercancías.
- Técnico en logística de almacenes.
- Técnico de información/atención al cliente en empresas.

ACTIVIDADES FORMATIVAS EN LA EMPRESA

Las actividades aquí propuestas permitirán a los alumnos completar la formación de cada módulo en la empresa y alcanzar los resultados de aprendizaje. Estas actividades en la mayoría de los casos amplían los contenidos mínimos profundizando en su desarrollo práctico.

Actividades formativas a realizar en la empresa		
Secuenciación	Actividad	Módulo
Actividad 1	Organización del departamento de ventas	Procesos de venta
Actividad 2	Definir las Políticas aplicables a los productos y servicios de la empresa, en función de los clientes y de las tendencias del mercado	Marketing en la actividad comercial
Actividad 3	Gestión de stocks	Gestión de compras
Actividad 4	Gestionar la recepción de pedidos	Gestión de compras
Actividad 5	Organizar la superficie comercial, aplicando técnicas de optimización de espacios y criterios de seguridad e higiene	Dinamización del punto de venta
Actividad 6	Colocar, exponer y reponer los productos en la zona de venta, atendiendo a criterios comerciales, condiciones de seguridad y normativa vigente	Dinamización del punto de venta
Actividad 7	Identificar, analizar y aplicar en el establecimiento las diferentes políticas de comunicación definidas por la empresa	Marketing en la actividad comercial
Actividad 8	Realizar trabajos de decoración, señalética, rotulación y cartelería, aplicando técnicas de publicidad y animación en el punto de venta	Dinamización del punto de venta
Actividad 9	Conocer la gestión documental de las compras realizadas por Carrefour a proveedores de la ciudad	Gestión de compras
Actividad 10	Seleccionar los canales de distribución en función de los tipos de intermediarios y de los costes de distribución del producto	Marketing en la actividad comercial
Actividad 11	Conocer los precios aplicables a los productos	Procesos de venta
Actividad 12	Gestión de la documentación	Procesos de venta
Actividad 13	Aplicar programas de TPV	Gestión de compras
Actividad 14	Planificación y desarrollo de la entrevista de venta con el cliente, aplicando técnicas de venta y cierre, de acuerdo con las directrices de la empresa	Procesos de venta

ACTIVIDADES POR MÓDULOS PROFESIONALES

Dinamización del punto de venta:

Actividad Nº: 5

Empresa:	CARREFOUR	Departamento:	SALA DE VENTAS
Alumno/a:		Tutor/a Laboral:	

Actividad:		Fecha/s:	
<i>Organiza la superficie comercial, aplicando técnicas de optimización de espacios y criterios de seguridad e higiene.</i>		11/02- 12-02	
Código	Concreción de actividad	MP relacionados	RA
5.1	- Distribuye el mobiliario de la sala de ventas aplicando técnicas de merchandising, consiguiendo una circulación fluida, teniendo en cuenta la normativa de seguridad	1231. Dinamización P.V.	RA1
5.2	- Define e identifica las zonas frías y calientes del establecimiento, aplicando técnicas de merchandising	1231. Dinamización P.V.	RA1
5.3	Establece medidas de circulación de la clientela de forma que ésta permanezca el máximo tiempo posible	1231. Dinamización P.V.	RA1

5.4	Identifica las familias de productos que se distribuyen en el lineal	1231. Dinamización P.V.	RA1
-----	--	-------------------------	-----

Evaluación del desempeño

Código	Criterios de Evaluación	Descriptor	Deficiente	Apenas aceptable	Regular	Bueno	Óptimo
5.1	B),C),F),H)	- Distribuye el mobiliario de la sala de ventas aplicando técnicas de merchandising, consiguiendo una circulación fluida, teniendo en cuenta la normativa de seguridad					
5.2	C),D)	- Define e identifica las zonas frías y calientes del establecimiento, aplicando técnicas de merchandising					
5.3	F)	- Establece medidas de circulación de la clientela de forma que ésta permanezca el máximo tiempo posible					
5.4	G)	- Identifica las familias de productos que se distribuyen en el lineal					

<p>Criterios de evaluación</p>	<ul style="list-style-type: none">b) Se han dispuesto los elementos de la tienda, mobiliario y exposición, según las necesidades de la superficie de venta.c) Se han determinado las principales técnicas de merchandising que se utilizan en la distribución de una superficie de venta.d) Se han definido las características de una zona fría y de una zona caliente en un establecimiento comercial.e) Se han descrito las medidas que se aplican en los establecimientos comerciales para conseguir que la circulación de la clientela sea fluida y pueda permanecer el máximo tiempo posible en el interior.f) Se han descrito los criterios que se utilizan en la distribución lineal del suelo por familia de productos, explicando ventajas e inconvenientes.g) Se ha identificado la normativa de seguridad e higiene vigente referida a la distribución en planta de una superficie comercial.
---	--

