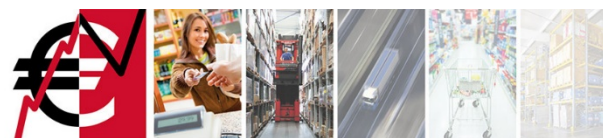


Créditos Formativos



COMERCIO Y MARKETING

Técnica / Técnico en

Comercialización de Productos Alimentarios

Técnica / Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios

Créditos Formativos

1606	Constitución de pequeños negocios alimentarios	
160613	Constitución y oportunidad de puesta en marcha.....	1
160623	Planes financieros y de inversión	4
160633	Viabilidad económica	7
1607	Mercadotecnia del comercio alimentario	
160713	Plan de marketing alimentario	9
160723	Comunicación en el marketing alimentario	11
160733	Distribución y fijación de precios	14
1608	Dinamización del punto de venta en comercios de alimentación	
160813	Organización de la superficie comercial.....	17
160823	Escaparatismo y decoración del punto de venta	21
160833	Acciones promocionales para establecimientos comerciales.....	23
1609	Atención comercial en negocios alimentarios	
160912	Gestión comercial con proveedores	25
160922	Valoración y tratamiento de la calidad de servicio	29
1611	Preparación y acondicionamiento de productos frescos y transformados	
161114	Preparación y acondicionamiento de carnes y derivados cárnicos	32
161124	Preparación y acondicionamiento de pescados y mariscos.....	35
161134	Preparación y acondicionamiento de frutas, verduras, vinos, quesos y productos gourmet.....	38
161144	Preparación y acondicionamiento de pan, bollería, repostería y pastelería	42
1612	Logística de productos alimentarios	
161213	Recepción, expedición y gestión de mercancías alimentarias	45
161222	Almacenamiento de productos alimentarios.....	49
161233	Prevención de riesgos en actividades de almacén.....	52
1613	Comercio electrónico en negocios alimentarios	
161314	Comercio electrónico y estrategias digitales	54
161324	Creación y mantenimiento de una tienda online.....	56
161334	Operaciones de venta online	59
161344	Actualización de la oferta online y atención de la clientela.....	61
1614	Ofimática aplicada al comercio alimentario	
161413	Edición de material informativo y publicitario.....	63
161423	Documentación de gestión económica y comercial	66
161433	Base de datos de organización y archivo	68
1615	Gestión de un comercio alimentario	
161513	Gestión comercial en un comercio alimentario	71

161523	Impuestos y obligaciones fiscales en un comercio alimentario	74
161533	Planificación económica en un comercio alimentario	76
1616	Formación y orientación laboral	
161613	Orientación profesional y trabajo en equipo	79
161623	Marco normativo de las relaciones laborales	82
161633	Prevención de riesgos	85

CRÉDITO FORMATIVO	Constitución y oportunidad de puesta en marcha	Duración	48
Código	160613		
Familia profesional	Comercio y Marketing / Hostelería y Turismo		
Título	Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios	Nivel	2
Módulo profesional	Constitución de pequeños negocios alimentarios	Duración	132
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Planes financieros y de inversión	Duración	48
	Viabilidad económica		36

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Define la oportunidad de creación de una pequeña empresa de comercialización alimentaria, valorando la información del entorno de actuación de la misma, los requerimientos establecidos e incorporando valores éticos.

Criterios de evaluación:

- Se ha establecido el modelo de empresa de comercialización alimentaria y su organización estructural para obtener los resultados esperados.
- Se ha decidido la idea de negocio para el establecimiento de una empresa de comercialización alimentaria, valorando, en el entorno de actuación, modelos consolidados y novedosos, tendencias y segmentos de mercado.
- Se han establecido las etapas de emprendimiento del negocio relacionándolas con las características de innovación, formación y colaboración como requisitos indispensables para tener éxito en la actividad emprendedora.
- Se han valorado las propias aptitudes y actitudes relacionadas con la iniciativa emprendedora.
- Se han elaborado el análisis de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de la idea de negocio alimentario.
- Se ha decidido la estrategia empresarial, relacionándola con la idea de negocio y sus objetivos.
- Se ha evaluado la información del entorno sobre datos sectoriales, empresas proveedoras, productos, precios y condiciones de venta.
- Se han analizado, en empresas relacionadas con el comercio alimentario, prácticas que incorporan valores éticos y sociales para su incorporación a la idea de negocio.
- Se han analizado las características de cultura empresarial e imagen corporativa de la idea de negocio alimentario en relación con los objetivos empresariales.

2. Realiza la constitución y puesta en marcha de un comercio alimentario, cumplimentando y gestionando los trámites, la documentación y la presentación de documentos establecidos en la legislación vigente del entorno.

Criterios de evaluación:

- Se ha establecido la forma jurídica adecuada para comercios alimentarios acorde con la idea de negocio definida y sus obligaciones formales y fiscales.
- Se ha especificado el grado de responsabilidad legal de los propietarios de la empresa, en función de la forma jurídica elegida.
- Se ha diferenciado el tratamiento fiscal establecido para las diferentes formas jurídicas de la empresa.
- Se han realizado los trámites exigidos por la legislación vigente para la constitución y puesta en marcha de un comercio alimentario en función de la idea de negocio, física y online.

- e) Se han gestionado presencial o telemáticamente las solicitudes relativas a licencia o comunicación de actividad o de apertura, licencia de obras, aplicación de medidas higiénicas, plan contra incendios y legislación medioambiental, entre otros.
- f) Se han calculado los gastos de constitución y otros gastos de puesta en marcha de un comercio alimentario efectuando los pagos al ayuntamiento relativos a tasas (por prestación de servicios urbanísticos, por utilización privativa, aprovechamiento del dominio público, ...) según las características del negocio alimentario.
- g) Se ha formalizado la documentación asociada a la constitución e inicio de actividad secuenciando los trámites en los plazos establecidos por la administración.

CONTENIDOS

1. DEFINICIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN ALIMENTARIA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Selección del modelo de empresa de comercialización alimentaria y su organización estructural. - Análisis de la idea de negocio para el establecimiento de una empresa de comercialización alimentaria. - Identificación de los pasos necesarios y planificación de las acciones a realizar. - Valoración de las propias aptitudes y actitudes relacionadas con la iniciativa emprendedora. - Realización del análisis DAFO. - Elaboración de la estrategia empresarial. - Evaluación de la información del entorno sobre datos sectoriales, empresas proveedoras, productos, precios, condiciones de venta y prácticas que incorporan valores éticos y sociales. - Análisis del concepto de cultura empresarial e imagen corporativa de la idea de negocio alimentario en relación con los objetivos empresariales. - Utilización de medios informáticos.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Empresa de comercialización alimentaria: elementos, tipos y funciones básicas. - Organización estructural. - Qué es un análisis DAFO. - Emprendimiento: Factores clave, iniciativa, creatividad y formación. Iniciativa emprendedora. Innovación y desarrollo. - Aptitudes y actitudes relacionadas con la iniciativa emprendedora. - El entorno del mercado alimentario: empresas proveedoras, productos, precios y condiciones de venta. - Cultura empresarial del comercio alimentario. - Objetivos empresariales. - Valores éticos y sociales. Imagen corporativa.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados de forma satisfactoria para todas y todos. - Reconocimiento y valoración de diferentes niveles de habilidad propios y ajenos. - Interés por elaborar una propia estrategia de orientación vocacional y profesional. - Participación solidaria en tareas de equipo, adecuando el esfuerzo individual al requerido por el grupo. - Regularidad en la asistencia

