



1. Identificación da programación

Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano académico
36011579	A Guía	Vigo	2024/2025

Ciclo formativo

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
COM	Comercio e márketing	CSCOM03	Xestión de vendas e espazos comerciais	Ciclos formativos de grao superior	Réxime de proba libre

Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (*)

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesións semanais	Horas anuais	Sesións anuais
MP0929	Técnicas de venda e negociación	2024/2025	0	105	0
MP0929_22	Proceso de vendas e contratación	2024/2025	0	65	0
MP0929_12	Plan de vendas	2024/2025	0	40	0

(*) No caso de que o módulo profesional estea organizado en unidades formativas de menor duración

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	MARÍA MONTSERRAT REY RIAL
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión inspector



2. Resultados de aprendizaxe e criterios de avaliación

2.1. Primeira parte da proba

2.1.1. Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultados de aprendizaxe do currículo
(MP0929_22) RA1 - Elabora o plan e o argumentario de vendas do produto, realizando propostas que contribúan a mellorar a colocación do produto no mercado, a fidelización da clientela e o incremento das vendas
(MP0929_12) RA1 - Obtén a información necesaria para definir estratexias comerciais e elaborar o plan de vendas, organizando os datos recollidos desde calquera dos sistemas de información dispoñibles
(MP0929_22) RA2 - Xestiona o proceso de venda do produto ou servizo, utilizando as técnicas de venda e pechamento axeitadas, de acordo co plan de vendas e dentro das marxes de actuación establecidas pola empresa
(MP0929_12) RA2 - Identifica novas oportunidades de negocio que contribúan a mellorar a xestión comercial da empresa, aplicando os procedementos e as técnicas de análise axeitadas
(MP0929_22) RA3 - Deseña o proceso de negociación das condicións dunha operación comercial, aplicando técnicas de negociación para alcanzar un acordo co/coa cliente/a ou proveedor/ora, dentro dos límites establecidos pola empresa
(MP0929_22) RA4 - Elabora contratos de compravenda e outros afíns, que recollan os acordos adoptados no proceso de venda e negociación
(MP0929_22) RA5 - Planifica a xestión das relacións coa clientela, organizando o servizo de atención posvenda, de acordo cos criterios e os procedementos establecidos pola empresa

2.1.2. Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos resultados de aprendizaxe por parte do alumnado

Criterios de avaliación do currículo
(MP0929_22) CA1.1 Realizouse un inventario das fortalezas e debilidades do produto ou servizo, e as vantaxes e os inconvenientes que presenta para distintos tipos de clientela
(MP0929_12) CA1.1 Identificáronse as fontes de datos internas e externas que proporcionan información útil para a definición das estratexias comerciais da empresa
(MP0929_22) CA1.2 Elaborouse o argumentario de vendas, incluíndo os puntos fortes e débiles do produto, resaltando as súas vantaxes respecto aos da competencia, presentando as solucións aos problemas da clientela e propondo as técnicas de venda axeitadas
(MP0929_12) CA1.2 Elaboráronse os patróns que vaian utilizar os membros do equipo de vendas para a recollida de información relativa á actividade comercial da empresa
(MP0929_22) CA1.3 Prevíronse as posibles obxeccións da clientela e definíronse as técnicas e os argumentos axeitados para a súa refutación
(MP0929_12) CA1.3 Organizouse a información do SIM, do briefing do produto ou servizo, da rede de vendas e da aplicación de xestión das relacións coa clientela (CRM)