Actividad Nº: 6

Empresa:	CARREFOUR	Departamento:	SALA DE VENTAS Y ALMACÉN
Alumno/a:		Tutor/a Laboral:	

Actividad:		Fecha/s:	
<p align="center">Coloca, expone y repone los productos en la zona de venta, atendiendo a criterios comerciales, condiciones de seguridad y normativa vigente.</p>		18/02-19/02	
		20/02-21/02	
Código	Concreción de actividad	MP relacionados	RA
6.1	- Realiza rotación del lineal clasificando las familias en los distintos niveles, según la normativa vigente	1231. Dinamización P.V.	RA1
		1234. Gestión de compras	RA5
6.2	- Analiza los efectos en el consumidor de los cambios de ubicación de productos	1231. Dinamización P.V.	RA1
6.3	- Interpreta planogramas de reposición de productos	1231. Dinamización P.V.	RA1
6.4	- Distribuye y coloca productos aplicando técnicas de merchandising	1231. Dinamización P.V.	RA1

Evaluación del desempeño

Código	Criterios de Evaluación	Descriptor	Deficiente	Apenas aceptable	Regular	Bueno	Óptimo
6.1	C),E),F)	- Realiza rotación del lineal clasificando las familias en los distintos niveles, según la normativa vigente					
6.2	D)	- Analiza los efectos en el consumidor de los cambios de ubicación de productos					
6.3	G)	- Interpreta planogramas de reposición de productos					
6.4	H)	- Distribuye y coloca productos aplicando técnicas de merchandising					

Criterios de evaluación	<p>a) Se han realizado simulaciones de rotación de los productos en los lineales de un establecimiento comercial.</p> <p>b) Se han analizado los efectos que producen en el consumidor los diferentes modos de ubicación de productos en lineales.</p> <p>c) Se han clasificado los productos en familias, observando la normativa vigente.</p> <p>d) Se han identificado los parámetros físicos y comerciales que determinan la colocación de los productos en los distintos niveles, zonas del lineal y posición.</p> <p>e) Se han interpretado planogramas de implantación y reposición de productos en el lineal.</p> <p>f) Se ha realizado la distribución y colocación de los productos en el lineal, aplicando técnicas de merchandising.</p>
--------------------------------	--

Actividad Nº: 8

Empresa:	CARREFOUR	Departamento:	SALA DE VENTAS
Alumno/a:		Tutor/a Laboral:	

Actividad:		Fecha/s:	
<i>Realiza trabajos de decoración, señalética, rotulación y cartelería, aplicando técnicas de publicidad y animación en el punto de venta.</i>		4/03-12/03	
Código	Concreción de actividad	MP relacionados	RA
8.1	Diseñar y elaborar cartelería, señalítica, publicidad y merchandising mediante programas informáticos	1231. Dinamización P.V.	RA3
8.2	Colocación y uso de las Nuevas Etiquetas Electrónicas	1231. Dinamización P.V	RA3
8.3	Elaborar material de Publicidad y/o merchandising mediante el uso de procesador de textos y aplicaciones gráficas.	1231. Dinamización P.V	RA3
8.4	Cambiar y colocar cartelería y/o merchandising observando las normas de seguridad.	1231. Dinamización P.V	RA3
8.5	Cambiar y colocar el material de Publicidad y/o merchandising observando las normas de seguridad.	1231. Dinamización P.V	RA3

Evaluación del desempeño

Código	Criterios de Evaluación	Descriptor	Deficiente	Apenas aceptable	Regular	Bueno	Óptimo
8.1	A),B),C)	- Diseña instrumentos básicos de cartelería, señalítica, publicidad y merchandising mediante aplicaciones ofimáticas.					
8.2	C),G)	- Coloca y usa correctamente las nuevas etiquetas electrónicas.					
8.3	D),E),F)	- Diseña y elabora material publicitario mediante aplicaciones informáticas.					
8.4	G)	- Gestiona de forma eficaz y segura el cambio y la colocación de carteles y señales.					
8.5	G)	- Gestiona de forma eficaz y segura el cambio y colocación del material publicitario .					
Criterios de evaluación	a) Se ha animado y decorado el establecimiento según la planificación anual, dinamizándolo según la política comercial del establecimiento.						
	b) Se ha realizado papelería según el libro de estilo corporativo de un establecimiento.						
	c) Se han asociado diferentes tipografías con los efectos que producen en el consumidor.						
	d) Se han elaborado formas de cartelería acordes a cada posicionamiento y señalética.						
	e) Se han creado mensajes que se quieren transmitir al cliente, mediante las técnicas de rotulación, combinando diferentes materiales que consigan la armonización entre forma, textura y color.						
	f) Se han utilizado programas informáticos de edición, realizando carteles para el establecimiento.						
	g) Se han montado los elementos decorativos en condiciones de seguridad y prevención de riesgos laborales.						

