

PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DEL MÓDULO

GESTIÓN DE COMPRAS

Familia Profesional: Comercio y Marketing



IES
CO
MER
CIO

CFGM ACTIVIDADES COMERCIALES

1^{ER} CURSO

AÑO ACADÉMICO: 2023 – 2024

Profesor: Sofía Alonso Merino

INDICE:

1. Introducción _____ Pg. 2
2. Competencias profesionales, personales y sociales ____Pg. 2
3. Entorno profesional y puestos de trabajo _____Pg. 3-5
4. Objetivos generales _____Pg. 5
5. El módulo Gestión de Compras _____Pg. 5-7
6. Desarrollo y distribución de contenidos _____Pg. 10 - 28
7. Temporalización de los contenidos _____Pg. 29
8. Evaluación y seguimiento _____Pg. 29-33
9. Atención a la diversidad _____Pg. 33
10. Medios, recursos y materiales _____Pg. 33
11. Actividades complementarias y extraescolares _____Pg.33
12. Anexo de adaptación al plan tecnológico y pedagógico del centro _____Pg.34

1. Introducción

El título de “**Técnico en Actividades comerciales**” y sus enseñanzas mínimas se regula por el *Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre*, de conformidad con el RD 1147/2011, de 29 de julio, que establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, tomando como base el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, las directrices fijadas por la Unión Europea y otros aspectos de interés social. Con la entrada en vigor de la Orden ECD/73/2013, de 23 de enero, se establece definitivamente el currículo y se implantan las enseñanzas amparadas por la LOE (Ley Orgánica de Educación 2/2006).

El **perfil profesional** del título de Técnico en Actividades Comerciales queda determinado por su competencia general, sus competencias profesionales, personales y sociales, y por la relación de cualificaciones y, en su caso, unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título.

La **competencia general** de este título consiste en desarrollar actividades de distribución y comercialización de bienes y/o servicios, y en gestionar un pequeño establecimiento comercial, aplicando las normas de calidad y seguridad establecidas y respetando la legislación vigente.

2. Competencias profesionales, personales y sociales

Las competencias profesionales, personales y sociales de este título, relacionadas con el módulo **Gestión de Compras**, son las siguientes:

- Garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio, previendo las necesidades de compra para mantener el nivel de servicio que requiere la atención a la demanda de los clientes o consumidores.
- Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.
- Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.
- Resolver de forma responsable las incidencias relativas a su actividad, identificando las causas que las provocan, dentro del ámbito de su competencia y autonomía.

Programación de módulo

GESTIÓN DE COMPRAS

- Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.
- Aplicar los protocolos y las medidas preventivas de riesgos laborales y protección ambiental durante el proceso productivo, para evitar daños en las personas y en el entorno laboral y ambiental.
- Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de “diseño para todos” en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

3. Entorno profesional y puestos de trabajo

Las personas que obtienen este título ejercen 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 o bien realizando funciones de organización y gestión de su propio comercio.

Se trata de trabajadores por cuenta propia que gestionan un pequeño comercio o tienda tradicional, o de trabajadores por cuenta ajena que ejercen su actividad en los departamentos o secciones de comercialización de cualquier empresa u organización, en distintos subsectores:

- En establecimientos comerciales trabaja por cuenta ajena en las diferentes secciones comerciales.
- En la comercialización de productos y servicios por cuenta propia y ajena fuera del establecimiento comercial.
- En el departamento comercial de pymes y empresas industriales.
- En el departamento de atención al cliente/consumidor/usuario de organismos públicos.
- En empresas industriales y comerciales grandes y medianas.
- En el sector del comercio al por menor.

Las **ocupaciones y puestos de trabajo** más relevantes son los siguientes:

- Vendedor.
- Vendedor/a técnico/a.
- Representante comercial.
- Orientador/a comercial.
- Promotor/a.
- Televendedor/a.
- Venta a distancia.

GESTIÓN DE COMPRAS

- 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.

Las **funciones de este técnico en el puesto de trabajo** estarán por la aplicación generalizada de nuevas tecnologías en la gestión diaria de su pequeño establecimiento, que se aplican fundamentalmente a:

- Los procesos de gestión de stocks de mercaderías.
- Los procesos de aprovisionamiento de mercaderías.
- Los procesos de cobro a través de terminales punto de venta.
- Los procesos de implantación de acciones de marketing en producto o servicio, precios, promociones y distribución.
- La implantación de promociones de productos o servicios en el establecimiento comercial.
- Los procesos de comercialización de los productos y servicios.
- La comunicación, información y atención al cliente a través de teléfono o por Internet.
- Los procesos de comercialización a través de canales digitales.
- El control de calidad de los servicios prestados.

Los cambios tecnológicos de carácter digital a nivel mundial, principalmente en las telecomunicaciones y el uso de Internet, ha provocado un flujo de información que debe ser aprovechado por las empresas para generar valor añadido en la calidad de los productos y servicios ofrecidos, así como una mayor eficacia en su relación con otras empresas y/o clientes, entre las que se pueden mencionar:

- El uso de Internet para realizar comunicaciones y gestiones vía correo electrónico.
- El uso de medios digitales para desarrollar diferentes acciones de comercio electrónico y

GESTIÓN DE COMPRAS

promoción.

- El uso de medios y sistemas de comunicación digitales seguros para realizar transacciones comerciales y gestión de documentos de forma fiable, segura y confidencial.

El perfil profesional de este título, dentro del comercio, marca una evolución hacia aquellas competencias que aportan al sector eficiencia técnica y económica, incorporación y aprovechamiento de las nuevas tecnologías en el funcionamiento de mercados globales, para conseguir que las empresas contribuyan a crear una sociedad más justa, medioambientalmente comprometida y socialmente más igualitaria.

4. Objetivos generales

Los objetivos generales del Ciclo Formativo “**Actividades comerciales**” que están relacionados con el módulo Gestión de compras son los siguientes:

- ❖ Identificar y elegir los mejores proveedores y suministradores, negociando las condiciones de suministro para realizar las compras que mantengan el nivel de servicio en función de la demanda de los clientes o consumidores.
- ❖ Acumular y procesar datos sobre previsiones de compras a proveedores, utilizando tecnologías de comunicación para garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio.
- ❖ Analizar operaciones de compraventa y de cobro/pago, utilizando medios convencionales o electrónicos para administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial.
- ❖ Reconocer las características de los programas informáticos utilizados en el sector comercial, confeccionando documentos y materiales informáticos para realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial.
- ❖ Identificar el mercado y el entorno de la empresa, obteniendo y organizando la información de los agentes que intervienen en el proceso comercial.
- ❖ Analizar y utilizar los recursos existentes y las tecnologías de la información y la comunicación para aprender y actualizar sus conocimientos, reconociendo las posibilidades de mejora profesional y personal, para adaptarse a diferentes situaciones profesionales y laborales.
- ❖ Desarrollar trabajos en equipo y valorar su organización, con tolerancia y respeto, y tomar decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía.
- ❖ Adoptar y valorar soluciones creativas ante los problemas que se presentan en el desarrollo del trabajo, para resolver de forma responsable las incidencias de su actividad.