2. CONSTITUCIÓN Y PUESTA EN MARCHA DE UN COMERCIO ALIMENTARIO

<p>procedimentales</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Establecimiento de la forma jurídica adecuada para comercios alimentarios. - Determinación del grado de responsabilidad legal de los propietarios de la empresa. - Diferenciación del tratamiento fiscal establecido para las diferentes formas jurídicas de la empresa. - Determinación de los trámites administrativos y jurídicos, autorizaciones, licencias, etc., requeridos para la puesta en marcha de un comercio alimentario. - Valoración de los gastos de constitución y otros gastos de puesta en marcha. - Apertura de libros y registros contables. - Elaboración de la documentación requerida para la constitución y puesta en marcha de la actividad. - Utilización de medios informáticos.
<p>conceptuales</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Forma jurídica de un comercio alimentario: tipos, características, obligaciones formales y tratamiento fiscal. - Responsabilidad empresarial. - Trámites administrativos específicos para la constitución y puesta en marcha de una pequeña empresa de alimentación. - Inscripciones en los diferentes registros (mercantil, Diputaciones y Hacienda, Seguridad Social, etc.) - Gastos de constitución y puesta en marcha de una pequeña empresa de alimentación, gastos municipales, otros. - Formalización de la documentación de inicio de la actividad comercial. - Ayudas y subvenciones. - Carnés profesionales, manipulación de alimentos, etc...
<p>actitudinales</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados de forma satisfactoria para todas y todos. - Reconocimiento y valoración de diferentes niveles de habilidad propios y ajenos. - Interés por elaborar una propia estrategia de orientación vocacional y profesional. - Participación solidaria en tareas de equipo, adecuando el esfuerzo individual al requerido por el grupo. - Regularidad en la asistencia

CRÉDITO FORMATIVO	Planes financieros y de inversión	Duración	48
Código	160623		
Familia profesional	Comercio y Marketing / Hostelería y Turismo		
Título	Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios	Nivel	2
Módulo profesional	Constitución de pequeños negocios alimentarios	Duración	132
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Constitución y oportunidad de puesta en marcha	Duración	48
	Viabilidad económica		36

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Elabora planes de inversión en el comercio alimentario, determinando necesidades y coste de los recursos humanos y materiales.

Criterios de evaluación:

- Se ha decidido la posible ubicación física o virtual de la idea de comercio alimentario valorando la información del entorno obtenida sobre locales disponibles y sus precios.
- Se ha valorado la posible ubicación virtual del comercio alimentario en función de segmentos de población, nichos de oportunidad y especialización de la idea.
- Se han valorado las necesidades y costes de equipamiento imprescindible (mobiliario, equipos, sistema de cobro y terminal punto de venta, entre otros) para la creación de la pequeña empresa de comercialización alimentaria en función de objetivos a alcanzar a corto y medio plazo.
- Se ha elaborado el plan de sostenibilidad del comercio alimentario en función de la previsión del gasto energético, consumo de agua, equipamiento sostenible, innovación tecnológica y el mantenimiento, entre otros.
- Se ha valorado las posibilidades y los costes de innovación en función del producto ofertado y la calidad del negocio alimentario.
- Se ha valorado el sistema de adquisición del equipamiento, estimando costes de alquiler o compra.
- Se han valorado las necesidades y costes de recursos humanos imprescindibles para la creación de la pequeña empresa de comercialización alimentaria en función de objetivos a alcanzar a corto y medio plazo.
- Se ha elaborado un plan de inversión con las necesidades de recursos humanos y materiales necesarios para la puesta en marcha del negocio alimentario y su coste.

2. Realiza planes financieros del comercio alimentario, valorando posibilidades de financiación, intereses y amortización.

Criterios de evaluación:

- Se han determinado las posibilidades de fuentes de financiación externa para comercios alimentarios, estimando costes e ingresos en función de la idea del negocio.
- Se ha valorado la rentabilidad de la autofinanciación de parte de las necesidades en combinación con las procedentes de otras fuentes.
- Se ha valorado la financiación bancaria más adecuada para su amortización en medio y largo plazo, y demás condiciones.
- Se han valorado la financiación procedente de ayudas concedidas por organismos públicos y privados, en función de costes y tipo de negocio.
- Se han valorado posibles amortizaciones por pago aplazado y al contado, en función del tipo de interés y volumen de negocio.

- f) Se han valorado las posibilidades de ayudas por la contratación de empleados con determinadas características, en función a los puestos a desempeñar.
- g) Se ha valorado la negociación del aplazamiento del pago de los impuestos locales y estatales, en función de las previsiones de negocio y liquidez monetaria.
- h) Se ha elaborado un plan de financiación del negocio alimentario, previendo volumen de ventas, gastos, pérdidas y ganancias, entre otros.

CONTENIDOS

1. ELABORACIÓN DE PLANES DE INVERSIÓN EN EL COMERCIO ALIMENTARIO

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Determinación de la posible ubicación física y/o virtual de la idea de comercio alimentario. - Identificación de las necesidades y costes de equipamiento imprescindible. - Elaboración de un cuadro-resumen de los gastos e ingresos previstos con proyecciones plurianuales, para calcular la viabilidad a largo plazo - Valoración de las necesidades y costes de recursos humanos imprescindibles. - Evaluación de las inversiones y viabilidad del proyecto. - Utilización de medios informáticos.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Ubicación física del comercio alimentario. Información del entorno. Precios. - Ubicación virtual del comercio alimentario. Segmentos de población, nichos de oportunidad. - Costes y necesidades de equipamiento. Objetivos a corto y medio plazo. - Alquiler o compra. - Planes de sostenibilidad: gasto energético, consumo de agua, innovación tecnológica y su mantenimiento. Previsiones. - Costes de innovación y calidad del negocio alimentario. - Necesidades y costes de recursos humanos. Objetivos a corto y medio plazo.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados de forma satisfactoria para todas y todos. - Reconocimiento y valoración de diferentes niveles de habilidad propios y ajenos. - Interés por elaborar una propia estrategia de orientación vocacional y profesional. - Participación solidaria en tareas de equipo, adecuando el esfuerzo individual al requerido por el grupo. - Regularidad en la asistencia.

2. REALIZACIÓN DE PLANES FINANCIEROS DE COMERCIO ALIMENTARIO

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Determinación de las posibles fuentes de financiación externa. - Valoración de la autofinanciación. - Valoración de la financiación procedente de ayudas concedidas por organismos públicos y privados. - Valoración de posibles amortizaciones por pago aplazado y al contado, en función del tipo de interés y volumen de negocio. - Valoración de las posibilidades de ayudas por la contratación de empleados. - Valoración del aplazamiento del pago de los impuestos locales y estatales, en función de las previsiones de negocio y liquidez monetaria.
-----------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de un plan de financiación. - Utilización de medios informáticos.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Fuentes de financiación externas, subvenciones, ayudas, desgravaciones. - Fuentes de financiación interna, la autofinanciación. - Financiación bancaria. Amortización. Tipos y plazos de devoluciones. - Ayudas, públicas y privadas, a la contratación según tipo de trabajadores y puestos de trabajo. - Impuestos: locales y estatales. - Liquidez en el pago. - Análisis económico-financiero, previsión de ventas, gastos de explotación, previsión de Tesorería, cuenta de pérdidas y ganancias provisionales; balance de situación provisional.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados de forma satisfactoria para todas y todos. - Reconocimiento y valoración de diferentes niveles de habilidad propios y ajenos. - Interés por elaborar una propia estrategia de orientación vocacional y profesional. - Participación solidaria en tareas de equipo, adecuando el esfuerzo individual al requerido por el grupo. - Regularidad en la asistencia.

CRÉDITO FORMATIVO	Viabilidad económica	Duración	36
Código	160633		
Familia profesional	Comercio y Marketing / Hostelería y Turismo		
Título	Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios	Nivel	2
Módulo profesional	Constitución de pequeños negocios alimentarios	Duración	132
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Planes financieros y de inversión	Duración	48
	Constitución y oportunidad de puesta en marcha		48

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Realiza la viabilidad económica y social de la idea de una pequeña empresa de comercio alimentario analizando características de planes económico-financieros, y valorando ventajas y fortalezas de la propuesta de negocio.