Criterios de avaliación do currículo
(MP0929_12) CA1.4 Interpretouse a normativa legal comunitaria, estatal, autonómica e local que regula a comercialización de produtos, servizos e marcas
(MP0929_22) CA1.5 Definíronse os obxectivos de vendas e os recursos necesarios para os conseguir, de acordo co establecido no plan de márketing da empresa
(MP0929_22) CA1.6 Elaborouse o plan de vendas onde se recollan os obxectivos, os recursos necesarios e as liñas de actuación comercial, de acordo cos procedementos e o argumentario de vendas establecidos, utilizando a aplicación informática axeitada
(MP0929_12) CA1.6 Organizouse a información obtida da clientela e da rede de vendas, utilizando a ferramenta informática dispoñible e garantindo a confidencialidade e a protección de datos
(MP0929_22) CA1.7 Elaborouse o programa de vendas propio do persoal vendedor, adaptando o argumentario de vendas e o plan de acción comercial ás características, ás necesidades e ao potencial de compra de cada persoa, de acordo cos obxectivos establecidos pola empresa
(MP0929_22) CA1.8 Confeccionouse o argumentario de vendas en liña e o tratamento das obxeccións, de acordo co plan de comercio electrónico da empresa e respectando a normativa legal sobre comercialización e a publicidade en liña
(MP0929_22) CA2.1 Identificáronse as fases do proceso de venda dun produto ou servizo e as accións que cumpra desenvolver, en función da forma de venda e das características da clientela
(MP0929_12) CA2.1 Consultáronse as fontes de información comercial en liña e offline dispoñibles para obter datos relativos á imaxe corporativa da empresa, ao volume de vendas e ao produto ou a gama de produtos que comercializa
(MP0929_22) CA2.2 Identificouse a clientela actual e potencial utilizando diversos medios e técnicas de prospección e procura de clientela
(MP0929_12) CA2.2 Analizouse a evolución das vendas por zonas, clientela ou segmentos de mercado, produtos, marcas ou liñas de produtos, calculando cotas de mercado, tendencias e taxas de crecemento ou descenso
(MP0929_22) CA2.3 Utilizáronse as técnicas de comunicación habituais (correo, teléfono, correo electrónico, etc.) para contactar coa clientela, enviar información e concertar a entrevista de vendas
(MP0929_12) CA2.4 Identificáronse os puntos fortes e débiles do plan de actuación coa clientela, en función das características desta, do potencial de compra e dos pedidos realizados
(MP0929_12) CA2.7 Analizáronse as oportunidades de mercado da empresa, aplicando técnicas de análise axeitadas, co fin de identificar novos nichos de mercado
(MP0929_22) CA3.1 Analizouse a negociación como alternativa na toma de decisións, considerando a necesidade de negociar determinados aspectos das operacións de compravenda
(MP0929_22) CA3.2 Analizáronse as variables que inciden nun proceso de negociación, como son o contorno, os obxectivos, o tempo, a información da outra parte, a relación de poder entre as partes e os límites da negociación
(MP0929_22) CA3.3 Caracterizáronse os estilos de negociación, analizando as súas vantaxes e os seus inconvenientes en cada caso
(MP0929_22) CA3.4 Identificáronse as etapas básicas dun proceso de negociación comercial e as accións que cumpra desenvolver en cada fase
(MP0929_22) CA3.5 Elaborouse o plan estratéxico e as demais actividades necesarias para a preparación eficaz dun proceso de negociación previamente definido



Criterios de avaliación do currículo
(MP0929_22) CA4.1 Interpretouse a normativa legal que regula os contratos de compravenda
(MP0929_22) CA4.2 Caracterizouse o contrato de compravenda, os elementos que interveñen, os dereitos e as obrigas das partes, a súa estrutura e o seu contido, analizando as cláusulas habituais que se inclúen nel
(MP0929_22) CA4.6 Caracterizouse o contrato de venda en consignación, analizando supostos en que proceda a súa formalización
(MP0929_22) CA4.7 Caracterizouse o contrato de subministración, analizando os casos en que se requira, para o abastecemento de determinados materiais e servizos
(MP0929_22) CA5.1 Identificáronse as situacións comerciais que requiran un seguimento posvenda e as accións necesarias para o levar a cabo
(MP0929_22) CA5.2 Caracterizáronse os servizos posvenda e de atención á clientela que cumpra levar a cabo para manter a relación coa clientela e garantir a súa plena satisfacción
(MP0929_22) CA5.3 Descríbironse os criterios e os procedementos que haxa que utilizar para realizar un control de calidade dos servizos posvenda e de atención á clientela
(MP0929_22) CA5.4 Identificáronse os tipos e a natureza dos conflitos, das queixas e das reclamacións que poidan xurdir no proceso de venda dun produto ou servizo
(MP0929_22) CA5.6 Identificáronse os procedementos e as técnicas aplicables para resolver as queixas e as reclamacións da clientela
(MP0929_22) CA5.8 Elaborouse o plan de fidelización da clientela, utilizando a aplicación informática dispoñible