Marketing en la actividad comercial:

Actividad Nº: 2

Empresa:	CARREFOUR CEUTA	Departamento:	PLAN COMERCIAL
Alumno/a:		Tutor/a Laboral:	

Actividad:		Fecha/s:	
Definir las POLÍTICAS aplicables a los PRODUCTOS y SERVICIOS de la empresa, en función de los clientes y de las tendencias del mercado.		21/01-22/01	
Código	Concreción de actividad	MP relacionados	RA
2.1	Conocer la CARTERA de productos de la empresa.	1226. Marketing en la AC	RA4/RA2
		1231. Dinamización P.V	RA1
		1229. Gestión de compra	RA5
2.2	Identificar las "Gamas y Líneas " de productos.	1226. Marketing en la AC	RA4/RA2
		1231. Dinamización P.V.	RA1
		1229. Gestión de compra	RA5
2.3	Conocer la agrupación de las "Familias y Categorías." de productos.	1226. Marketing en la AC	RA4/2

		1231. Dinamización P.V.	RA1
		1229 Gestión de compra	RA5
2.4	Estudiar las diferentes marcas de la empresa.	1226. Marketing en la AC.	RA4
2.5	Diferenciar la estrategia comercial definida para cada producto.	1226. Marketing en la AC	RA4

Evaluación del desempeño

Código	Criterios de Evaluación	Descriptor	Deficiente	Apenas aceptable	Regular	Bueno	Óptimo
2.1	A)	- Conoce la cartera de productos de la empresa e identifica los diferentes tipos de productos.					
2.2	B)	- Identifica las "gamas" y líneas" y las diferencia.					
2.3	C)	- Sabe identificar y diferenciar "Categorías" y "líneas".					
2.4	C),E)	- Conoce y diferencia todas las marcas de la empresa.					
2.5	F),G)	- Conoce y aplica la estrategia comercial definida para cada producto.					

<p>Criterios de evaluación</p>	<ul style="list-style-type: none">a) Se han identificado los atributos del producto o servicio, según su naturaleza, su utilidad y las necesidades que puede satisfacer, los motivos de compra y la percepción de valor del consumidor.b) Se ha elaborado una base de datos de los productos, líneas, familias y referencias de los productos/servicios que comercializa la empresa, incorporando a la misma la información relevante de cada producto.c) Se ha realizado un análisis comparativo del producto o servicio con otros de la competencia, comparando características técnicas, utilidades, presentación, marca y envase, entre otros.d) Se ha secuenciado el ciclo de vida de un producto, analizando las distintas etapas por las que atraviesa y las acciones de marketing aplicables en cada fase.e) Se ha actualizado la base de datos de los productos o servicios, recogiendo la información de los vendedores, los distribuidores y las tiendas o grupos de clientes.f) Se han definido estrategias comerciales en política de producto, teniendo en cuenta las características del producto, el ciclo de vida y el perfil de los clientes a los que va dirigido.g) Se han elaborado informes sobre productos, servicios o líneas de productos, utilizando la aplicación informática adecuada.
---	--

Actividad Nº:7

Empresa:	CARREFOUR CEUTA	Departamento:	PLAN COMERCIAL
Alumno/a:		Tutor/a Laboral:	

Actividad:	Fecha/s:
Identificar, analizar y aplicar en el establecimiento las diferentes POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN definidas por la empresa.	25/02- 26/02
	27/05 - 28/05

Código	Concreción de actividad	MP relacionados	RA
7.1	Conocer las políticas de "Comunicación" de la empresa y sus objetivos.	1226. Marketing en la AC	RA7
7.2	Dar a conocer las acciones publicitarias que gestiona la central a nivel nacional	1226. Marketing en la AC.	RA7
		1231. Dinamización P.V.	RA5
7.3	Determinar las diferentes acciones promocionales para cada campaña.	1226. Marketing en la AC.	RA7
		1231. Dinamización P.V.	RA5
7.4	Decidir acciones de merchandising y técnicas a emplear.	1226. Marketing en la AC	RA7