Programación de módulo

GESTIÓN DE COMPRAS

- ❖ Aplicar y analizar las técnicas necesarias para mejorar los procedimientos de calidad del trabajo en el proceso de aprendizaje y del sector productivo de referencia.

5. El módulo: Gestión de compras

Este módulo contiene la formación necesaria para desempeñar funciones de aprovisionar mercaderías en el establecimiento comercial, gestionando el proceso de compras y satisfaciendo el nivel de servicio al cliente establecido.

La función de aprovisionar o realizar las compras de mercaderías en el establecimiento comercial incluye aspectos como:

- Calcular las estimaciones de ventas futuras.
- Realizar las compras de mercaderías programadas.
- Clasificar y elegir las ofertas de proveedores.
- Realizar contratos de compra o suministro de mercaderías.
- Realizar la comprobación e inspección de mercancías compradas.
- Gestionar las incidencias del aprovisionamiento.
- Detectar productos nuevos y obsoletos del mercado.
- Calcular índices de gestión del establecimiento comercial.
- Realizar planes de liquidación de productos.

Las actividades profesionales asociadas se aplican en:

- La gestión de compras en empresas de distribución mayoristas, centrales de compras de grandes y medianas superficies y en pequeños establecimientos comerciales.

Las líneas de actuación en el **proceso de enseñanza aprendizaje** que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- Determinar las necesidades de compra de un pequeño establecimiento comercial.
- Programar las compras de mercaderías seleccionando los proveedores adecuados.
- Gestionar y archivar la documentación generada en el proceso de compra o suministro de mercaderías.
- Gestionar la recepción de pedidos de mercaderías.
- Utilizar el terminal punto de venta para mejorar la gestión comercial del pequeño establecimiento

GESTIÓN DE COMPRAS

comercial.

Contenidos curriculares

Según la orden que establece el currículo del ciclo formativo, los contenidos para que el alumno pueda alcanzar las competencias y los objetivos que establecen las enseñanzas amparadas por la LOE son:

a) **Determinar las necesidades de compra de un pequeño establecimiento comercial:**

- La función logística en la empresa.
- Calidad total y Just in Time.
- Los costes logísticos.
- El ciclo de compras.
- Variables de calidad y nivel de servicio.
- Stock óptimo y mínimo.
- Indicadores de necesidades de reposición en el punto de venta.
- La previsión de ventas.
- Tendencias.
- Variación en la demanda.
- Técnicas de inferencia estadística.
- El programa de pedidos.

b) **Realización de planes de aprovisionamiento de mercaderías:**

- Centrales de compra.
- Mayoristas y abastecimiento al por mayor.
- Internet como canal de compra.
- Determinación de necesidades de compra: volumen de pedido, precio, capacidad y coste de almacenamiento, y plazo de entrega.
- Selección de proveedores.
- Criterios de selección.
- Técnicas de negociación de las condiciones de suministro.

GESTIÓN DE COMPRAS

c) **Tramitación de la documentación de compra de mercaderías:** ☑ El contrato de suministro.

- Pliego de condiciones de aprovisionamiento.
- Gestión administrativa de pedidos.
- Técnicas de comunicación en la tramitación de las compras.
- Órdenes de compra y pedido.
- Albaranes de entrega.
- Facturas.

d) **Gestión y control del proceso de recepción de pedidos:**

- La recepción de pedidos.
- La inspección de mercaderías.
- Incidencias en los pedidos.
- La pérdida desconocida.
- Desembalaje de productos.
- Normativa medioambiental en el desembalaje de mercaderías. ☑ Aplicaciones informáticas de gestión de almacenes.

e) **Comprobación de idoneidad y rentabilidad del surtido implantado en el establecimiento comercial:**

- Índices de gestión de ventas.
- Ratios de gestión de productos.
- Índice de circulación.
- Índice de atracción.
- Índice de compra.
- Ratio de productividad del lineal.
- Índice de rentabilidad del lineal.
- Ratio de beneficio del lineal.
- Índice de rentabilidad del lineal desarrollado.
- Rendimiento del lineal.
- Seguimiento del surtido.

GESTIÓN DE COMPRAS

- Análisis ABC.
- Análisis DAFO de referencias.
- Detección de productos obsoletos y productos poco rentables.
- Incorporación de innovaciones y novedades a la gama de productos.

f) **Realización de la gestión de compraventa de un establecimiento comercial:**

- Software útil para terminales punto de venta.
- Gestión integrada del aprovisionamiento.
- Datos necesarios para crear una empresa en el terminal punto de venta.
- Alta de almacenes, proveedores, artículos y clientes entre otros.
- Periféricos del terminal punto de venta.
- Gestión de pedidos, albaranes, facturas y medios de pago en el terminal punto de venta.
- Las promociones con el terminal punto de venta.
- El cobro de mercaderías con el terminal punto de venta.
- Presupuestos a clientes.
- Configuración de terminales punto de venta.
- Tickets.
- Caja.
- Confección de estadísticas e informes de compras, ventas y almacén.
- Generación de gráficos estadísticos.

6. Desarrollo y distribución de los contenidos

Los contenidos, objetivos y capacidades de evaluación, establecidos por la normativa legal, se han desarrollado en nueve unidades didácticas de la siguiente forma:

UNIDAD 1. LA GESTIÓN DE COMPRAS EN LA PEQUEÑA EMPRESA
--

1. OBJETIVOS

- Identificar la función logística de la empresa.

GESTIÓN DE COMPRAS

- Estipular el ciclo de compras.
- Establecer las variables de calidad y nivel de servicio.
- Conocer el concepto de calidad total.
- Determinar el sistema de aprovisionamiento denominado *Just in Time*.
- Calcular los costes logísticos.

2. CONTENIDOS

CONCEPTUALES:

- La función logística en la empresa.
- El ciclo de compras.
- Las variables del servicio al cliente.
- Los conceptos de calidad total y *just in time*. ☐ Los costes logísticos.

PROCEDIMENTALES:

- Descripción de la función logística en la empresa.
- Determinación del ciclo de compras.
- Identificación de las variables del servicio al cliente.
- Exposición de los conceptos de calidad total y *just in time*.
- Cálculo de los costes logísticos.

ACTITUDINALES:

- Valoración de la importancia de la logística en la empresa.
- Reconocimiento del hecho de que las compras son un elemento fundamental en la actividad empresarial.
- Organización y método en la recopilación de información.
- Valoración de la importancia del servicio al cliente.
- Mantenimiento de la confidencialidad en la información obtenida en las operaciones de compraventa.
- Rigor en el cálculo de los costes logísticos.