Criterios de evaluación:

- Se han calculado ratios de rentabilidad, solvencia, endeudamiento y liquidez, utilizando los datos de Cuentas Anuales de un comercio alimentario, como Balance de Situación y Cuenta de Pérdidas y Ganancias de una pequeña empresa, entre otros.
- Se ha valorado la viabilidad económica del plan económico-financiero de un comercio alimentario, analizado la información de los ratios.
- Se ha valorado la viabilidad social corporativa de un comercio alimentario, analizado la información contenida en el balance social.
- Se han aplicado criterios de buenas prácticas empresariales, atendiendo a valores éticos, sociales y de respeto al medioambiente.
- Se han analizado las ventajas y fortalezas del comercio de proximidad frente a otras formas de distribución de productos alimentarios.
- Se ha evaluado la gestión interna del comercio alimentario valorando la fidelidad y la permanencia de los empleados en sus puestos de trabajo.
- Se ha evaluado la rentabilidad económica del puesto de trabajo atendiendo al nivel técnico y el perfil profesional de los empleados.

CONTENIDOS

1. REALIZACIÓN DE LA VIABILIDAD ECONÓMICA Y SOCIAL DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DE COMERCIO ALIMENTARIO

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Cálculo de ratios de rentabilidad, solvencia, endeudamiento y liquidez. - Valoración de la viabilidad económica y social corporativa de un comercio alimentario. - Aplicación de criterios de buenas prácticas empresariales, atendiendo a valores éticos, sociales y de respeto al medioambiente. - Análisis de las ventajas y fortalezas del comercio de proximidad frente a otras formas de distribución de productos alimentarios. - Evaluación de la gestión interna del comercio alimentario valorando la fidelidad y la permanencia de los empleados en sus puestos de trabajo y la rentabilidad económica del puesto de trabajo atendiendo a su perfil profesional. - Utilización de medios informáticos.
-----------------	--

<p>conceptuales</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Viabilidad económica: Ratios de rentabilidad, solvencia, endeudamiento y liquidez. - Cuentas Anuales, Balance de Situación, y Cuenta de Pérdidas y Ganancias. - Viabilidad social corporativa de un negocio alimentario. - Ventajas y fortalezas del comercio de proximidad. Otras formas de distribución de productos alimentarios. - Empresas sostenibles, economía del bien común, responsabilidad social corporativa. - Técnicas para la gestión interna del negocio: <ul style="list-style-type: none"> • Fidelidad y permanencia de los empleados en el puesto de trabajo. • Rentabilidad económica de la permanencia en el puesto de trabajo. Perfil profesional y nivel técnico.
<p>actitudinales</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados de forma satisfactoria para todas y todos. - Reconocimiento y valoración de diferentes niveles de habilidad propios y ajenos. - Interés por elaborar una propia estrategia de orientación vocacional y profesional. - Participación solidaria en tareas de equipo, adecuando el esfuerzo individual al requerido por el grupo. - Regularidad en la asistencia.

CRÉDITO FORMATIVO	Plan de marketing alimentario	Duración	32
Código	160713		
Familia profesional	Comercio y Marketing / Hostelería y Turismo		
Título	Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios	Nivel	2
Módulo profesional	Mercadotecnia del comercio alimentario	Duración	132
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Comunicación en el marketing alimentario	Duración	50
	Distribución y fijación de precios		50

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Elabora un plan de marketing alimentario concretando las acciones relativas a la idea de negocio, analizando la información sobre producto, precio, distribución y comunicación.

Criterios de evaluación:

- Se han realizado las etapas previas para la elaboración de un plan de marketing digital y su integración en el plan de marketing global.
- Se han establecido los principales productos asociados a la idea de negocio, valorando sus características y estacionalidad.
- Se ha obtenido información sobre comercios al por menor, como horarios, ofertas y promociones, y otros aspectos relacionados con los usos y costumbres, entre otros, utilizando técnicas de observación directa y compra.
- Se ha analizado el potencial de ventas del producto ofertado y de los precios de la competencia del entorno.
- Se han analizado datos del entorno de mercado del comercio alimentario, incluyendo poder adquisitivo, gustos, hábitos del público objetivo y competidores, entre otros.
- Se han establecido o determinado las formas en que deben actuar los comerciales, la inversión en publicidad, y la prospección de distribuidores que satisfagan las necesidades detectadas.
- Se ha obtenido información sobre condiciones de venta de empresas proveedoras, relacionadas con la idea de negocio.
- Se han seleccionado las empresas proveedoras y canales de distribución a emplear, valorando la información recopilada.
- Se ha determinado el precio provisional para cada producto, valorando los datos recopilados de la idea de negocio y los factores que influyen en el precio de venta de un producto alimentario.
- Se han comparado estrategias de comunicación, con vistas a seleccionar la más adecuada, valorando las que se utilizan en el microentorno comercial donde desarrollará la idea de negocio prevista.
- Se ha elaborado un plan de marketing mix con las acciones relativas a precio, producto, distribución y comunicación, en función de la información recopilada.

CONTENIDOS

1. ELABORACIÓN DE PLANES DE MARKETING DE COMERCIALIZACIÓN ALIMENTARIA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Descripción de los diferentes tipos de marketing, analizando sus características diferenciadoras. - Realización de las etapas previas para la elaboración de un plan de marketing. - Obtención de información sobre comercios al por menor, como ofertas y promociones, horarios, y otros aspectos relevantes, utilizando técnicas de observación directa.
-----------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> - Establecimiento de los principales productos asociados a la idea de negocio, análisis del potencial de ventas, modo de actuar de los comerciales, inversión en publicidad, - Análisis de datos del entorno de mercado del comercio alimentario, incluyendo poder adquisitivo, gustos, hábitos del público objetivo y competidores, entre otros. - Selección de las empresas proveedoras, canales de distribución, prospección de distribuidores y condiciones de venta de proveedores. - Determinación del precio provisional para cada producto teniendo en cuenta los factores que influyen en el precio de venta de un producto alimentario. - Evaluación de estrategias de comunicación. - Establecimiento de las etapas o fases del proceso de elaboración del Plan de Marketing, y elaboración del plan. - Utilización de medios informáticos.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Concepto y contenido del marketing. - Funciones del marketing en la empresa y en la economía. - Instrumentos y políticas del Marketing Mix. - Concepto de mercado, elementos que lo integran y su funcionamiento. - Plan de marketing: elaboración y estructura. Estudio de mercado. El marketing mix: política de producto alimentario, precio, distribución y comunicación. - Qué es un análisis DAFO de ideas de negocio alimentario. - Productos alimentarios asociados a la idea de negocio: características y estacionalidad. Potencial de ventas. - Comercios competidores del entorno: productos ofertados, relación calidad-producto-precio, condiciones de pago, estrategias de marketing, servicios al público y requerimientos exigidos para su funcionamiento. - Estudio de mercado. Análisis del entorno. Público objetivo y competidores. Poder adquisitivo, gustos, hábitos del público objetivo. El estudio del comportamiento del consumidor. - Comerciales. Actuación. - Estrategias de comunicación: tipos y características. Inversión en publicidad. - Prospección de distribuidores. Necesidades. Condiciones. - Empresas proveedoras: condiciones de venta. Técnicas de selección. - Calculo de precios. Precio provisional. Factores que influyen en el precio de venta. - Planes de marketing mix. Acciones: precio, producto, distribución y comunicación. - Normativa medioambiental.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados. - Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de tareas. - Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas. - Disposición e iniciativa personal para aportar ideas y procedimientos a los grupos de trabajo. - Valoración y respeto del personal y de las instalaciones del Centro. - Regularidad en la asistencia.

CRÉDITO FORMATIVO	Comunicación en el marketing alimentario	Duración	50
Código	160723		
Familia profesional	Comercio y Marketing / Hostelería y Turismo		
Título	Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios	Nivel	2
Módulo profesional	Mercadotecnia del comercio alimentario	Duración	132
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Plan de marketing alimentario	Duración	32
	Distribución y fijación de precios		50

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Programa acciones de comunicación básicas en comercios alimentarios, caracterizando el uso de diferentes técnicas que incentivan la compra y captan o fidelizan clientela.