		1231. Dinamización P.V.	RA5
7.5	Técnicas de dinamización del punto de venta	1226. Marketing en la AC	RA7
		1231. Dinamización P.V.	RA5
			RA4

Evaluación del desempeño

Código	Criterios de Evaluación	Descriptor	Deficiente	Apenas aceptable	Regular	Bueno	Óptimo
7.1	A),B)	- Conoce las políticas de comunicación del establecimiento y los objetivos a seguir.					
7.2	C),D)	- Sabe dar a conocer al cliente las acciones publicitarias gestionadas a nivel nacional para cada tienda.					
7.3	E),G)	- Sabe diferenciar las acciones promocionales para cada campaña.					
7.4	F),H)	- Aplica adecuadamente acciones y técnicas de merchandising en tienda.					
7.5	H),I)	- Aplica adecuadamente técnicas de dinamización del punto de venta.					

Crterios de evaluacin	<ul style="list-style-type: none">a) Se han diferenciado los distintos tipos de acciones que integran el mix de comunicacin de una empresa, analizando su finalidad.b) Se han establecido los objetivos de la poltica de comunicacin segn el pblico objetivo y las estrategias empresariales.c) Se han caracterizado las funciones de la publicidad y los medios y soportes ms habituales.d) Se han caracterizado las distintas acciones aplicables dentro de la poltica de relaciones pblicas de una empresa u organizacin.e) Se han identificado las tcnicas de promocin de ventas ms utilizadas por las empresas de distribucin.f) Se han determinado las funciones del merchandising, identificando los distintos tipos de tcnicas aplicables.g) Se ha caracterizado la venta personal, sus objetivos y caractersticas diferenciadoras como instrumento de comunicacin comercial de respuesta inmediata.h) Se han identificado las tcnicas de marketing directo ms utilizadas.i) Se han seleccionado las acciones de comunicacin y promocin ms adecuadas para lanzar un producto al mercado o prolongar su permanencia en el mismo.
----------------------------------	---

Actividad Nº: 10

Empresa:	CARREFOUR CEUTA	Departamento:	PLAN COMERCIAL
Alumno/a:		Tutor/a Laboral:	

Actividad:	Fecha/s:
<i>Selección de canales de distribución en función de los tipos de intermediarios y de los costes de distribución del producto.</i>	25/03-26/03

Código	Concreción de actividad	MP relacionados	RA
10.1	Identificar distintas formas de venta, según sector, tipo de producto y tipo de cliente.	1226. Marketing en la AC	RA6
10.2	Determinar los diferentes flujos de entrega en una gran superficie.	1226. Marketing en la AC	RA6
10.3	Ventajas y beneficios del "Transporte desde tienda" a cliente (suministro)	1226. Marketing en la AC	RA6
10.4	Ventajas y beneficios de la "Entrega directa del proveedor."	1226. Marketing en la AC	RA6

10.5	Conocer la web propia de la empresa y la Intranet	1226. Marketing en la AC	RA6
10.6	Determinar las diferencias entre una venta física y directa en tienda y una venta online.	1226. Marketing en la AC	RA6
10.7	Determinar las familias susceptibles de compra por internet.	1226. Marketing en la AC.	RA6
		1231. Dinamización P.V.	RA2
10.8	Determinar el tipo de consumidor que compra por internet y en la tienda física.	1226. Marketing en la AC	RA6
10.9	Ver los sistemas interactivos de tienda que conectan la página web con la tienda física.	1226. Marketing en la AC	RA6

Evaluación del desempeño

Código	Criterios de Evaluación	Descriptor	Deficiente	Apenas aceptable	Regular	Bueno	Óptimo
10.1	A),B)	- Sabe diferenciar los diferentes tipos de venta.					
10.2	B)	- Conoce los diferentes puntos de entrega en la gran superficie.					
10.3	B),C),D)	- Conoce y diferencia las ventajas y beneficios del transporte inmediato.					
10.4	B),C),D)	- Conoce las ventajas y beneficios del "Transporte desde tienda" a cliente (suministro)					
10.5	D)	- Conoce y diferencia las ventajas y beneficios de la "Entrega directa del proveedor."					
10.6	F)	- Conoce y maneja la web y la intranet.					
10.7	F)	- Sabe diferenciar la venta física en tienda y la venta on line					
10.8	F)	- Conoce las familias de productos con venta on line.					
10.9	F),G)	- Sabe diferenciar el tipo de consumidor en tienda y el de internet.					
10.10	F)G)	- Maneja los sistemas interactivos que conectan la pág. web con la venta física.					