3. EVALUACIÓN

- o Los criterios de evaluación serán:
 - o Identificar los principales objetivos y funciones de la logística.
 - o Describir el ciclo de compras.
 - o Identificar las variables de la calidad del servicio.
 - o Clasificar los diferentes costes logísticos.

UNIDAD 2. REVISIÓN DE LA DEMANDA

1. OBJETIVOS

- Realizar las previsiones de ventas analizando la información recogida empleando técnicas estadísticas.
- Determinar periodos de mayor y menor demanda según la estacionalidad y la evolución de la actividad comercial.
- Utilizar hojas de cálculo para comparar cifras de las ventas previstas y las reales.
- Establecer la rotación del producto y la capacidad y coste de almacenamiento.
- Realizar la programación de compras de mercaderías con suficiente antelación y periodicidad para asegurar el abastecimiento.

2. CONTENIDOS

CONCEPTUALES:

- La previsión de ventas.
- Las variaciones de la demanda.
- La planificación de las compras.
- El stock de la empresa.
- Los sistemas de aprovisionamiento.

PROCEDIMENTALES:

- Análisis de la necesidad de abastecimiento de mercancías.
- Determinación de las variaciones de la demanda.

GESTIÓN DE COMPRAS

- Elaboración de la planificación de las compras.
- Descripción del stock de la empresa.
- Clasificación de los distintos tipos de stock.
- Determinación de los sistemas de aprovisionamiento.

ACTITUDINALES:

- Valoración de la importancia de la previsión de compras.
- Reconocimiento de la importancia de la planificación de las compras, para no estar desabastecida la empresa.
- Organización y método en el momento de realizar las previsiones.
- Rigor en la planificación de las compras, así como en la gestión de stocks.

3. EVALUACIÓN

Los criterios de evaluación serán:

- Realizar previsiones de ventas de la tienda, analizando la información recogida.
- Determinar periodos de mayor y menor demanda comercial en función de la estacionalidad y de la evolución de la actividad comercial de la zona.
- Utilizar hojas de cálculo para comparar las cifras de ventas previstas y las reales.
- Identificar las causas de las posibles desviaciones detectadas entre las cifras de las ventas previstas las reales.
- Determinar 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.
- Realizar la programación de compras de mercaderías con suficiente antelación y periodicidad para asegurar el abastecimiento de la tienda.

UNIDAD 3. LOS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

1. OBJETIVOS

Identificar los agentes que intervienen en el canal de comercialización.

2. CONTENIDOS

CONCEPTUALES

GESTIÓN DE COMPRAS

- Los canales de comercialización.
- Centrales de compra.
- Mayoristas y abastecimiento al por mayor.
- Internet como canal de compra.

PROCEDIMENTALES

- Descripción de los distintos canales de comercialización, así como de la función de cada uno de los agentes que pueden participar en el mismo.
- Identificación de la función de las centrales de compras.
- Desarrollo del papel de los intermediarios mayoristas y análisis del abastecimiento al por mayor.
- Análisis de la función de Internet como canal de compra.

ACTITUDINALES

- Valoración de la importancia que tienen cada uno de los intermediarios que participan en el canal de comercialización y reconocimiento de su función.

3. EVALUACIÓN

Criterios de evaluación:

- Comprender el concepto de canal de distribución.
- Identificar los distintos agentes que intervienen en el canal y los distintos canales que se pueden dar en el mercado.
- Analizar la diferencia entre los intermediarios mayoristas y minoristas.
- Comprender la estructura del canal de comercialización cuando se trata de comercio electrónico.

UNIDAD 4. SELECCIÓN DE PROVEEDORES

1. OBJETIVOS

- Establecer criterios de selección de proveedores a partir de las fuentes disponibles.
- Utilizar aplicaciones ofimáticas generales, como bases de datos y hojas de cálculo, para seleccionar y/o actualizar la información de proveedores.
- Solicitar ofertas a proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra mediante medios convencionales o telemáticos.
- Utilizar técnicas de negociación en la solicitud de ofertas a proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra, concretando los requisitos necesarios y las condiciones

Programación de módulo

GESTIÓN DE COMPRAS

del suministro de mercaderías.

- Determinar la oferta más ventajosa, comparando las condiciones ofrecidas por los proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra.

2. CONTENIDOS

CONCEPTUALES

- Selección de proveedores.
- Criterios de selección.
- Etapas del proceso de negociación con proveedores.
- Preparación de la negociación.
- Solicitud de ofertas.
- Técnicas de negociación de las condiciones de suministro.

PROCEDIMENTALES

- Desarrollo de un procedimiento adecuado para la selección de proveedores.
- Establecimiento de criterios adecuados de selección de proveedores.
- Identificación de las distintas etapas por las que transcurre el proceso de negociación con proveedores.
- Desarrollo de las pautas a utilizar en una negociación.
- Solicitud y comparación de ofertas de distintos proveedores.
- Desarrollo de técnicas de negociación de las condiciones de suministro.

ACTITUDINALES

- Desarrollo de pautas y estrategias que permitan al alumno poder llevar a cabo de forma óptima una negociación en un ambiente comercial, consiguiendo alcanzar los objetivos propuestos.

3. EVALUACIÓN

Criterios de evaluación:

- Establecer criterios de selección de proveedores a partir de las fuentes disponibles.
- Utilizar aplicaciones ofimáticas generales, como bases de datos y hojas de cálculo, para seleccionar y/o actualizar la información de proveedores.
- Solicitar ofertas a proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra mediante medios convencionales o telemáticos.
- Utilizar técnicas de negociación en la solicitud de ofertas a proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra, concretando los requisitos necesarios y las condiciones

GESTIÓN DE COMPRAS

del suministro de mercaderías.

- Determinar la oferta más ventajosa, comparando las condiciones ofrecidas por los proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra.

UNIDAD 5. EL CONTRATO DE COMPRAVENTA

1. OBJETIVOS

Determinar los documentos necesarios para formalizar la compra de mercaderías en los que se reflejen las condiciones acordadas y se detalle la responsabilidad de las partes.

2. CONTENIDOS

CONCEPTUALES

- El contrato de suministro.
- Pliego de condiciones de aprovisionamiento.
- Gestión administrativa de pedidos.

PROCEDIMENTALES

- Análisis de los elementos que componen el contrato de suministro.
- Identificación de los conceptos que se incluyen en el pliego de condiciones de aprovisionamiento.
- Desarrollo de la gestión administrativa de pedidos.

ACTITUDINALES

- Desarrollar una actitud positiva hacia el lenguaje administrativo utilizado en los distintos tipos de contactos con el fin de que el alumno se familiarice y aprenda a utilizarlos de forma adecuada.