Criterios de evaluación:

- Se han definido los objetivos de la política de comunicación según el público objetivo y las estrategias empresariales.
- Se han determinado las acciones que integran el mix de comunicación de un negocio alimentario, en función de su finalidad.
- Se han determinado las necesidades relativas a la publicidad y los medios y soportes adecuados a las acciones establecidas.
- Se han supervisado las acciones de promoción en el punto de venta y su relación con la captación del público objetivo.
- Se han programado acciones de comunicación en función del tipo de negocio y producto alimentario, periodo de mayor y menor demanda comercial, estacionalidad del producto, evolución de la actividad comercial de la zona, entre otros.
- Se han valorado los cambios del consumo del cliente tipo proponiendo acciones de promoción a nuevos segmentos de mercado.
- Se han establecido indicadores para medir la fidelización de los clientes, en función de la acción de comunicación utilizada.

2. Valora acciones de marketing, analizando indicadores de venta y utilizando instrumentos de evaluación comercial.

Criterios de evaluación:

- Se han determinado los criterios económicos y estratégicos que permiten valorar si las acciones de comunicación de empresa, logran el objetivo relacionado con la venta.
- Se han establecido los indicadores utilizados en la valoración de la eficacia de una acción de comunicación.
- Se han calculado ratios comerciales de control de resultados de acciones de comunicación, utilizando aplicaciones informáticas.
- Se han efectuado mediciones de la rentabilidad de la acción de marketing en relación con la productividad del lineal y a la gestión de productos en el mismo, aplicando herramientas electrónicas e informáticas.
- Se ha valorado la satisfacción del cliente y el procedimiento de gestión de incidencias en relación con la imagen de la empresa que se desea transmitir.
- Se ha valorado el plan del marketing en relación con la fidelización y la retroalimentación del cliente.
- Se ha valorado el grado de eficacia de una acción promocional, analizando resultados.
- Se han propuesto nuevas líneas y acciones de marketing atendiendo a la valoración de los resultados obtenidos.

CONTENIDOS

1. PROGRAMACIÓN DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN BÁSICAS EN COMERCIOS ALIMENTARIOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> – Definición de los objetivos de la política de comunicación según el público objetivo y las estrategias empresariales. – Determinación de las acciones que integran el mix de comunicación de un negocio alimentario, en función de su finalidad. – Determinación de las necesidades relativas a la publicidad y los medios y soportes más habituales. – Supervisión de las acciones de promoción en el punto de venta y su relación con la captación del público objetivo y su fidelización. – Identificación de las técnicas de promoción de ventas más utilizadas por las empresas de distribución. – Programación de acciones de comunicación en función del tipo de negocio y producto alimentario, periodo de mayor y menor demanda comercial, estacionalidad del producto, evolución de la actividad comercial de la zona, entre otros. – Valoración de los cambios del consumo del cliente tipo proponiendo acciones de promoción a nuevos segmentos de mercado. – Establecimiento de indicadores para medir la fidelización de los clientes, en función de la acción de comunicación utilizada. – Utilización de medios informáticos.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> – Necesidad de información en la empresa. – Fuentes de información interna y externa, primaria y secundaria. – Objetivos de comunicación en los negocios alimentarios. Público objetivo. Estrategias empresariales. – Acciones de marketing mix de un comercio alimentario. Finalidad. – Necesidades, medios y soportes según acciones de comunicación establecidas. – Acción publicitaria en comercialización alimentaria. Tipo de negocio, estacionalidad, entorno. – Técnicas de promoción en comercios alimentarios. – Propuesta de acciones de promoción a nuevos segmentos de mercado.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> – Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados. – Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de tareas. – Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas. – Disposición e iniciativa personal para aportar ideas y procedimientos a los grupos de trabajo. – Valoración y respeto del personal y de las instalaciones del Centro. – Regularidad en la asistencia.

2. VALORACIÓN DE LAS ACCIONES DE MARKETING DE LA COMERCIALIZACIÓN ALIMENTARIA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> – Determinación de los criterios económicos y estratégicos para valorar las acciones de comunicación de empresa. – Establecimiento de los indicadores utilizados en la valoración de la eficacia de una acción de comunicación.
-----------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> – Cálculo de ratios comerciales de control de resultados de acciones de comunicación, utilizando aplicaciones informáticas. – Medición de la rentabilidad de la acción de marketing en relación con la productividad del lineal aplicando herramientas electrónicas e informáticas. – Valoración de la satisfacción del cliente y gestión de incidencias. – Valoración del plan del marketing en relación con la fidelización y la retroalimentación del cliente. – Valoración del grado de eficacia de una acción promocional, analizando resultados. – Establecimiento de nuevas líneas y acciones de marketing atendiendo a los resultados obtenidos. – Utilización de medios informáticos.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> – Acciones promocionales. Objetivos obtenidos y previstos. Indicadores. – Índices y ratios económico financieros. – Eficacia de una acción de comunicación. Indicadores – Ratios comerciales de control de resultados de la acción de marketing. – Resultados. – Surtido y ratios de rentabilidad del producto. – El análisis DAFO de referencias. – Detección de productos obsoletos y productos poco rentables. – Imagen de empresa. Satisfacción del cliente. – Acciones promocionales. Eficacia, fidelización y retroalimentación. Nuevas líneas de marketing.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> – Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados. – Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de tareas. – Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas. – Disposición e iniciativa personal para aportar ideas y procedimientos a los grupos de trabajo. – Valoración y respeto del personal y de las instalaciones del Centro. – Regularidad en la asistencia.

CRÉDITO FORMATIVO	Distribución y fijación de precios	Duración	50
Código	160733		
Familia profesional	Comercio y Marketing / Hostelería y Turismo		
Título	Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios	Nivel	2
Módulo profesional	Mercadotecnia del comercio alimentario	Duración	132
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Plan de marketing alimentario	Duración	32
	Comunicación en el marketing alimentario		50

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Determina precios de venta de productos alimentarios, aplicando métodos de fijación de precios y de estimación de costes.

Criterios de evaluación:

- Se han fijado los precios de venta de los productos alimentarios según criterios comerciales establecidos.
- Se han calculado los tipos de costes existentes en una empresa alimentaria tipo y sus impuestos asociados.
- Se ha determinado el contenido de pruebas de rendimiento de productos alimentarios.
- Se ha calculado el escandallo de diversos productos alimentarios a fin de determinar el precio de venta.
- Se han calculado márgenes comerciales de productos, analizando los componentes del coste, el punto muerto y la tendencia del mercado.
- Se han modificado los precios de venta en función de las fluctuaciones del mercado alimentario.
- Se han establecido los plazos, forma y medios de pago, descuentos y facilidades de pago al cliente, en función de la capacidad financiera de la empresa, las características del producto, el tipo de clientela y los usos y prácticas del sector.

2. Establece las formas y canales de distribución del comercio alimentario, valorando el tipo y modelo de empresa intermediarias y las prestaciones que presentan.

Criterios de evaluación:

- Se ha planificado la distribución de los productos del comercio alimentario, en función de la venta tradicional, autoservicio y venta online.
- Se han seleccionado los canales de distribución comercial en función del número y tipo de empresas intermediarias que intervienen y las funciones que desempeñan.
- Se ha seleccionado el canal o canales de distribución, en función del análisis de costes, tiempos, y empresas intermediarias.
- Se han valorado distintas estrategias de distribución para productos alimentarios, a fin de su adopción para el negocio, analizando los niveles del canal, el número y el tipo de empresas intermediarias, así como la posibilidad de distribución online.
- Se ha calculado el coste de distribución de productos alimentarios tipo, teniendo en cuenta los costes de transporte, seguro, almacenamiento, comisiones, márgenes y financieros.
- Se han cumplimentado contratos de intermediación comercial formalizando la relación entre el pequeño negocio alimentario y la empresa distribuidora.
- Se ha valorado la eficacia y rapidez de los canales de distribución del comercio alimentario, en función de la satisfacción del cliente.