Gestión de compras:
Actividad Nº: 3

Empresa:	CARREFOUR CEUTA	Departamento:	PRODUCTOS DE GRAN CONSUMO
Alumno/a:		Tutor/a Laboral:	

Actividad:	Fecha/s:
<i>Gestión de stocks.</i>	28/01- 29/01

Código	Concreción de actividad	MP relacionados	RA
3.1	Conocer la función logística y la cadena de suministro de Carrefour.	1229. Gestión de compras	RA1
3.2	Conocer el stock óptimo y mínimo de los distintos productos.	1229. Gestión de compras	RA1
3.3	Conocer el funcionamiento de pedido automático utilizado por Carrefour.	1229. Gestión de compras	RA1
3.4	Conocer como se lleva a cabo el proceso de compra a los proveedores.	1229. Gestión de compras	RA1

Evaluación del desempeño

Código	Criterios de Evaluación	Descriptor	Deficiente	Apenas aceptable	Regular	Bueno	Óptimo
3.1	g)	Conoce y comprende la función logística y la cadena de suministro de Carrefour.					
3.2	f)	Conoce el stock óptimo y mínimo de los distintos productos.					
3.3	a) g)	Conoce el funcionamiento de pedido automático utilizado por Carrefour.					
3.4	g)	Conoce como se lleva a cabo el proceso de compra a los proveedores.					

Criterios de evaluación	<p>a) Se ha organizado la información recogida diariamente de las ventas realizadas y las existencias de mercaderías en el almacén de la tienda, utilizando aplicaciones de gestión de pequeños establecimientos y del terminal punto de venta.</p> <p>f) Se ha determinado el stock óptimo y el mínimo de cada referencia de mercaderías en función de la demanda, la rotación del producto y la capacidad del almacén.</p> <p>g) Se ha realizado la programación de compras de mercaderías con suficiente antelación y periodicidad para asegurar el abastecimiento de la tienda.</p>
--------------------------------	---

Actividad Nº 4

Empresa:	CARREFOUR CEUTA	Departamento:	PRODUCTOS DE GRAN CONSUMO
Alumno/a:		Tutor/a Laboral:	

Actividad:	Fecha/s:
Gestionar la recepción de pedidos	4/02 – 5/02 13/05 – 14/05

Código	Concreción de actividad	MP relacionados	RA
4.1	Identificar las incidencias en la recepción del pedido: cantidad, plazo de entrega, calidad y precio.	1229. Gestión de Compras	RA4
	Comprobar los albaranes de entrada de la mercancía recibida de Carrefour.	1229. Gestión de Compras	RA4
4.3	Informatizar la mercancía recibida.	1229. Gestión de Compras	RA4
4.4	Conocer las medidas de carácter medioambiental aplicadas en el desembalaje de la mercancía.	1229. Gestión de Compras	RA4

Evaluación del desempeño

Código	Criterios de Evaluación	Descriptor	Deficiente	Apenas aceptable	Regular	Bueno	Óptimo
4.1	a) b) c)	Identifica las incidencias en la recepción del pedido: cantidad, plazo de entrega, calidad y precio.					
4.2	a) b) c)	Comprueba los albaranes de entrada de la mercancía recibida de Carrefour.					
4.3	f)	Informatiza la mercancía recibida.					
4.4	d) e)	Conoce las medidas de carácter medioambiental aplicadas en el desembalaje de la mercancía.					

Criterios de evaluación	<p>a) Se ha comprobado la correspondencia entre el pedido realizado y la mercancía recibida en cuanto a cantidad, plazo de entrega, calidad y precio.</p> <p>b) Se han identificado las posibles incidencias en la recepción del pedido.</p> <p>c) Se ha establecido un procedimiento para la comunicación y resolución de incidencias con el proveedor.</p> <p>d) Se han determinado las herramientas o utensilios necesarios en cada caso para el desembalaje de las mercaderías, previniendo daños o roturas.</p> <p>e) Se han identificado las medidas necesarias que deben tomarse durante el desembalaje de las mercaderías para respetar la normativa vigente de carácter medioambiental.</p> <p>f) Se ha informatizado la recepción de mercaderías, facilitando su posterior almacenamiento y gestión del stock disponible.</p>
--------------------------------	---

Actividad Nº: 9

Empresa:	CARREFOUR CEUTA	Departamento:	PRODUCTOS DE GRAN CONSUMO
Alumno/a:		Tutor/a Laboral:	