2.2. Segunda parte da proba

2.2.1. Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultados de aprendizaxe do currículo
(MP0929_22) RA1 - Elabora o plan e o argumentario de vendas do produto, realizando propostas que contribúan a mellorar a colocación do produto no mercado, a fidelización da clientela e o incremento das vendas
(MP0929_12) RA1 - Obtén a información necesaria para definir estratexias comerciais e elaborar o plan de vendas, organizando os datos recollidos desde calquera dos sistemas de información dispoñibles
(MP0929_22) RA2 - Xestiona o proceso de venda do produto ou servizo, utilizando as técnicas de venda e pechamento axeitadas, de acordo co plan de vendas e dentro das marxes de actuación establecidas pola empresa
(MP0929_12) RA2 - Identifica novas oportunidades de negocio que contribúan a mellorar a xestión comercial da empresa, aplicando os procedementos e as técnicas de análise axeitadas
(MP0929_22) RA3 - Deseña o proceso de negociación das condicións dunha operación comercial, aplicando técnicas de negociación para alcanzar un acordo co/coa cliente/a ou provedor/ora, dentro dos límites establecidos pola empresa
(MP0929_12) RA3 - Xestiona a información necesaria para garantir a dispoñibilidade de produtos e a prestación de servizos que se requira para executar o plan de vendas, aplicando os criterios e os procedementos establecidos



Resultados de aprendizaxe do currículo
(MP0929_22) RA4 - Elabora contratos de compravenda e outros afíns, que recollan os acordos adoptados no proceso de venda e negociación
(MP0929_22) RA5 - Planifica a xestión das relacións coa clientela, organizando o servizo de atención posvenda, de acordo cos criterios e os procedementos establecidos pola empresa

2.2.2. Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos resultados de aprendizaxe por parte do alumnado

Criterios de avaliación do currículo
(MP0929_22) CA1.4 Utilizáronse as obxeccións e as suxestións da clientela como elemento de retroalimentación para realizar propostas de mellora de certos aspectos do produto e/ou do argumentario de vendas
(MP0929_12) CA1.5 Analizouse a información relativa aos produtos ou servizos da propia empresa e os da competencia, aplicando criterios comerciais
(MP0929_12) CA1.7 Confeccionáronse os ficheiros mestres de clientela real e potencial, cos datos máis salientables de cada persoa, utilizando a aplicación informática axeitada
(MP0929_12) CA1.8 Mantívose actualizada a base de datos da clientela, incorporando a información salientable de cada contacto comercial
(MP0929_12) CA2.3 Calculouse a rendibilidade de produtos ou servizos a partir dos custos e o punto morto
(MP0929_22) CA2.4 Planificouse a entrevista de vendas, fixando os obxectivos que cumpra alcanzar, adaptando o argumentario de vendas ás características e ao perfil da clientela, e preparando o material de apoio necesario para reforzar os argumentos durante a presentación do produto
(MP0929_22) CA2.5 Realizouse a presentación do produto ou servizo, resaltando as súas calidades, diferenciándoo dos da competencia mediante os argumentos oportunos e utilizando a aplicación informática axeitada
(MP0929_12) CA2.5 Comparouse a oferta e a demanda de produtos para determinar o grao de saturación do mercado, a existencia de produtos substitutivos e as innovacións tecnolóxicas no sector
(MP0929_22) CA2.6 Utilizáronse técnicas de venda para acordar coa clientela determinados aspectos da operación, dentro dos límites de actuación establecidos
(MP0929_12) CA2.6 Realizouse unha análise comparativa das características e as utilidades dos produtos, e das accións comerciais, publicitarias e promocionais desenvolvidas, tanto pola empresa como pola competencia
(MP0929_22) CA2.7 Tratáronse con asertividade as obxeccións da clientela mediante os argumentos e as técnicas de refutación axeitadas
(MP0929_22) CA2.8 Pechouse a venda do produto ou servizo aplicando técnicas de pechamento axeitadas e prestando especial atención á comunicación non verbal