3. EVALUACIÓN

Criterios de evaluación:

Determinar los documentos necesarios para formalizar la compra de mercaderías en los que se reflejen las condiciones acordadas y se detalle la responsabilidad de las partes.

UNIDAD 6. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN EN LA TRAMITACIÓN DE COMPRAS

1. OBJETIVOS

- Establecer un procedimiento de comunicación y tramitación de los pedidos a los proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra.

GESTIÓN DE COMPRAS

- Identificar los medios de comunicación con proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compras, habituales en el proceso de compra.

2. CONTENIDOS

CONCEPTUALES

- Técnicas de comunicación en la tramitación de las compras.
- Comunicación escrita.
- Comunicación verbal y no verbal.
- Comunicación telemática.

PROCEDIMENTALES

- Identificación de distintas técnicas de comunicación en la tramitación de las compras.
- Análisis de distintos tipos de comunicación escrita.
- Desarrollo de pautas para la comunicación verbal y no verbal.
- Identificación de distintos tipos de comunicación telemática.

ACTITUDINALES

- Valoración de la importancia de los distintos tipos de comunicación que pueden utilizarse en el ámbito comercial y desarrollar interés por llevar a cabo una comunicación adecuada empleando cualquiera de los tipos de comunicación vistos en la unidad: escrita, verbal, no verbal y telemática.

3. EVALUACIÓN

Criterios de evaluación:

- Establecer un procedimiento de comunicación y tramitación de los pedidos a los proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra.
- Identificar los medios de comunicación con proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compras, habituales en el proceso de compra.

UNIDAD 7. LOS DOCUMENTOS RELACIONADOS CON LA COMPRAVENTA

1. OBJETIVOS

- Identificar y utiliza los diferentes tipos de documentos relacionados con la compraventa y el suministro de mercancías.
- Interpretar los documentos generados por los proveedores y comprende las Programación de módulo

GESTIÓN DE COMPRAS

responsabilidades en cláusulas que figuran en ellos.

- Realizar los cálculos que procedan para obtener el importe que figurará en la factura.
- Identificar, relacionar y comprender los documentos de transporte.

2. CONTENIDOS

CONCEPTUALES:

- Los elementos comunes de los documentos de compraventa.
- El pedido y las órdenes de compras.
- El albarán de entrega.
- La factura convencional, la factura simplificada y la factura electrónica.
- La factura pro forma, el duplicado de factura y la factura rectificativa.
- La carta de porte.

PROCEDIMENTALES:

- Interpretación de la normativa mercantil y fiscal y los usos del comercio que regulan la emisión de documentos comerciales.
- Elaboración de documentos de compraventa: pedido, albarán, factura, de acuerdo con la normativa mercantil y fiscal y los usos del comercio, utilizando herramientas informáticas.

ACTITUDINALES:

- Actitud ordenada y metódica en la realización de las tareas.
- Planificación las tareas a realizar previendo dificultades y posibles soluciones.
- Iniciativa personal a la innovación en medios materiales y organización de procesos.

3. EVALUACIÓN

Los criterios de evaluación serán:

- Determinar cuáles son los tipos de documentos utilizados en la compraventa y suministro de mercaderías de pequeños comercios.
- Realizar los documentos necesarios en el proceso de compraventa de mercaderías, utilizando aplicaciones ofimáticas.
- Interpretar los documentos generados por los proveedores, comprendiendo la responsabilidad en cláusulas que figura en ellos.
- Realizar los cálculos oportunos para obtener el importe que figurará en la factura.
- Determinar, relacionado y comprendido los documentos accesorios de transporte.

UNIDAD 8. LOS MEDIOS DE COBRO Y PAGO EN LA COMPRAVENTA

1. OBJETIVOS

- Conocer la importancia de los medios de pago en las relaciones comerciales.
- Clasificar los medios de pago atendiendo al uso.
- Identificar y utilizar los diferentes medios de pago.

2. CONTENIDOS

CONCEPTUALES:

El recibo

- El cheque
- El pagaré
- La letra de cambio
- La transferencia bancaria
- Las tarjetas de crédito y débito

PROCEDIMENTALES:

- Identificación de los medios de pago utilizados habitualmente en las facturas de proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra.

ACTITUDINALES:

- Actitud ordenada y metódica en la realización de las tareas.
- Planificación las tareas a realizar previendo dificultades y posibles soluciones.
- Iniciativa personal a la innovación en medios materiales y organización de procesos.

3. EVALUACIÓN

Los criterios de evaluación serán:

- Determinar cuáles son los tipos de documentos utilizados en la compraventa y suministro de mercaderías de pequeños comercios.
- Realizar los documentos necesarios en el proceso de compraventa de mercaderías, utilizando aplicaciones ofimáticas.

GESTIÓN DE COMPRAS

- Interpretar los documentos generados por los proveedores, comprendiendo la responsabilidad en cláusulas que figura en ellos.
- Realizar los cálculos oportunos para obtener el importe que figurará en la factura.
- Determinar, relacionar y comprender los documentos accesorios de transporte.

UNIDAD 9. LA RECEPCIÓN DE PEDIDOS

1. OBJETIVOS

- Efectuar una correcta recepción de la mercancía recibida.
- Diferenciar las fases a seguir en la recepción de pedidos.
- Reconocer posibles incidencias.
- Establecer un procedimiento de comunicación.
- Identificar las herramientas o utensilios necesarios para un adecuado desembalaje.
- Conocer la normativa de carácter medioambiental.
- Identificar las características del software de gestión de almacén.

2. CONTENIDOS

CONCEPTUALES:

- La recepción de mercancías.
- La carta de reclamación.
- El inventario teórico y real.
- La pérdida desconocida.
- El embalaje y la relación con la normativa medioambiental.

PROCEDIMENTALES:

- Comprobación de la coincidencia entre el pedido realizado y la mercancía recibida en cuanto a cantidad, plazo de entrega, calidad y precio.
- Identificación de las posibles incidencias en la recepción del pedido.
- Establecimiento de un procedimiento para la comunicación y resolución de incidencias con el proveedor.
- Determinación de las herramientas o utensilios, para el desembalaje de las mercaderías, previniendo daños o roturas.
- Identificación de las medidas que deben tomarse durante el desembalaje de las

GESTIÓN DE COMPRAS

mercaderías, para respetar la normativa vigente de carácter medioambiental.

ACTITUDINALES:

- Actitud ordenada y metódica en la realización de las tareas.
- Planificación las tareas a realizar previendo dificultades y posibles soluciones.
- Participación en tareas de equipo.

3. EVALUACIÓN

Los criterios de evaluación son:

- Gestionar y controlar el proceso de recepción de pedidos, verificándolos de acuerdo con los criterios comerciales establecidos con los proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra.