Actividad:	Fecha/s:
Conocer la gestión documental de las compras realizadas por Carrefour a proveedores de la ciudad.	18/03 – 19/03

Código	Concreción de actividad	MP relacionados	RA
9.1	Conocer los contratos firmados con proveedores.	1229. Gestión de compras	RA3
9.2	Conocer e interpretar las facturas de proveedores de los productos adquiridos en Ceuta.	1229. Gestión de compras	RA3
9.3	Conocer e interpretar los contratos y facturas del transporte de mercancía.	1229. Gestión de compras	RA3
9.4	Comprobar los albaranes de entrada de la mercancía de los productos adquiridos en Ceuta.	1229. Gestión de compras	RA4

Evaluación del desempeño

Código	Criterios de Evaluación	Descriptor	Deficiente	Apenas aceptable	Regular	Bueno	Óptimo
9.1	a)	Conoce los contratos firmados con proveedores.					
9.2	d)	Conoce e interpreta las facturas de proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra.					
9.3	e)	Conoce e interpreta los contratos y facturas del transporte de mercancía.					
9.4	a) b) c)	Comprobar los albaranes de entrada de la mercancía de los productos adquiridos en Ceuta.					

Criterios de evaluación asociados al Resultado de Aprendizaje 3	<p>a) Se han determinado cuáles son los tipos de documentos utilizados en la compra y suministro de mercaderías de pequeños comercios.</p> <p>d) Se han interpretado facturas de proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra, comprendiendo la responsabilidad que conlleva cada cláusula incluida en ellas.</p> <p>e) Se han determinado los documentos accesorios de transporte, notas de gastos en las operaciones de compras a proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra.</p>
--	---

Criterios de evaluación asociados al Resultado de Aprendizaje 4	<p>a) Se ha comprobado la correspondencia entre el pedido realizado y la mercancía recibida en cuanto a cantidad, plazo de entrega, calidad y precio.</p> <p>b) Se han identificado las posibles incidencias en la recepción del pedido.</p> <p>c) Se ha establecido un procedimiento para la comunicación y resolución de incidencias con el proveedor.</p>
--	--

Actividad Nº: 13

Empresa:	CARREFOUR CEUTA	Departamento:	RECEPCION. SECCION DE ELECTRODOMESTICOS. SECCION PARAFARMACIA.
Alumno/a:		Tutor/a Laboral:	

Actividad:	Fecha/s:
Aplica programas de TPV.	22/04 – 23/04

Código	Concreción de actividad	MP relacionados	RA
13.1	Comprobar / verificar mercancía	1229. Gestión de Compras.	RA6
13.2	Dar de alta proveedores, artículos y clientes.	1229. Gestión de Compras.	RA6
13.3	Conocer la gestión documental del proceso de venta.	1229. Gestión de Compras.	RA6
13.4	Realizar operaciones de caja: tiques, devoluciones, cobros y cierre.	1229. Gestión de Compras.	RA6

Evaluación del desempeño

Código	Criterios de Evaluación	Descriptor	Deficiente	Apenas aceptable	Regular	Bueno	Óptimo
13.1	c)	Comprueba y verifica la mercancía					
13.2	c)	Dar de alta proveedores, artículos y clientes.					
13.3	f) h)	Realizar la gestión documental el proceso de venta.					
13.4	f) g) h)	Realizar operaciones de caja: tiques, devoluciones, cobros y cierre.					

Criterios de evaluación	<p>c) Se han dado de alta almacenes, proveedores, artículos y clientes entre otros, introduciendo los datos requeridos en cada caso.</p> <p>f) Se han diseñado promociones de mercaderías recogidas en el terminal punto de venta.</p> <p>g) Se han realizado tareas de cobro de mercaderías a través del terminal punto de venta.</p> <p>h) Se han hecho modificaciones en los precios, en las cualidades de los productos, en el ticket y en las facturas emitidas originalmente configuradas.</p>
--------------------------------	--

Procesos de ventas :

Actividad Nº: 1

Empresa:	CARREFOUR	Departamento:	OPERACIONES
Alumno/a:		Tutor/a Laboral:	

Actividad:		Fecha/s:	
<i>Organización del Departamento de Ventas.</i>		14/01 – 15/01	
Código	Concreción de actividad	MP relacionados	RA
1.1	Formación inicial para la entrada en la empresa. Conocimiento del manual del vendedor Identificación de barreras físicas y psicológicas	1232. Procesos de venta 1231 Dinamización Punto Venta	RA2 RA1
1.2	Conocimiento de la organización de CARREFOUR CEUTA en departamentos y secciones comerciales. Conocimiento de la organización del departamento de ventas y su organigrama.	1232. Procesos de venta	RA3
1.3	Conocimiento de los distintos puestos de trabajo de venta, funciones de los vendedores y su perfil profesional.	1232. Procesos de venta	RA2

