PROYECTO CURRICULAR

Y

PROGRAMACIÓN DE AULA

**OPERACIONES ADMINISTRATIVAS DE COMPRAVENTA**

“Técnico en Gestión Administrativa”

Administración y Gestión

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

**Índice**

[1. INTRODUCCIÓN. Técnico en Gestión Administrativa 4](#_Toc516057806)

[1.1. Perfil profesional 4](#_Toc516057807)

[1.2. Competencia general 4](#_Toc516057808)

[1.3. Entorno profesional 4](#_Toc516057809)

[1.4. Marco normativo del ciclo 5](#_Toc516057810)

[2. OBJETIVOS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE 6](#_Toc516057811)

[2.1. Objetivos generales 6](#_Toc516057812)

[2.2. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación 8](#_Toc516057813)

[2.3. Duración del módulo 10](#_Toc516057814)

[3. UNIDADES DE COMPETENCIA Y COMPETENCIAS PROFESIONALES 11](#_Toc516057815)

[3.1 Unidades de competencia 11](#_Toc516057816)

[3.2 Competencias profesionales, personales y sociales 12](#_Toc516057817)

[4. CONTENIDOS BÁSICOS 14](#_Toc516057818)

[5. ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS 16](#_Toc516057819)

[6. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS 17](#_Toc516057820)

[7. PROGRAMACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN DE LAS UNIDADES DE TRABAJO 18](#_Toc516057821)

[8. TRANSVERSALES 19](#_Toc516057822)

[9. EVALUACIÓN GENERAL 20](#_Toc516057823)

[8.1. El proceso de evaluación 20](#_Toc516057824)

[8.2. Instrumentos de evaluación 21](#_Toc516057825)

[10. UNIDADES DE TRABAJO 23](#_Toc516057826)

[**UNIDAD DE TRABAJO 1. La función comercial dentro de la empresa** 23](#_Toc516057827)

[UNIDAD DE TRABAJO 2. Principales variables del marketing 25](#_Toc516057828)

[UNIDAD DE TRABAJO 3. Contacto y selección de proveedores 27](#_Toc516057829)

[UNIDAD DE TRABAJO 4. La contratación mercantil 29](#_Toc516057830)

[UNIDAD DE TRABAJO 5. El pedido de mercancía y su entrega. 31](#_Toc516057831)

[UNIDAD DE TRABAJO 6. El IVA 33](#_Toc516057832)

[UNIDAD DE TRABAJO 7. La gestión del IVA 36](#_Toc516057833)

[UNIDAD DE TRABAJO 8. Facturación de la operación de compraventa 38](#_Toc516057834)

[UNIDAD DE TRABAJO 9. El pago a corto plazo 40](#_Toc516057835)

[UNIDAD DE TRABAJO 10. El pago a largo plazo 42](#_Toc516057836)

[UNIDAD DE TRABAJO 11. La gestión del stock 45](#_Toc516057837)

[UNIDAD DE TRABAJO 12. Fichas de almacén e inventarios. Cómo controlar y valorar existencias 47](#_Toc516057838)

# UNIDADES DE TRABAJO

El libro **«Operaciones Administrativas de Compraventa»** se estructura en las siguientes unidades de trabajo:

### UNIDAD DE TRABAJO 1. La función comercial dentro de la empresa

**OBJETIVOS**

Al finalizar esta unidad el alumnado debe ser capaz de:

* Definir el concepto de empresa.
* Entender el significado de las empresas dentro de un sistema económico.
* Interpretar la organización de empresas a través de los organigramas.
* Valorar la importancia de la función comercial de la empresa.
* Diferenciar las formas más usuales de organización del departamento comercial.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Unidad didáctica 1: LA FUNCIÓN COMERCIAL DENTRO DE LA EMPRESA | | Temporalización: | |
| **Contenido** | **Criterios de evaluación** | **Resultados de aprendizaje** | **Instrumentos de evaluación / Criterios de calificación** |
| 1. La empresa    1. Concepto de empresa    2. Tipos de empresa desde un punto de vista comercial 2. El ámbito de actuación de la empresa    1. El mercado 3. La estructura organizativa de las empresas    1. Las áreas funcionales y la organización de las empresas    2. El organigrama de la empresa y los departamentos 4. El departamento comercial y su organización    1. La organización del departamento comercial 5. El aprovisionamiento en la empresa    1. Objetivos de la función de aprovisionamiento 6. Las ventas en la empresa    1. El personal de ventas | * 1. Definir una empresa, así como sus elementos principales, funciones y objetivos.   2. Exponer como influye la actividad de una empresa en el bienestar de la sociedad.   3. Analizar y definir la estructura organizativa de una empresa.   4. Proponer alternativas de organización a una empresa dada.   5. Diferenciar los modos más usuales de organización del departamento comercial.   6. Resolver ejercicios de elaboración y análisis de organigramas. | Calcula precios de venta y compra y descuentos aplicando las normas y usos mercantiles y la legislación fiscal vigente. | Los que cada docente considere según su entender y conforme a su criterio de calificación:  1. Exámenes conceptuales.  2. Prácticas: Determinación de precios de venta. Punto muerto. Análisis de variables del marketing.  3. Test de conocimientos teórico-prácticos.  4. Recogida de trabajos en grupo y/o exposiciones teórico-prácticas. |
| **Metodología** | | | |
| Participativa y colaborativa. Basada en el aprendizaje cooperativo, funcional y significativo. Se abordarán todas las actividades propuestas en el manual de Editex una vez vistos sus contenidos teóricos. Para ello se tendrán presentes la siguiente secuencias de actividades:   * Actividades de iniciación: motivación y conocimientos previos. * Actividades de desarrollo de contenidos. * Actividades de finales de resumen de contenidos vistos. * Evaluación.   Cada tipo de actividad supondrá una organización grupal diferente, según el ritmo y desarrollo que cada profesor se encuentre. | | | |
| **Recursos TIC** | | | |
| Ordenadores con procesadores de texto y conexión a Internet. | | | |