UNIDAD 10. GESTIÓN DE SURTIDO

1. OBJETIVOS

- Calcular la rentabilidad de los productos ofertados, empleando ratios de las cifras de ventas y los márgenes de beneficios.
- Valorar el atractivo de los productos ofertados, entrevistando a los clientes.
- Sistematizar la información obtenida sobre nuevas tendencias e innovaciones de productos.
- Elaborar un plan de revisión de productos caducados o con riesgo de obsolescencia, analizando las ventas y el grado de satisfacción de los clientes.
- Elabora un plan de productos, decidiendo las acciones necesarias y plazos de ejecución.
- Obtener información de los productos que ofrece la competencia con el fin de realizar un análisis comparativo.
- Establecer criterios de incorporación de nuevos productos.

2. CONTENIDOS

CONCEPTUALES:

- Índices del surtido.
- Análisis del surtido.
- Modificación del surtido.
- El surtido y el consumidor.

PROCEDIMENTALES:

GESTIÓN DE COMPRAS

- Análisis de los principales índices del surtido.
- Análisis del surtido del establecimiento.
- Determinación de la modificación del surtido.
- Descripción del surtido en relación al consumidor.

ACTITUDINALES:

- Valorar la importancia del surtido en el establecimiento comercial.
- Reconocer la importancia de la actualización del surtido a las exigencias del consumidor.
- Ser organizado y metódico en el momento de implantar el surtido en el establecimiento comercial.
- Ser riguroso en el análisis del surtido en el momento de su modificación.

3. EVALUACIÓN

Los criterios de evaluación serán:

- Calcular la rentabilidad de los productos ofertados, utilizando ratios elementales de las cifras de ventas y márgenes de beneficios.
- Valorar el atractivo de los productos ofertados, entrevistando o encuestando a los clientes.
- Sistematizar la información obtenida sobre nuevas tendencias e innovaciones de productos.
- Elaborar un plan de revisión de productos caducados o con riesgo de obsolescencia, analizando las ventas del periodo y la satisfacción de los clientes.
- Elaborar un plan de liquidación de productos, estableciendo acciones necesarias y plazos de ejecución.
- Obtener información comercial dentro de la zona de influencia del comercio de los productos por la competencia.
- Establecer criterios de incorporación de nuevos productos al surtido, valorando la rentabilidad y su complementariedad.

UNIDAD 11. EMPLEO DEL TERMINAL PUNTO DE VENTA EN LA GESTIÓN DE COMPRAVENTA

1. OBJETIVOS

- Instalar el software en el TPV para gestionar las operaciones de un pequeño establecimiento.
- Valorar el atractivo de los productos ofertados, entrevistando a los clientes.
- Crear una empresa nueva en el TPV, y dar de alta a proveedores, artículos y clientes.
- Formalizar compras a los proveedores, siguiendo el proceso completo desde el pedido hasta

Programación de módulo

GESTIÓN DE COMPRAS

la factura.

- Efectuar ventas a los clientes, realizando los documentos correspondientes.
- Realizar cobros de mercancías mediante el TPV.
- Ejecutar el arqueo de caja.

2. CONTENIDOS

CONCEPTUALES:

- El terminal punto de venta.
- Software de gestión del TPV.
- Gestión del pedido, albarán, factura correspondiente a la compra.
- Realización de los documentos correspondientes a la venta.
- Operaciones de caja utilizando el TPV.

PROCEDIMENTALES:

- Descripción del terminal punto de venta, sus elementos y sus clases.
- Determinación del software de gestión del TPV.
- Elaboración de los documentos correspondientes a la compra, a partir de los datos iniciales, empleando el TPV.
- Elaboración de los documentos correspondientes a la venta, a partir de los datos iniciales, empleando el TPV.
- Realización de informes a partir de los datos registrados en el TPV.

ACTITUDINALES:

- Valoración de la importancia del TPV para la gestión del establecimiento comercial.
- Reconocimiento de la importancia del TPV en lo referente al registro y manejo de información.
- Organización y método en la generación de los documentos de compraventa.
- Rigor en la introducción de datos en el TPV, con el fin de evitar errores.

3. EVALUACIÓN

Los criterios de evaluación serán:

- Instalar el software adecuado en el TPV para gestionar las operaciones comerciales de un pequeño establecimiento.
- Crear una empresa nueva en el TPV, configurando los parámetros necesarios para su funcionamiento.

Programación de módulo

GESTIÓN DE COMPRAS

- Dar de alta almacenes, proveedores, artículos y clientes entre otros introduciendo los datos requeridos en cada caso.
- Realizar compras a proveedores siguiendo el proceso completo desde el pedido hasta la generación de la factura.
- Realizar tareas de cobro de mercaderías a través del TPV.

7. Temporalización de los contenidos

El tiempo total que corresponde a este módulo es de **90 horas**. Para impartir los contenidos teórico-prácticos se destinarán, en función de las unidades previstas:

Unidad 1 6 h.

Unidad 2 8 h.

Unidad 3 8 h.

Unidad 4 8 h.

Unidad 5 6 h.

Unidad 6 4 h.

Unidad 7 10 h.

Unidad 8 10 h.

Unidad 9.....6 h.

Unidad 10... 8 h.

Unidad 11..... 8 h.

Total 82 horas

Las horas restantes se dedicarán para realizar controles/exámenes de autoevaluación y reforzar las actividades de aplicación que presenten mayor dificultad.

Dado que esta programación está concebida con flexibilidad para su correcta adaptación al grupo de alumnos, a lo largo del curso podrá variar ligeramente la carga de horario que destinemos a cada unidad y el orden de impartición de los contenidos a favor de favorecer una mayor comprensión.

8. Evaluación y seguimiento

La evaluación es un componente básico del proceso de enseñanza - aprendizaje; debe ser coherente con las características del ciclo formativo, con los objetivos planteados y con la metodología utilizada.

GESTIÓN DE COMPRAS

Además, tiene que ser formativa, servir para fomentar la reflexión y orientar y analizar el proceso educativo. Por ello, la evaluación debe ser:

- **Continua**, para observar el proceso de aprendizaje.
- **Integral**, para considerar tanto la adquisición de nuevos conceptos, como procedimientos, actitudes, capacidades de relación y comunicación y el desarrollo autónomo de cada alumno.
- **Individualizada**, para que se ajuste al ritmo de aprendizaje de cada alumno y no de los alumnos en general. La evaluación individualizada proporciona información al alumno sobre su aprendizaje, sus progresos y lo que puede hacer según sus posibilidades.
- **Orientadora** porque debe ofrecer información permanente sobre la evolución del alumnado con respecto al proceso de enseñanza - aprendizaje.