Evaluación del desempeño

Código	Criterios de Evaluación	Descriptor	Deficiente	Apenas aceptable	Regular	Bueno	Óptimo
1.1	a) b) c) d) e) (RA 2 PV) e) (RA 1 Dinamización)	Formación inicial para la entrada en la empresa. Conoce el manual del vendedor Identifica barreras físicas y psicológicas del establecimiento y determina métodos para reducirlas.					
1.2	a) b)	Conoce la organización de CARREFOUR CEUTA en departamentos y secciones comerciales, así como la organización del departamento de ventas y su organigrama.					
1.3	a) b) c) d) e)	Conoce los distintos puestos de trabajo de venta, funciones de los vendedores y su perfil profesional.					

<p>Criterios de Evaluación asociado al Resultado de Aprendizaje 2 de Procesos de Venta</p>	<p>a) Se han establecido las funciones y responsabilidades de los vendedores en la venta personal.</p> <p>b) Se han clasificado los vendedores en función de las características de la empresa en la que prestan servicios, el tipo de venta que realizan y la naturaleza del producto.</p> <p>c) Se ha definido el perfil del vendedor profesional, analizando las cualidades personales, habilidades profesionales y conocimientos que debe tener un buen vendedor.</p> <p>d) Se han descrito distintos puestos de trabajo de ventas y el perfil de los vendedores más adecuados para los mismos.</p> <p>e) Se han determinado las necesidades de formación, perfeccionamiento y reciclaje del equipo de vendedores</p>
<p>Criterios de Evaluación asociado al Resultado de Aprendizaje 3 de Procesos de Venta</p>	<p>a) Se han identificado las funciones del departamento de ventas de una empresa y las responsabilidades del director de ventas.</p> <p>b) Se han diferenciado las formas de organización del departamento de ventas por zonas geográficas, por productos y por clientes, entre otras.</p>
<p>Criterio de Evaluación asociado al Resultado de Aprendizaje 1 de Dinamización P. V.</p>	<p>e) Se han determinado métodos para reducir barreras psicológicas y físicas de acceso al establecimiento comercial.</p>

Actividad Nº: 11

Empresa:	CARREFOUR CEUTA	Departamento:	SALA DE VENTAS
Alumno/a:		Tutor/a Laboral:	

Actividad:	Fecha/s:
Conocer los precios aplicables a los productos	25/03 – 26/03

Código	Concreción de actividad	MP relacionados	RA
11.1	Consulta los precios de los productos y los descuentos promocionales aplicados en su caso.	1232 Procesos de venta	RA7

Evaluación del desempeño.

Código	Criterios de Evaluación	Descriptor	Deficiente	Apenas aceptable	Regular	Bueno	Óptimo
11.1	a	Conoce los precios de los productos y los descuentos aplicados en su caso.					

Actividad Nº: 12

Empresa:	CARREFOUR CEUTA	Departamento:	SALA DE VENTAS
Alumno/a:		Tutor/a Laboral:	

Actividad:			Fecha/s:
Gestión de la documentación comercial			01/04 – 02/04
Código	Concreción de actividad	MP relacionados	RA
12.1	Gestión de los documentos de venta a través del programa utilizado por Carrefour	1232 Procesos de venta	RA6
12.2	Cumplimentación de los diferentes contratos de compraventas, y contratos de suministros que se formalizan	1232 Procesos de venta	RA5
12.3	Informatización correcta de los datos del cliente y del producto	1232 Procesos de venta	RA6
12.4	Gestión del pedido del cliente	1232 Procesos de venta	RA6
12.5	Gestión del albarán	1232 Procesos de venta	RA6
12.6	Gestión de la factura para el cliente en el departamento de atención al cliente	1232 Procesos de venta	RA6

12.7	Archivo de la documentación comercial generada en las ventas	1232 Procesos de venta	RA6
12.8	Conocer los medios de cobro permitidos a los clientes	1232 Procesos de venta	RA6

Evaluación del desempeño

Código	Criterios de Evaluación	Descriptor	Deficiente	Apenas aceptable	Regular	Bueno	Óptimo
12.1	a) b)	Conoce correctamente los documentos de venta mediante la aplicación utilizada en Carrefour					
12.2	a) b) c)	Cumplimenta correctamente contratos de compraventa y de suministro					
12.3	a)	Maneja y lleva a cabo la informatización de clientes y de productos.					
12.4	a) b)	Conoce correctamente los pedidos y albaranes.					
12.5							
12.6	a) b)	Conoce correctamente las facturas a clientes.					
12.7	a)	Archiva la documentación generada en las ventas					