CONTENIDOS

1. DETERMINACIÓN DE PRECIOS DE VENTA DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS

<p>procedimentales</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Identificación de los factores que influyen en el precio de venta de un producto – Cálculo de los tipos de costes existentes en una empresa alimentaria tipo y sus impuestos asociados. – Determinación del contenido de pruebas de rendimiento de productos alimentarios. – Cálculo del escandallo de diversos productos alimentarios a fin de determinar el precio de venta, aplicando un determinado margen comercial. – Análisis de los componentes del coste, el punto muerto y la tendencia del mercado. – Modificación de los precios de venta en función de las fluctuaciones del mercado alimentario. – Determinación del efecto que producen las variaciones en el precio de venta del producto sobre las ventas, analizando la elasticidad de la demanda del producto. – Comparación del precio del producto o servicio que se comercializa con los de la competencia, analizando las causas de las diferencias. – Análisis de los plazos, forma y medios de pago, descuentos y facilidades de pago al cliente, en función de la capacidad financiera de la empresa, las características del producto, el tipo de clientela y los usos y prácticas del sector. – Definición de estrategias en política de precios, teniendo en cuenta los costes, el ciclo de vida del producto, los precios de la competencia, los motivos de compra y la percepción de valor de la clientela. – Utilización de medios informáticos.
<p>conceptuales</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Factores que influyen en el precio de venta de un producto. – Métodos de fijación de precios a partir del coste. – Métodos de fijación de precios basados en la competencia – Métodos de fijación de precios basados en la demanda de mercado. – Costes de comercialización alimentaria, ingresos y beneficios. – Pruebas de rendimiento de productos alimentarios. – Efecto que producen las variaciones en el precio de venta del producto sobre las ventas. – Precio de venta al público. Cálculo del escandallo. Cálculo de fijación de precios. Margen comercial. Componentes y Cálculo. Punto muerto. Tendencia del mercado. Fluctuaciones del mercado. – Estrategias y políticas de precios, teniendo en cuenta los costes, el ciclo de vida del producto, los precios de la competencia y los motivos de compra. – Formas y medios de pago. Descuentos según tipos de productos. Elaboración de planes de pagos. – Impuestos asociados a cada tipo de producto alimentario.
<p>actitudinales</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados. – Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de tareas. – Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas. – Disposición e iniciativa personal para aportar ideas y procedimientos a los grupos de trabajo. – Valoración y respeto del personal y de las instalaciones del Centro. – Regularidad en la asistencia.

2. ESTABLECIMIENTO DE FORMAS Y CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS PARA COMERCIOS ALIMENTARIOS

<p>procedimentales</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Planificación de la distribución de los productos del comercio alimentario, en función de la venta tradicional, autoservicio y venta online. – Selección de los canales de distribución comercial en función del número y tipo de empresas intermediarias que intervienen y las funciones que desempeñan. – Selección del canal o canales de distribución, en función del análisis de costes, tiempos, y empresas intermediarias. – Valoración de distintas estrategias de distribución para productos alimentarios, tanto para la tienda física como para la distribución online. – Cálculo del coste de distribución de productos alimentarios tipo, teniendo en cuenta los costes de transporte, seguro, almacenamiento, comisiones, márgenes y financieros. – Análisis y cumplimentación de los distintos tipos de contratos de intermediación comercial. – Elaboración de informes sobre distribución comercial, a partir del análisis de los costes, tiempos, intermediarios disponibles y estrategias viables., – Valoración de la eficacia y rapidez de los canales de distribución, en función de la satisfacción del cliente. – Utilización de medios informáticos.
<p>conceptuales</p>	<ul style="list-style-type: none"> – La distribución comercial como instrumento de marketing. – Canales de distribución: concepto, estructura y tipos. – Intermediarios comerciales. Funciones y tipos de intermediarios. – Distribución de productos del comercio alimentario: Venta tradicional, online y autoservicio. – Canales de distribución de productos alimentarios. Formas de intermediación comercial. – Factores condicionantes en la elección de la forma y canal de distribución. – Formas de intermediación comercial Formas comerciales de distribución: comercio independiente, asociado e integrado. – Coste de distribución. – Estrategias de distribución. Relación del fabricante con la red de venta. – Contratos de intermediación comercial. – Eficacia y rapidez de los canales de distribución. Satisfacción del cliente.
<p>actitudinales</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados. – Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de tareas. – Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas. – Disposición e iniciativa personal para aportar ideas y procedimientos a los grupos de trabajo. – Valoración y respeto del personal y de las instalaciones del Centro. – Regularidad en la asistencia.

CRÉDITO FORMATIVO	Organización de la superficie comercial	Duración	6045
Código	160813		
Familia profesional	Comercio y Marketing / Hostelería y Turismo		
Título	Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios	Nivel	2
Módulo profesional	Dinamización del punto de venta	Duración	105
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Escaparatismo y decoración del punto de venta	Duración	30
	Acciones promocionales para establecimientos comerciales		30

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Organiza la distribución física de productos alimentarios en espacios de venta, valorando los condicionantes para su localización e influencia sobre la venta de productos.

Criterios de evaluación:

- Se ha definido la ubicación de mostradores, expositores y lineales, en función de los condicionantes requeridos, de la distancia de las cámaras o almacenes y de la legislación.
- Se han determinado las condiciones que se deben considerar en la distribución de superficies comerciales para respetar la normativa asociada a eliminación de barreras físicas, evacuación y salidas de emergencia.
- Se ha relacionado la ubicación de productos alimentarios en comercios, con sus características, las pautas de seguridad alimentaria y normas de prevención de riesgos.
- Se ha establecido la distribución de los elementos externos e internos de información y publicidad en los espacios interiores y de los productos alimentarios en el espacio de venta.
- Se ha definido la ubicación de los equipamientos en el establecimiento facilitando los desplazamientos de personas, carretillas y mercancías para la distribución ágil de los productos atendiendo a las necesidades de cada sección.
- Se ha supervisado el estado y distribución de las cestas y carros para mantener en todo momento el suministro y limpieza.
- Se ha supervisado el estado de limpieza del establecimiento, potenciando el atractivo y teniendo en cuenta la prevención de riesgos e higiene de trabajadores y clientes, y la normativa de seguridad alimentaria en el acondicionamiento del punto de venta.

2. Supervisa la exposición de alimentos no perecederos en el punto de venta, aplicando criterios comerciales según lugar óptimo de situación de mercancías, su rotación y cartelería.

Criterios de evaluación:

- Se ha programado la reposición de productos no perecederos, en lineales, góndolas y expositores, atendiendo al índice de rotación, caducidad y al cumplimiento de la normativa de seguridad alimentaria.
- Se han comparado criterios comerciales de diseño y decoración de los puntos de venta, según la distribución de los productos.
- Se ha supervisado la colocación y operatividad de elementos visuales y móviles que animen a la venta de productos no perecederos, facilitando el control de la reposición y calidad de los productos.
- Se ha controlado la accesibilidad a los productos en los lineales, manteniendo su identificación de cara al cliente y permitiendo la visión de la marca y etiquetado.
- Se ha controlado la colocación de la cartelería de ofertas y de identificación de productos no perecederos facilitando la venta de los mismos.

- f) Se han agrupado en distintas zonas del lineal, por familias y efecto visual a lograr, los productos no perecederos, facilitando su localización y adquisición.
- g) Se ha controlado la temperatura ambiente, atendiendo la conservación de los productos y el confort de los clientes.
- h) Se ha efectuado el seguimiento de los lotes de productos según el proveedor y destino en los lineales y secciones, facilitando el control de calidad y el rendimiento de las ventas.

3. Supervisa la exposición de alimentos perecederos en mostradores y vitrinas, analizando los aspectos del entorno que potencian las características del producto y animan a la venta, y cumpliendo la normativa de seguridad e higiene correspondiente en función de su estacionalidad y caducidad.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha supervisado la colocación de productos frescos, en mostradores, teniendo en consideración el sistema de rotación y reposición aplicando la normativa higiénico-sanitaria.
- b) Se han colocado los productos frescos atendiendo al despieceado y procedencia según criterios de calidad.
- c) Se ha supervisado la colocación y operatividad de elementos visuales y móviles que organicen y faciliten la venta de productos perecederos.
- d) Se ha supervisado el estado de limpieza y el tratamiento de armarios y cámaras frigoríficas, asegurando el estado de conservación de los productos y el cumplimiento de la normativa higiénico-sanitaria aplicable.
- e) Se han agrupado los productos perecederos en mostradores y armarios, según familias y efecto visual a lograr, facilitando su localización y adquisición.
- f) Se han controlado la temperatura de los armarios frigoríficos garantizando la cadena de frío y la calidad de los productos.
- g) Se han supervisado los tratamientos (agua rociada e hielo, entre otros) que garanticen el adecuado aspecto visual y organoléptico de los productos frescos, garantizando la evacuación del agua de fusión del hielo.
- h) Se ha organizado el transporte de los suministros a expositores y mostradores desde cámaras y almacén a fin del suministro rápido de los productos.