El objetivo principal de la evaluación es corregir las desviaciones del proceso de enseñanza - aprendizaje. Desde este punto de vista, a la hora de evaluar, se tendrán en cuenta los aspectos siguientes:

- La adecuación de los objetivos a las características del grupo.
- El nivel de superación de las actividades programadas.
- La idoneidad de los procedimientos de evaluación utilizados.
- La adecuación de los criterios de calificación empleados.

En la evaluación se calificarán: procedimientos y comprensión de los conceptos; actitudes que se manifiesten en clase, destrezas desarrolladas, empleo de técnicas de trabajo, capacidad de investigación, metodología utilizada, realizaciones, etc.

Existen múltiples procedimientos que se pueden utilizar en la evaluación; no obstante, teniendo en cuenta las características de los módulos profesionales, algunos de los que se pueden utilizar son los siguientes:

- Al finalizar cada Unidad Didáctica se controlará que el material exigido, a cada alumno o grupo de alumnos, esté completo, ordenado y adecuadamente presentado. Se valorará positivamente las tareas realizadas y el interés de los estudiantes por aclarar dudas, exponiendo correctamente sus dificultades.
- Se efectuarán pruebas o controles objetivos, con una doble finalidad: por un lado, evaluar el nivel de conocimientos de cada alumno y, por otro, inducir a que los alumnos pregunten sus dudas, lo

GESTIÓN DE COMPRAS

cual les permitirá interiorizar y relacionar los principales conceptos.

- El profesorado propondrá la realización de trabajos individuales y en grupo sobre temas de actualidad relacionados con los contenidos que se están desarrollando en clase. Se valorará positivamente los trabajos cuyo contenido sea de calidad, incluyan documentación, estén bien presentados, expongan con claridad las ideas y conclusiones personales.

Criterios de calificación

Tal y como indica la normativa vigente sobre evaluación (Resolución 8/2021 y Orden EDU8/2019), el proceso de evaluación se realizará en 2 evaluaciones parciales trimestrales y 2 evaluaciones ordinarias, es decir: **1ª evaluación (diciembre) 2ª evaluación (marzo), 1ª convocatoria ordinaria (mayo) y 2ª convocatoria ordinaria (junio).**

La nota obtenida en los exámenes o pruebas objetivas de la 1ª evaluación, 2ª evaluación y 1ª convocatoria ordinaria, supondrán **el 75% de la nota de la evaluación, y el otro 25% se obtendrá por las tareas, trabajo diario y participación en clase** (que explicaré más adelante en este apartado).

Sin embargo, en la **2ª convocatoria ordinaria de junio**, la nota obtenida en el **examen o prueba objetiva supondrá el 100% de la nota final.**

A continuación, explico con más detalle las diferentes evaluaciones mencionadas:

- 1ª Evaluación: diciembre → Esta evaluación abarcará los 3 primeros temas del módulo.

La calificación que figurará en Racima y en las actas de evaluación debe estar expresada en números enteros, por lo que la nota se calculará según el método general del redondeo.

Sin embargo, la nota de las evaluaciones expresada en números enteros tendrá carácter principalmente orientativo, puesto que para el cálculo de la nota media del curso se ponderarán las notas de cada evaluación con decimales incluidos.

- 2ª Evaluación: marzo → Esta evaluación abarcará los temas 4 al 6 del módulo.

La calificación en Racima y en las actas de calificación, se calculará de igual forma que en la 1ª Evaluación, por redondeo.

- 1ª Convocatoria Evaluación ordinaria: mayo

Esta evaluación abarcará todos los temas que cada alumno tenga no superados hasta ese momento, es decir, si el alumno ha superado las evaluaciones parciales 1ª y 2ª, sólo tendrá que presentarse a los últimos temas desarrollados entre marzo y junio, mientras que, si no superó alguna de las

Programación de módulo

GESTIÓN DE COMPRAS

evaluaciones parciales, los temas pendientes se sumarán a los últimos temas.

La nota de esta evaluación, tanto en Racima como en las actas, será la nota media o global del curso, también redondeada. Si el alumno ha ido aprobando cada trimestre, su nota de la primera ordinaria será la media de sus evaluaciones trimestrales, considerando todos los decimales en esas notas parciales. Si en mayo se han examinado de todos los temas, la nota de esta convocatoria será la nota de ese examen (sin olvidar que en esta convocatoria también se aplican los porcentajes de 75% exámenes y 25% tareas y trabajo diario, tal y como se explica al principio de este epígrafe).

- 2ª Convocatoria Evaluación ordinaria: junio

En esta evaluación cada alumno se examinará de las evaluaciones que tenga pendientes, guardándose la nota de aquellas que si haya superado (1ª y 2ª evaluación, o incluso 3ª si se hubiera considerado oportuno realizar una tercera evaluación de forma previa a la primera convocatoria ordinaria de mayo).

Si el profesor lo estima oportuno, para facilitar la evaluación positiva del alumno, podrá realizar pruebas parciales eliminatorias de dos temas a mitad de cada uno de los trimestres. Como la realización de estas pruebas no responde a un imperativo legal, la profesora establecerá las condiciones y características de estas pruebas y las comunicará al alumnado antes de realizar la prueba correspondiente. Su realización dependerá de si el desarrollo y temporalización del módulo lo permiten.

TAREAS Y TRABAJO DIARIO

Cada alumno irá acumulando calificaciones durante el transcurso de cada trimestre por la realización de trabajos y tareas exigidas por el profesor, por su intervención en debates, comentarios y preguntas orales en clase, resolución de dudas de compañeros, resolución de ejercicios, test realizados en la plataforma Teams y en Kahoot, comentarios de noticias y vídeos relacionados con el módulo... Se valorará positivamente tanto su participación, como la oportunidad de sus intervenciones. La media de las calificaciones por todos los conceptos citados supondrá el 25% de la nota de la evaluación.

En cada evaluación, el profesor podrá solicitar la presentación escrita y/u oral de algún trabajo obligatorio, individual y/o grupal, sobre los contenidos de esta programación. Dichos trabajos, según su complejidad, y si eliminan materia o no en las pruebas escritas objetivas, podrán formar parte del 25% o del 75% de la nota comentados en los puntos anteriores. El profesor explicará su baremo y

GESTIÓN DE COMPRAS

criterios de evaluación/calificación en cada caso al enunciar las características y requisitos de cada trabajo. La no presentación de un trabajo obligatorio en el plazo fijado, sin la adecuada justificación, supondrá obtener un cero en la nota del trabajo.