12.8	c) d) e) f)	Conoce los medios de cobro de los clientes.					
------	-------------	---	--	--	--	--	--

Criterios de evaluación asociados al Resultado de Aprendizaje 5	<p>a) Se ha interpretado la normativa que regula los contratos de compraventa.</p> <p>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.</p> <p>c) Se ha cumplimentado el contrato de compraventa en el que se recogen los acuerdos entre vendedor y comprador, utilizando un procesador de textos.</p>
--	---

**Crterios de evaluaci3n asociados al
Resultado de Aprendizaje 6**

- a) Se ha gestionado la documentaci3n comercial de diferentes operaciones de venta, desde la recepci3n del pedido hasta el env3o y recepci3n por parte del cliente.
- b) Se ha establecido el modo de formalizar el pedido por parte del cliente, en ventas a distancia (por cat3logo, televenta, tel3fono m3vil e Internet, entre otros)
- c) Se han identificado las distintas formas de pago, analizando el procedimiento y la documentaci3n 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 t3rminos de coste, seguridad y facilidad de uso.
- f) Se ha cumplimentado la documentaci3n correspondiente a los diferentes medios de pago.

Actividad Nº: 14

Empresa:	CARREFOUR CEUTA	Departamento:	SALA DE VENTAS. SECCIÓN ELECTRODOMÉSTICOS. SECCIÓN PARAFARMACIA
Alumno/a:		Tutor/a Laboral:	

Actividad:		Fecha/s:	
Planificación y desarrollo de la entrevista de venta con el cliente, aplicando técnicas de venta y cierre, de acuerdo con las directrices de la empresa.		29/04 – 30/04	06/05 – 07/05
Código	Concreción de actividad	MP relacionados	RA
14.1	Cómo presentarse a un cliente. El saludo y toma de contacto.	1232 Procesos de venta	RA4
14.2	Aplicación de técnicas de sondeos a un cliente: Preguntas más frecuentes para determinar las necesidades del cliente.	1232 Procesos de venta	RA4
14.3	Aplicación de los distintos argumentos que puede utilizar un vendedor. Poner en valor un producto.	1232 Procesos de venta	RA3 RA4
14.4	Explicación de las características de un producto a un cliente relativo a una oferta en vigor, en las secciones de electrodomésticos y parafarmacia.	1232 Procesos de venta	RA4

14.5	Analizar los servicios posventa que ofrece la empresa: garantía, asistencia técnica y reparaciones, recambios y repuestos.	1232 Procesos de venta	RA4
------	--	------------------------	-----

Evaluación del desempeño

Código	Criterios de Evaluación	Descriptor	Deficiente	Apenas aceptable	Regular	Bueno	Óptimo
14.1	f)	Se presenta al cliente debidamente, utilizando las técnicas de presentación adecuadas.					
14.2	b) f)	Conoce y aplica correctamente las preguntas más frecuentes para el sondeo de clientes.					
14.3	e) b) c) d) f)g)	Sabe las preguntas que hay que hacer al cliente, argumentando la venta y dando valor al producto.					
14.4	e) c) d)	Explica debidamente las características del producto.					
14.5	g)	Conoce los servicios posventa que ofrece la empresa					

Criterios de evaluación asociados al Resultado de Aprendizaje 3	<p>e) 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.</p>
Criterios de evaluación asociados al Resultado de Aprendizaje 4	<p>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.</p> <p>c) Se ha preparado el material de apoyo y la documentación necesaria.</p> <p>d) Se ha realizado la presentación y demostración del producto, utilizando técnicas de venta adecuadas para persuadir al cliente.</p> <p>f) Se han utilizado técnicas de comunicación verbal y no verbal en situaciones de venta y relación con el cliente.</p>

PERSONAS RESPONSABLES DEL PROYECTO

En el centro educativo:

- Noelia Román Mora: Tutora y profesora del módulo Dinamización en el Punto de Venta.
- María del Rosario Ruiz García profesora de los módulos Procesos de Venta y Gestión de Compras.
- Gema Carracedo Muñoz profesora del módulo Marketing en la Actividad Comercial.
- Ángeles Rivera Jarillo: Coordinadora de FP Dual.

En la empresa:

- María Flora Díaz Ramírez: Tutora de Empresa