Criterios de avaliación do currículo
(MP0929_12) CA2.8 Detectáronse nichos de mercado desabastecidos ou insatisfeitos onde a empresa poida ter oportunidades, analizando o perfil da clientela real e potencial, o volume e a frecuencia de compra, o potencial de compra, o grao de fidelidade á marca e a capacidade de diferenciación do produto
(MP0929_22) CA2.9 Elaborouse a documentación xerada na venda e realizáronse tarefas de arquivamento manual e informático
(MP0929_12) CA3.1 Calculouse a cantidade de produtos e/ou folletos de servizos necesarios no punto de venda para garantir un nivel óptimo de cobertura, tendo en conta o orzamento, o índice de rotación dos produtos e o espazo dispoñible
(MP0929_12) CA3.2 Formulouse a solicitude de produtos e recursos necesarios para a prestación do servizo, asegurando a dispoñibilidade de produtos e as existencias de seguridade que garantan a satisfacción da clientela
(MP0929_12) CA3.3 Realizouse o control periódico de existencias de produtos no establecemento, en función dos recursos dispoñibles e segundo o procedemento establecido
(MP0929_12) CA3.4 Valoráronse as existencias de produtos dispoñibles, aplicando os criterios establecidos, de xeito que a información obtida sirva como indicador para a xestión comercial das vendas
(MP0929_12) CA3.5 Detectáronse desaxustes entre o inventario contable de produtos e o real, analizáronse as causas e o valor da perda descoñecida, e propuxéronse accións que reduzan os desaxustes dentro do plan de vendas
(MP0929_22) CA3.6 Negociáronse as condicións dunha operación de compravenda cun/cunha suposto/a cliente/a, aplicando as técnicas de negociación axeitadas dentro dos límites previamente fixados
(MP0929_12) CA3.6 Valorouse o custo da posible rotura de existencias, a rotación e a estacionalidade das vendas, entre outros, co fin de lograr a satisfacción e a fidelización da clientela
(MP0929_22) CA3.7 Aplicáronse diversas tácticas de negociación en situacións supostas, con obxecto de alcanzar un acordo favorable para a empresa, dentro das marxes e dos límites establecidos
(MP0929_12) CA3.7 Valorouse a capacidade de prestación do servizo en función dos recursos dispoñibles, para garantir a calidade do servizo prestado, utilizando a aplicación de xestión axeitada
(MP0929_22) CA4.3 Elaborouse o contrato de compravenda que recolla os acordos adoptados entre as partes vendedora e compradora, utilizando un procesador de textos
(MP0929_22) CA4.4 Analizáronse contratos de compravenda especiais
(MP0929_22) CA4.5 Analizouse o contrato de compravenda a prazos, a normativa que o regula e os requisitos que se exixen para a súa formalización
(MP0929_22) CA4.8 Analizáronse os contratos de leasing e renting como xeitos de financiamento do inmovilizado da empresa
(MP0929_22) CA4.9 Analizouse o procedemento de arbitraje comercial como xeito de resolución de conflitos e incumprimentos de contrato
(MP0929_22) CA5.5 Describiuse o procedemento e a documentación necesaria en caso de incidencia, desde que se teña constancia dela ata a actuación da persoa responsable da súa resolución
(MP0929_22) CA5.7 Seleccionouse a clientela susceptible de formar parte dun programa de fidelización, en función dos criterios comerciais e da información dispoñible na empresa, utilizando, de ser o caso, a ferramenta de xestión das relacións coa clientela (CRM)



3. Mínimos exigibles para alcanzar a avaliación positiva e os criterios de cualificación

Todos os elementos curriculares (resultados de aprendizaxes, criterios de avaliación e bloques de contidos asociados) deste módulo son mínimos exigibles e poden ser preguntados en calquera das partes da proba. Para obter unha avaliación positiva é preciso superar cada unha das partes con 5 puntos sobre 10 como mínimo. A cualificación final, sempre que estean aprobadas as dúas partes da proba, realizarase mediante unha media aritmética das dúas cualificacións, teórica e práctica.