CONTENIDOS

1. ORGANIZACIÓN DE LA SUPERFICIE COMERCIAL

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> – Identificación de todos los aspectos relacionados con la ubicación de mostradores, expositores y lineales. – Análisis de las condiciones a tener en cuenta en la distribución de superficies comerciales en base a la normativa vigente. – Determinación de la ubicación de los productos alimentarios en el comercio. – Establecimiento de los elementos internos y externos de información y publicidad en el espacio de venta. – Análisis de la ubicación de los equipamientos en el establecimiento atendiendo a las necesidades de cada sección. – Supervisión de cestas y carros garantizando sus suministros y limpieza. – Evaluación del estado de limpieza del establecimiento conforme a la normativa de aplicación.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> – Ubicación de mostradores, expositores y lineales conforme a la legislación. – Aspectos a considerar en la distribución de superficies comerciales. – Comportamiento del cliente en el punto de venta – Ubicación de productos alimentarios en comercio. – Merchandising. – Distribución interna y externa del punto de venta.

	<ul style="list-style-type: none"> – Definición y funciones del lineal. – Equipamiento necesario para la distribución en el punto de venta. – Normativa legal aplicable al diseño de espacios comerciales.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> – Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados de forma satisfactoria para todos. – Responsabilidad y flexibilidad (tolerancia, adaptación) con los cambios que nos vengan impuestos por la empresa. – Valoración del orden y limpieza tanto durante las fases del proceso como en la presentación del producto. – Colaboración e integración en los trabajos de equipos.

2. COLOCACIÓN, EXPOSICIÓN Y REPOSICIÓN DE LOS PRODUCTOS NO PERECEDEROS EN LA ZONA DE VENTA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> – Programación de la reposición de productos no perecederos atendiendo a todas sus características. – Análisis de los criterios comerciales de diseño y decoración en la distribución de productos. – Supervisión de la colocación y operatividad de elementos que animen a la venta de productos no perecederos. – Aplicación y control en el acceso a los productos del lineal. – Determinación de la cartelería de ofertas en el punto de venta facilitando la venta de productos no perecederos. – Análisis de todos los aspectos relacionados con el lineal. – Análisis de los aspectos que garantizan la conservación de los productos y el confort de los clientes. – Organización del seguimiento de los lotes por proveedor con el propósito de garantizar el control de calidad y el rendimiento de las ventas.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> – Condiciones para el tratamiento, conservación y manipulación de los alimentos no perecederos. – Diferentes tipos de conservación de alimentos. – Técnicas de implantación del lineal. – Animación comercial en el punto de venta. – Diseño de cartelería comercial. – Diseño del punto de venta de los productos no perecederos.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> – Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados de forma satisfactoria para todos. – Responsabilidad y flexibilidad (tolerancia, adaptación) con los cambios que nos vengan impuestos por la empresa. – Valoración del orden y limpieza tanto durante las fases del proceso como en la presentación del producto. – Colaboración e integración en los trabajos de equipos.

3. COLOCACIÓN, EXPOSICIÓN Y REPOSICIÓN DE LOS PRODUCTOS PERECEDEROS EN LA ZONA DE VENTA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> – Análisis de la colocación, sistemas de rotación y reposición de productos frescos. – Identificación de los atributos de los productos frescos atendiendo a su despiece y procedencia. – Determinación del posicionamiento y operatividad de elementos que organicen y faciliten la venta de productos perecederos. – Organización de los productos perecederos por familias para facilitar su localización y adquisición.
-----------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> – Organización del transporte a fin de garantizar el suministro eficaz de los productos. – Análisis de la normativa higiénico-sanitaria aplicable a la conservación de los productos.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> – Tipos de procesos de conservación de los alimentos. – Diferentes maneras de proceder a la colocación, rotación y reposición de productos frescos. – Técnicas de despiece y cortes de productos frescos. – Técnicas de merchandising para facilitar la organización y venta de productos perecederos. – Packaging de productos perecederos. – Estudio de la normativa higiénico-sanitaria aplicable a los productos frescos. – Mobiliario específico para productos perecederos.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> – Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados de forma satisfactoria para todos. – Responsabilidad y flexibilidad (tolerancia, adaptación) con los cambios que nos vengan impuestos por la empresa. – Valoración del orden y limpieza tanto durante las fases del proceso como en la presentación del producto. – Colaboración e integración en los trabajos de equipos.

CRÉDITO FORMATIVO	Escaparatismo y decoración del punto de venta	Duración	30
Código	160823		
Familia profesional	Comercio y Marketing / Hostelería y Turismo		
Título	Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios	Nivel	2
Módulo profesional	Dinamización del punto de venta	Duración	105
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Organización de la superficie comercial	Duración	45
	Acciones promocionales para establecimientos comerciales		30

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Determina el montaje de elementos atractivos y publicitarios en vitrinas, expositores y zonas de venta de productos alimentarios, aplicando criterios estéticos y comerciales adecuados a cada tipo de producto.

Criterios de evaluación:

- Se han determinado los lugares idóneos para la ubicación de los elementos de decoración, publicitarios y cartelería, atendiendo a la agrupación de alimentos por sectores y zonas frías y calientes y a las zonas de circulación.
- Se ha determinado la colocación de puntos de emisión de videos clips de publicidad de productos alimentarios en promoción, para animar la venta.
- Se ha supervisado la elaboración de carteles y señalética, en función del elemento decorativo o informativo a ubicar.
- Se han creado mensajes visuales a transmitir al cliente, consiguiendo la armonización entre forma, textura y color, mediante programas ofimáticos de tratamiento de textos e imágenes.
- Se ha supervisado el montaje de elementos decorativos garantizando que no entrañe riesgos para la seguridad de clientes y trabajadores, aplicando la legislación sobre prevención de riesgos laborales.
- Se ha supervisado la composición y montaje de productos alimentarios, elementos ornamentales y carteles en la decoración de escaparates y expositores, aplicando criterios estéticos y comerciales.
- Se ha controlado la iluminación idónea para resaltar la calidad e importancia de los alimentos ubicados en mostradores y expositores, diferenciándola de la iluminación ambiental de las zonas de tránsito.

CONTENIDOS

1. DETERMINACIÓN DEL MONTAJE DE ELEMENTOS ATRACTIVOS Y PUBLICITARIOS EN ESPACIOS DE VENTA DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> – Identificación de zonas frías y calientes. – Identificación de circulación en el punto de venta. – Colocación de puntos de emisión de videoclips para animar la venta. – Selección de carteles en función del elemento decorativo o informativo. – Elaboración de mensajes visuales a transmitir al cliente utilizando los programas ofimáticos adecuados. – Determinación de elementos ornamentales y carteles en la decoración de escaparates y expositores. – Establecimiento de la iluminación idónea para resaltar la calidad e importancia de los alimentos ubicados en las baldas.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> – Definición de zonas frías y calientes.

	<ul style="list-style-type: none"> - Técnicas de diseño de mensajes visuales. - Elementos exteriores del punto de venta. - El escaparate: técnicas y montajes del mismo. - Diferencia entre escaparatismo y visual merchandising. - La iluminación y sus tipos: ambiental y directa.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados de forma satisfactoria para todos. - Responsabilidad y flexibilidad (tolerancia, adaptación) con los cambios que nos vengan impuestos por la empresa. - Valoración del orden y limpieza tanto durante las fases del proceso como en la presentación del producto. - Colaboración e integración en los trabajos de equipos.