Con base en las indicaciones Reglamento de Régimen Interior del centro y las vigentes normativas, el alumno que no asista al 15% de las horas anuales del módulo, justificadas o sin justificar, podrá perder el derecho a la evaluación continua si el profesor lo considera oportuno. Sólo se considerarán justificantes válidos aquellos relacionados con asistencia médica o cumplimiento de un deber inexcusable, como la asistencia a un juicio, cualquier otro motivo será valorado por el profesor e incluso el equipo de profesores del departamento. La pérdida de la evaluación continua supondrá que el alumno se presente con toda la materia del módulo a la evaluación ordinaria, bien sea en primera y/o en segunda convocatoria. En este caso no serán de aplicación las posibles notas parciales o por evaluación que haya podido obtener el alumno antes de perder la evaluación ni tampoco se aplicarán los porcentajes de 75% y 25% comentados, el alumno obtendrá como nota final el 100% de la nota obtenida en esa prueba escrita final.

Además, en consonancia con lo que indica el Reglamento de Régimen Interno, la acumulación de tres retrasos se contabilizará como una ausencia injustificada con fecha del tercer retraso. Se considera retraso siempre que el alumno entre en clase entre las 8:30-8:35 a primera hora o entre las 11:35-11:40 al volver del recreo. Siempre que el alumno llegue más tarde de esas horas, o partir de un tercer retraso, se registrará una ausencia no justificada.

El incumplimiento de las normas de conducta establecidas para el aula, tales como la falta de respeto hacia compañeros y profesor, etc. será penalizado según el Reglamento de Régimen Interno del Centro (conductas contrarias).

Criterios de recuperación

Cuando en una evaluación parcial (1ª o 2ª evaluación) no se alcance una calificación de 5, incluyendo todos los conceptos anteriormente descritos:

El profesor decidirá, si lo considera beneficioso para el alumno y en función del grado de cumplimiento de la temporalización del módulo, la realización de una prueba escrita de recuperación que incluirá todos los contenidos correspondientes al trimestre correspondiente. Esta prueba englobará todos los temas del trimestre a recuperar y no podrá ser separada en partes (no se guardan parciales aprobados a mitad de trimestre, si los hubiera).

La nota de la recuperación de las pruebas escritas de la primera y segunda evaluación será

GESTIÓN DE COMPRAS

nuevamente el 75% de la nota final, y se guardará el 25% restante evaluado a lo largo de la evaluación.

Las actividades que el alumno deberá realizar para preparar y superar la prueba de recuperación, son todas las que se hayan desarrollado en clase durante la evaluación. En cualquier caso, se indicará a los alumnos cuáles son las más importantes para superar la prueba de recuperación y/o propondrá otras de refuerzo. De igual forma, el profesor estará a su disposición para aclarar cualquier duda que les pueda surgir durante el estudio y preparación de dicha prueba, estableciendo un calendario para ello.

9. Atención a la diversidad

Se aplicará una metodología que lleve al alumnado a asimilar los conceptos básicos necesarios; reduciendo la simple memorización y que permita realizar las actividades prácticas correspondientes.

Las explicaciones impartidas en el aula se presentarán junto con el desarrollo de un número importante de actividades que optimicen el proceso de enseñanza - aprendizaje. Dichas actividades se establecerán en grado creciente de dificultad, de manera que la ejecución de una sirva de base para la siguiente y, además, sirvan al alumno y al profesor como indicador para conocer el grado de consecución de los objetivos.

Trataremos de no limitar el aprendizaje del alumnado, para ello, se programarán actividades o trabajos de ampliación para los alumnos más aventajados y de refuerzo para los que deban recuperar conceptos que no dominan. También, se facilitará a los alumnos que no superen la evaluación la recuperación de dicha materia con actividades complementarias y pruebas orales o escritas; así podrán demostrar que han adquirido las capacidades terminales y los objetivos programados.

10. Medios, recursos y materiales.

Libro recomendado para el módulo: Gestión de Compras, editorial Mc Graw Hill

Además, el profesor utilizará otros recursos didácticos para complementar el libro de texto como:

Material de uso común: audiovisual, ordenadores, etc., el disponible en el centro y específicamente en el aula en el que impartiremos el módulo.

Libros, artículos, revistas especializadas, legislación, etc.: que puedan consultar profesores y alumnos, en el aula del grupo o en la biblioteca del centro.

El alumno como material de uso particular: deberá utilizar libro de texto y cuaderno, documentos,

fichas, etc., para realizar las actividades.

11. Anexo de adaptación al plan tecnológico y pedagógico del centro.

ANEXO MODULO GESTIÓN DE COMPRAS 1º ACO

ADAPTACION DE LA PROGRAMACION A LOS ESCENARIOS 2 Y 3

I. METODOLOGÍA:

En relación a la metodología de enseñanza/aprendizaje será la indicada en la programación para un escenario de normalidad, es decir, presencialidad (100% asistencia al aula o escenario 1).

En caso de producirse otros escenarios como los que se indican a continuación, las metodologías serán las siguientes:

- **Complementaria, en el Escenario 2:** es la situación en la que se inicio el curso 2023-2024, es decir, semipresencialidad (50% asistencia al aula, 50% trabajo en casa). En esta situación, el alumno asistirá al aula la mitad de las horas lectivas del curso y la otra mitad trabajará desde casa a través de herramientas como Teams, Moodle) para seguir una formación a distancia. Durante las primeras semanas, se dará la formación al alumnado sobre el funcionamiento de dichas herramientas y la forma de seguir el curso.
- **Exclusiva, en el Escenario 3:** educación a distancia (100% online) desde casa, en el supuesto de nuevos confinamientos. El alumno trabajará desde casa a través de herramientas como Teams, Moodle para seguir una formación a distancia en su totalidad. Durante las primeras semanas del curso, se dará la formación al alumnado sobre el funcionamiento de dichas herramientas y la forma de seguir el curso. Además de las videoconferencias, la comunicación y seguimiento del alumno se realizará a través de chats, foros, correo electrónico. Para ello, será necesario “entrenar” al alumno durante las clases presenciales.

Tanto en el escenario 2 como en el 3, y cuando se utilice la comunicación con los alumnos a través de streamig, se comprobará la asistencia de los alumnos a través de dicho canal, anotando en Racima los alumnos ausentes.

Por ello, uno de los aspectos clave a trabajar durante todo el curso y más si cabe, en el comienzo del mismo como competencia transversal del módulo, es conseguir que el alumno adquiriera la competencia

GESTIÓN DE COMPRAS

digital, que le permita desenvolverse en metodologías de educación a distancia.

II. CONTENIDOS CURRICULARES.

Dentro de los contenidos, se priorizará en los fundamentales y necesarios para la adquisición de las competencias clave.

Para la enseñanza presencial se seleccionarán los contenidos introductorios clave y aquellos que se consideren complejos para el autoaprendizaje, así como para tiempo suficiente para la aclaración de dudas. Por el contrario, aquellos en los que el alumnado pueda tener una mayor autonomía para su aprendizaje se dejarán para una eventual enseñanza a distancia.