O enunciado da proba conterá unha cabeceira coa información do tipo de proba (por exemplo: parte teórica proba libre) a data de realización e aquelas cuestións que se consideren precisas para un bo desenvolvemento das mesmas (normas de actuación, material a utilizar, tempo máximo de duración, etc...).

Todas as partes da proba especificarán en cada cuestión a desenvolver, a puntuación máxima que se obterá

Primeira parte da proba. Parte teórica:

Conterá un número significativo de cuestións dos RAs correspondentes aos contidos teóricos do módulo que acredite o coñecemento dos mesmos divididos en cuestións a desenvolver e/ou cuestións tipo test:

- As cuestións a desenvolver se corrixirán seguindo un padrón de corrección onde a cualificación valorarase do seguinte xeito: pregunta completa 100% da cualificación, pregunta case completa 75% da cualificación, pregunta aceptable (mínimo) 50% da cualificación, pregunta incompleta 25% da cualificación, pregunta moi incompleta 5% da cualificación.
- As cuestións tipo test valerán cada unha 10 dividido polo número delas. As cuestións mal respondidas penalizarán e o xeito de penalización estará explicado no enunciado desta parte da proba.
- Se houbese dos dous tipos de cuestións na parte teórica da proba, ponderarían do seguinte xeito: 60% cuestións a desenvolver e 40% tipo test. Se só houbese dun tipo de cuestións primarían as cuestións a desenvolver cun 100% da cualificación segundo o resultado da corrección.

Segunda parte da proba. Parte práctica:

Conterá un número significativo de cuestións dos RAs correspondentes aos contidos prácticos do módulo que acredite o coñecemento dos mesmos divididos en exercicios prácticos de varios tipos que poden conter cálculos, casos de estudo ou preparación dunha proposta de argumentario de vendas e/ou negociación, elaboración de ofertas, cumprimentación de contratos, etc.

- Os cálculos serán corrixidos seguindo padróns de corrección e listas de cotexo onde se incluírán as secuencias dos cálculos e a súa valoración para obter o total da cualificación.
- No resto de cuestións prácticas se darán instrucións sobre os apartados a desenvolver e a cualificación de cada un deles. Serán corrixidos cunha rúbrica adaptada a cada cuestión concreta cos seguintes niveis de



logro: completo/excelente 100% da cualificación do indicador de que se trate; case completo/bo 75%; aceptable (mínimo) 50% e insuficiente do 0% ao 40%.

4. Características da proba e instrumentos para o seu desenvolvemento

4.a) Primeira parte da proba

Constará de 10 preguntas a desenvolver e/ou dun número significativo de cuestións tipo test sobre os contidos teóricos do módulo dos seguintes contidos teóricos do módulo:

- Plan de vendas
- Técnicas de análise de oportunidades de negocio.
- Argumentario de vendas, fases da venda e motivación de vendas.
- Contratación
- Atención á clientela
- Proceso de negociación.

4.b) Segunda parte da proba

Constará de cuestión de carácter práctico dun número significativo dos RAs correspondentes aos contidos prácticos do módulo que poden ser de entre os seguintes:

- Configuración dun plan de vendas
- Argumentario de produto / formación de produto
- Simulación dunha venda en tenda física dun produto/servizo que supoña asesoramento especializado.
- Preparación dunha negociación
- Cumprimentación de contratos de compra-venda.
- Elaboración dun protocolo de atención á clientela