PROYECTO CURRICULAR

Y

PROGRAMACIÓN DE AULA

**VENTA TÉCNICA**

Ciclo Formativo

ACTIVIDADES COMERCIALES

|  |
| --- |
|  **Disponible la Programación completa en la Zona de Profesores de Editex** |

**Índice**

[1. PRESENTACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN 3](#_Toc457287835)

[1.1. Necesidad de programar 3](#_Toc457287836)

[1.2. Base normativa 4](#_Toc457287837)

[1.3. Sector productivo 8](#_Toc457287838)

[2. COMPETENCIAS PROFESIONALES Y OBJETIVOS GENERALES 11](#_Toc457287839)

[2.1. Competencias profesionales 11](#_Toc457287840)

[2.2. Objetivos generales 11](#_Toc457287841)

[3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN 13](#_Toc457287842)

[4. CONTENIDOS BÁSICOS Y ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS 20](#_Toc457287843)

[4.1. Contenidos básicos 20](#_Toc457287844)

[4.2. Orientaciones pedagógicas 24](#_Toc457287845)

[5. PROGRAMACIÓN DE LAS UNIDADES DE TRABAJO 25](#_Toc457287846)

[6. TEMPORALIZACIÓN 35](#_Toc457287847)

[7. METODOLOGÍA 36](#_Toc457287848)

[7.1. Metodología didáctica 36](#_Toc457287849)

[7.2. Recursos y materiales didácticos 39](#_Toc457287850)

[8. EVALUACIÓN 40](#_Toc457287851)

[8.1. El proceso de evaluación 40](#_Toc457287852)

[8.2. Fases de evaluación 41](#_Toc457287853)

**UNIDAD DE TRABAJO 1. Ofertas de productos industriales**

**OBJETIVOS DIDÁCTICOS**

Al finalizar esta unidad de trabajo, el alumnado:

* Será capaz de elaborar ofertas de productos industriales.
* Conocerá los mercados del sector primario e industrial.
* Será capaz de distinguir los diferentes tipos de productos industriales.
* Valorará la importancia de conocer y adaptar las ofertas a los diferentes tipos de clientes.
* Utilizará los argumentos en base a la calidad y seguridad de los productos industriales.

**CONTENIDOS**

1. Las actividades económicas
	1. Producción
	2. Consumo
	3. Comercialización
2. Los sectores económicos y la división del mercado
	1. Mercado del sector agropecuario
	2. Mercado del sector industrial
3. Los productos industriales
	1. Seguridad de los productos
4. El cliente industrial
	1. Información
	2. Diseño
	3. Versatilidad
	4. Beneficios adicionales
	5. Demostraciones
5. La venta de productos industriales
	1. Venta al por mayor y a granel
	2. Envase y embalaje como argumento de ventas
	3. Certificación como herramienta de marketing
6. La gestión de los productos industriales
	1. Aseguradoras
	2. Entidades financieras
	3. Homologaciones

**CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

Para evaluar al alumnado se tendrá en cuenta si:

* Define los conceptos de producción, consumo y comercialización
* Reconoce los sectores económicos y las características de los mercados primario e industrial.
* Define e identifica los productos industriales.
* Reconoce las características de los clientes industriales, los diferencia e identifica sus necesidades.
* Conoce el proceso de venta de productos industriales e identifica los diferentes tipos de venta y los factores que influyen en dicho proceso.
* Valora la importancia de la gestión de los productos industriales e identifica los elementos que facilitan su gestión.