Se han indicado en color verde los contenidos que se impartirían de forma obligatoria, es decir, aquellos que se consideran contenidos imprescindibles y en color azul, los contenidos prescindibles, no porque no sean importantes, sino porque o bien se ven en otros módulos del primer curso o se van a ver en el segundo curso.

a) Determinar las necesidades de compra de un pequeño establecimiento comercial:

- La función logística en la empresa.
- Calidad total y Just in Time.
- Los costes logísticos.
- El ciclo de compras.
- Variables de calidad y nivel de servicio.
- Stock óptimo y mínimo.
- Indicadores de necesidades de reposición en el punto de venta.
- La previsión de ventas.
- Tendencias.
- Variación en la demanda.
- Técnicas de inferencia estadística.
- El programa de pedidos.

b) Realización de planes de aprovisionamiento de mercaderías:

- Centrales de compra.
- Mayoristas y abastecimiento al por mayor.

GESTIÓN DE COMPRAS

- Internet como canal de compra.
- Determinación de necesidades de compra: volumen de pedido, precio, capacidad y coste de almacenamiento, y plazo de entrega.
- Selección de proveedores.
- Criterios de selección.
- Técnicas de negociación de las condiciones de suministro.

c) Tramitación de la documentación de compra de mercaderías:

- El contrato de suministro.
- Pliego de condiciones de aprovisionamiento.
- Gestión administrativa de pedidos.
- Técnicas de comunicación en la tramitación de las compras.
- Órdenes de compra y pedido.
- Albaranes de entrega.
- Facturas.

d) Gestión y control del proceso de recepción de pedidos:

- La recepción de pedidos.
- La inspección de mercaderías.
- Incidencias en los pedidos.
- La pérdida desconocida.
- Desembalaje de productos.
- Normativa medioambiental en el desembalaje de mercaderías.
- Aplicaciones informáticas de gestión de almacenes.

e) Comprobación de idoneidad y rentabilidad del surtido implantado en el establecimiento comercial:

- Índices de gestión de ventas.
- Ratios de gestión de productos.
- Índice de circulación.
- Índice de atracción.
- Índice de compra.
- Ratio de productividad del lineal.
- Índice de rentabilidad del lineal.
- Ratio de beneficio del lineal.

GESTIÓN DE COMPRAS

- Índice de rentabilidad del lineal desarrollado.
- Rendimiento del lineal.
- Seguimiento del surtido.
- Análisis ABC.
- Análisis DAFO de referencias.
- Detección de productos obsoletos y productos poco rentables.
- Incorporación de innovaciones y novedades a la gama de productos.

f) Realización de la gestión de compraventa de un establecimiento comercial:

- Software útil para terminales punto de venta.
- Gestión integrada del aprovisionamiento.
- Datos necesarios para crear una empresa en el terminal punto de venta.
- Alta de almacenes, proveedores, artículos y clientes entre otros.
- Periféricos del terminal punto de venta.
- Gestión de pedidos, albaranes, facturas y medios de pago en el terminal punto de venta.
- Las promociones con el terminal punto de venta.
- El cobro de mercaderías con el terminal punto de venta.
- Presupuestos a clientes.
- Configuración de terminales punto de venta.
- Tickets.
- Caja.
- Confección de estadísticas e informes de compras, ventas y almacén.
- Generación de gráficos estadísticos.

III. USO DE RECURSOS DIGITALES Y DE INTERNET

Como se ha indicado, utilizaremos como plataformas de educación a distancia de forma preferente Teams y Moodle. Los alumnos disponen de acceso a Teams, gracias a la cuenta de correo electrónico gestionada por la Consejería de Educación para todos sus alumnos y Moodle, con el acceso que nos da el Instituto. Ambas plataformas son muy intuitivas y de fácil manejo por parte del alumnado. Permiten una comunicación ágil y sencilla, permitiendo canales varios como videoconferencias, servicio de mensajería, chats, foros. Para ello, en las primeras semanas del curso se trabajará con el alumnado con estas herramientas para familiarizarles con su uso.

IV. FORMAS Y MANERAS DE EVALUACIÓN

Se realizará, al comienzo del curso, una evaluación inicial sobre los contenidos no impartidos, y Programación de módulo

GESTIÓN DE COMPRAS

que por lo tanto, quedaron pendientes del curso pasado, necesarios para la correcta comprensión y aprovechamiento del módulo de Gestión de Compras.

Esta evaluación servirá para detectar las carencias y necesidades del alumnado, referidas básicamente a los contenidos mínimos no trabajados o no adquiridos en el curso académico 19/20, y así poder adecuar la programación didáctica a dichas necesidades y establecer las medidas de refuerzo y apoyo que correspondan.

En la indicada evaluación inicial, se consultará al alumnado sobre las sensaciones en relación a la formación recibida durante el confinamiento del curso 2019-2020, así como por los aspectos y propuestas de mejora, ... De la misma forma, se preguntará por los aspectos positivos de la metodología de educación a distancia que pudieron experimentar y que se podrían aplicar para el mejor aprovechamiento del módulo.

Dentro de las formas de evaluación y dependiendo del escenario, serán las siguientes:

- **Escenario 2:** es la situación en la que se ha iniciado el curso 2021-2022, es decir, semipresencialidad (50% asistencia al aula, 50% trabajo en casa).

Se ha suministrado a los alumnos, las debidas instrucciones de matrícula y forma de acceso a la misma, así como las actividades, tareas y pruebas de autoevaluación de carácter obligatorio.

A la finalización de los contenidos, tareas, del curso online, se realizará una prueba final, bien presencial o vía online, dependiendo de la situación.

La expresión de la calificación final en modalidad continua tendrá en cuenta la siguiente distribución porcentual:

- **Realización y presentación de actividades,** pruebas de autoevaluación del aula virtual del Gobierno de La Rioja...50%.
(Todas las actividades y pruebas de evaluación serán calificadas como APTO o NO APTO).

GESTIÓN DE COMPRAS

- Pruebas objetivas teórico-prácticas.....50%.

(Se realizará, al menos, una prueba final. En los exámenes parciales sobre bloques, con contenido teórico y práctico, será necesaria la calificación de cinco puntos para considerarlo superado el módulo).

- **Escenario 3:** educación a distancia (100% online) desde casa, en el supuesto de nuevos confinamientos

Ya se ha suministrado a todos los alumnos, las debidas instrucciones de matrícula y forma de acceso a la misma, así como las actividades, tareas y pruebas de autoevaluación de carácter obligatorio.

A la finalización de los contenidos, tareas, del curso online, se realizará una prueba final, bien presencial o vía online, dependiendo de la situación.

La expresión de la calificación final en modalidad continua tendrá en cuenta la siguiente distribución porcentual:

- Realización y presentación de actividades, pruebas de autoevaluación del aula virtual... 100%.
(Todas las actividades y pruebas de evaluación serán calificadas como APTO o NO APTO).