CRÉDITO FORMATIVO	Acciones promocionales para establecimientos comerciales	Duración	30
Código	160833		
Familia profesional	Comercio y Marketing / Hostelería y Turismo		
Título	Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios	Nivel	2
Módulo profesional	Dinamización del punto de venta	Duración	105
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Organización de la superficie comercial	Duración	45
	Escaparatismo y decoración del punto de venta		30

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Determina acciones promocionales que rentabilicen los espacios de establecimientos comerciales, aplicando técnicas para incentivar la venta y la captación y fidelización de clientes.

Criterios de evaluación:

- Se han planificado acciones promocionales en el punto de venta que incrementen la atención y captación del cliente.
- Se han programado las acciones más adecuadas según las necesidades comerciales y el presupuesto.
- Se ha valorado el resultado de las acciones promocionales según los diferentes objetivos comerciales.
- Se han presentado vales descuento y otras ofertas de productos alimentarios de forma atractiva a los intereses del cliente, con el fin de incrementar las ventas, respetando la normativa de protección del consumidor.
- Se han presentado al cliente catas de productos alimentarios con el fin de dar a conocer nuevos productos o marcas.
- Se han programado la difusión de música ambiental y de ofertas de productos por la megafonía del espacio comercial, atendiendo a horarios y afluencia de público.
- Se ha adecuado la iluminación de sectores de productos según las características de los mismos para captar la atención del cliente.

CONTENIDOS

1. DETERMINACIÓN DE ACCIONES PROMOCIONALES EN ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTACIÓN

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> – Planificación de acciones promocionales en el punto de venta para incrementar la atención y captación de clientes, valorando las necesidades comerciales y el presupuesto. – Análisis del resultado de las acciones comerciales. – Establecimiento de descuentos y ofertas para incrementar las ventas respetando la normativa vigente. – Determinación de catas para dar a conocer los alimentos. – Aplicación de distintas técnicas de ambientación del punto de venta para favorecer la afluencia de público.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> – El proceso de comunicación comercial. – La promoción de ventas. – Técnicas de ambientación comercial. – Políticas de comunicación en el punto de venta. – Políticas de promoción para productos en el punto de venta. – Técnicas de organización de la superficie comercial.

	<ul style="list-style-type: none">– Los productos en el punto de venta: la animación comercial.– Control de las acciones publicitarias y promocionales.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none">– Actitud positiva y de confianza en la propia capacidad para alcanzar resultados de forma satisfactoria para todos.– Responsabilidad y flexibilidad (tolerancia, adaptación) con los cambios que nos vengan impuestos por la empresa.– Valoración del orden y limpieza tanto durante las fases del proceso como en la presentación del producto.– Colaboración e integración en los trabajos de equipos.

CRÉDITO FORMATIVO	Gestión comercial con proveedores	Duración	60
Código	160912		
Familia profesional	Comercio y Marketing / Hostelería y Turismo		
Título	Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios	Nivel	2
Módulo profesional	Atención comercial en negocios alimentarios	Duración	126
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Valoración y tratamiento de la calidad de servicio	Duración	66

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Determina las líneas de actuación comercial en establecimientos alimentarios analizando los objetivos empresariales fijados y la estrategia comercial.

Criterios de evaluación:

- Se ha organizado el departamento de ventas en un comercio alimentario en función de la imagen de marca, productos, el tipo de cliente y objetivos comerciales.
- Se ha determinado número y funciones del personal de atención comercial que se requiere según los objetivos del plan de ventas de una empresa.
- Se han determinado las funciones asociadas a la atención al cliente en comercios alimentarios y las responsabilidades.
- Se han determinado los objetivos y acciones concretas de atención comercial a partir del plan de ventas de una empresa.
- Se han establecido las acciones de formación, motivación y promoción profesional destinadas al personal del establecimiento que faciliten la consecución de los objetivos prefijados.
- Se ha elaborado el argumentario de ventas, incluyendo los puntos fuertes y débiles de productos alimentarios, adaptándolos al tipo y comportamiento de los clientes.
- Se han establecido los protocolos de atención al cliente ante quejas y reclamaciones, aplicando la normativa de protección del consumidor.
- Se ha mejorado la atención comercial, estableciendo sistemas de retroalimentación.

2. Supervisa la transmisión de información comercial al cliente, estableciendo protocolos de atención comercial y valorando las funciones, técnicas y actitudes a desarrollar.

Criterios de evaluación:

- Se ha supervisado la realización de la atención comercial, aplicando las técnicas de comunicación, verbales y no verbales, acordes con la situación y características del cliente, y respondiendo a las contingencias.
- Se ha supervisado la atención telefónica con el cliente, teniendo en cuenta su finalidad, protocolo, y las técnicas de locución empleadas.
- Se han establecido protocolos de recepción de clientes, valorando la importancia y el resultado positivo de una cordial acogida.
- Se ha realizado la atención comercial al cliente de forma educada, cercana y con interés, manteniendo una postura amable y abierta al diálogo.
- Se ha asesorado al cliente acerca del producto alimentario demandado (características, beneficios, precios) y de las políticas de la empresa (tiempos de entrega, formas de pago, descuentos).
- Se ha valorado la apariencia de los empleados, del lugar o de los productos que se ofrecen.

- g) Se ha transmitido al cliente confianza en la atención realizada en función de los compromisos adquiridos (pedido, plazo de entrega, precio convenido).
- h) Se ha valorado la atención al cliente en función del tiempo dedicado, la falta de esperas o en su caso informando de la demora.

3. Atiende reclamaciones y sugerencias habituales en comercios alimentarios, aplicando los protocolos de actuación según la normativa vigente y las técnicas de negociación a utilizar para su resolución, y valorando el resultado del procedimiento.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha determinado el procedimiento a seguir, fases, forma, plazos y normativa relativa al proceso de tramitación de reclamaciones y sugerencias del comercio alimentario.
- b) Se ha informado al cliente de sus derechos y los posibles mecanismos de solución de la reclamación, de acuerdo con la normativa vigente.
- c) Se han cumplimentado los documentos relativos a la tramitación de las quejas, reclamaciones y denuncias cursando estas hacia el departamento u organismo competente.
- d) Se ha informado al reclamante de la situación y del resultado de la queja o reclamación, de forma oral, escrita y por medios electrónicos.
- e) Se han atendido las quejas, devoluciones y reclamaciones utilizando la escucha activa, la empatía y la asertividad, y técnicas de negociación que faciliten el acuerdo para resolver estas situaciones.
- f) Se han valorado las consecuencias administrativas asociadas a una reclamación denegada o no resuelta.
- g) Se ha valorado las sugerencias e incidencias relativas a quejas y reclamaciones, a fin de realimentar las decisiones sobre proveedores y productos y sobre la propia atención del establecimiento.

CONTENIDOS

1. DETERMINACIÓN DE LÍNEAS DE ACTUACIÓN COMERCIAL EN ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> – Organización del departamento de ventas en un comercio alimentario en función de la imagen de marca, productos, el tipo de cliente y objetivos comerciales. – Especificación del número y funciones del personal de atención comercial que se requiere según los objetivos del plan de ventas de una empresa. – Determinación de las funciones asociadas a la atención al cliente en comercios alimentarios y las responsabilidades. – Definición de los objetivos y acciones concretas de atención comercial a partir del plan de ventas de una empresa. – Implantación de las acciones de formación, motivación y promoción profesional destinadas al personal del establecimiento que faciliten la consecución de los objetivos prefijados. – Elaboración del argumentario de ventas, incluyendo los puntos fuertes y débiles de productos alimentarios, adaptándolos al tipo y comportamiento de los clientes. – Fijación de los protocolos de atención al cliente ante quejas y reclamaciones, aplicando la normativa de protección del consumidor. – Mejora de la atención comercial, estableciendo sistemas de retroalimentación.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> – Concepto y funciones de la empresa comercial alimentaria. – Organizar los departamentos de las empresas alimentarias. – Describir organigramas elementales en una empresa alimentaria. – Departamento de atención al cliente. – Imagen corporativa y atención al cliente.

	<ul style="list-style-type: none"> – Programa de ventas y objetivos, contenidos y estructura del argumentario de ventas. – Protocolo a seguir en la atención al cliente. – Mejora de la atención comercial.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> – Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas. – Valoración del orden y limpieza tanto durante las fases del proceso como en la presentación del trabajo. – Compromiso con los plazos establecidos (previstos) en la ejecución de una tarea. – Reconocimiento y valoración de las técnicas de organización y gestión en la realización de las tareas. – Autonomía en la realización de las tareas.

2. SUPERVISIÓN DE LA TRANSMISIÓN DE INFORMACIÓN COMERCIAL AL CLIENTE

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> – Supervisión de la atención comercial, aplicando las técnicas de comunicación, verbales y no verbales, acordes con la situación y características del cliente, y respondiendo a las contingencias. – Supervisión de la atención telefónica con el cliente, teniendo en cuenta su finalidad, protocolo, y las técnicas de locución empleadas. – Establecimiento de protocolos de recepción de clientes, valorando la importancia y el resultado positivo de una cordial acogida. – Realización de la atención comercial al cliente de forma educada, cercana y con interés, manteniendo una postura amable y abierta al diálogo. – Asesoramiento al cliente acerca del producto alimentario demandado (características, beneficios, precios) y de las políticas de la empresa (tiempos de entrega, formas de pago, descuentos). – Valoración de la apariencia de los empleados, del lugar o de los productos que se ofrecen. – Transmisión al cliente de confianza en la atención realizada en función de los compromisos adquiridos (pedido, plazo de entrega, precio convenido). – Valoración de la atención al cliente en función del tiempo dedicado, la falta de esperas o en su caso informando de la demora.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> – Comunicación empresarial. – Elementos, fases y barreras de la comunicación empresarial. – Tipos de comunicación en la empresa. – Importancia de la mirada, la expresión facial, los gestos, la apariencia y el lenguaje corporal en la comunicación oral. – Aspectos a tener en cuenta en una comunicación oral: la empatía, la asertividad y la escucha activa. – La comunicación telefónica: lenguaje, gestión, medios de atención telefónica, normas, reglas, códigos y sistemas telefónicos. – La comunicación mediante las tecnologías de la información.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> – Toma de conciencia de la importancia de la expresión y el lenguaje en la empresa. – Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas. – Compromiso con los plazos establecidos (previstos) en la ejecución de una tarea.

- Autonomía en la realización de las tareas.

3. ATENCIÓN DE RECLAMACIONES Y SUGERENCIAS DEL CLIENTE EN COMERCIOS ALIMENTARIOS

<p>procedimentales</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Determinación del procedimiento a seguir, fases, forma, plazos y normativa relativa al proceso de tramitación de reclamaciones y sugerencias del comercio alimentario. – Información al cliente de sus derechos y los posibles mecanismos de solución de la reclamación, de acuerdo con la normativa vigente. – Cumplimentación de los documentos relativos a la tramitación de las quejas, reclamaciones y denuncias cursando estas hacia el departamento u organismo competente. – Información al reclamante de la situación y del resultado de la queja o reclamación, de forma oral, escrita y por medios electrónicos. – Atención de las quejas, devoluciones y reclamaciones utilizando la escucha activa, la empatía y la asertividad, y técnicas de negociación que faciliten el acuerdo para resolver estas situaciones. – Valoración de las consecuencias administrativas asociadas a una reclamación denegada o no resuelta. – Valoración de las sugerencias e incidencias relativas a quejas y reclamaciones, a fin de realimentar las decisiones sobre proveedores y productos y sobre la propia atención del establecimiento.
<p>conceptuales</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Tipos de consultas, quejas y reclamaciones. – Gestión de quejas, devoluciones, sugerencias y reclamaciones. – Trámites de las quejas, devoluciones, sugerencias y reclamaciones – La negociación con el cliente. Técnicas y herramientas de negociación. – La hoja de reclamaciones. – Mediación y arbitraje. – Actuación de la Administración. – Encuesta de satisfacción de la atención al cliente y su posterior valoración y actuación. – Transmisión electrónica de las consulta, quejas y reclamaciones
<p>actitudinales</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas. – Valoración del orden y limpieza tanto durante las fases del proceso como en la presentación del trabajo. – Compromiso con los plazos establecidos (previstos) en la ejecución de una tarea. – Reconocimiento y valoración de las técnicas de organización y gestión en la realización de las tareas. – Autonomía en la realización de las tareas.

CRÉDITO FORMATIVO	Valoración y tratamiento de la calidad de servicio	Duración	66
Código	160922		
Familia profesional	Comercio y Marketing / Hostelería y Turismo		
Título	Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios	Nivel	2
Módulo profesional	Atención comercial en negocios alimentarios	Duración	126
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Gestión comercial con proveedores	Duración	60

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Gestiona la relación comercial con los proveedores, determinando características, productos y servicios que suministran.

Criterios de evaluación:

- Se han buscado y seleccionado los proveedores, considerando factores comerciales tales como tipo de alimento, calidad, precio, operatividad y de proximidad.
- Se ha establecido el seguimiento automático y la actualización de bases de datos de proveedores, aplicando sistemas ofimáticos de comunicación con los proveedores.
- Se han establecido los canales y procedimientos de comunicación con los proveedores, aplicando sistemas ofimáticos de comunicación.
- Se han gestionado los pedidos a proveedores, formalizando la comunicación y documentación relativa a los mismos.
- Se han negociado ofertas de suministro, atendiendo a criterios comerciales y de operatividad.
- Se han establecido criterios de evaluación de proveedores, valorando los que mejor se adecuen a las características de la empresa.
- Se ha gestionado con otros departamentos los acuerdos obtenidos con proveedores, siguiendo los procedimientos de comunicación interna.

2. Valora la eficacia del servicio de atención comercial, utilizando instrumentos de evaluación y control e interpretando resultados obtenidos.

Criterios de evaluación:

- Se han establecido los estándares de calidad en la prestación del servicio de atención comercial en negocios alimentarios.
- Se ha valorado los datos de fidelización de los clientes, en relación con la calidad del servicio de atención comercial prestado.
- Se han valorado las incidencias habituales en comercios alimentarios respecto a la atención comercial, introduciendo procesos de mejora.
- Se han evaluado los protocolos de gestión de incidencias y reclamaciones en función de la satisfacción del cliente y de los objetivos de la empresa, introduciendo procesos de mejora.
- Se ha realizado el control de calidad del servicio de atención comercial aplicando los métodos y herramientas adecuados.
- Se han valorado la retroalimentación de los procesos de tramitación de quejas y reclamaciones, contrastando resultados, formas y plazos de resolución, a fin de mejorar el procedimiento de atención comercial.
- Se ha valorado el grado de satisfacción de los clientes en función de los servicios y productos ofertados y las prestaciones del establecimiento.

CONCEPTOS

1. GESTIÓN DE LA ATENCIÓN COMERCIAL CON LOS PROVEEDORES

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> – Búsqueda y selección de proveedores, considerando factores comerciales tales como tipo de alimento, calidad, precio, operatividad y de proximidad. – Seguimiento automático y actualización de bases de datos de proveedores, aplicando sistemas ofimáticos de comunicación con los proveedores. – Establecimiento de los canales y procedimientos de comunicación con los proveedores, aplicando sistemas ofimáticos de comunicación. – Gestión de pedidos a proveedores, formalizando la comunicación y documentación relativa a los mismos. – Negociación de ofertas de suministro, atendiendo a criterios comerciales y de operatividad. – Establecimiento de criterios de evaluación de proveedores, valorando los que mejor se adecuen a las características de la empresa. – Gestión con otros departamentos de los acuerdos obtenidos con proveedores, siguiendo los procedimientos de comunicación interna.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> – Técnicas para planificar las compras. – Sistemas de selección de proveedores – Tipos de negociación de la compra. – Contrato de compraventa. Pedidos. – Seguimiento compra. – Comunicación interdepartamental. – La comunicación con proveedores mediante las tecnologías de la información.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> – Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas. – Valoración del orden y limpieza tanto durante las fases del proceso como en la presentación del trabajo. – Compromiso con los plazos establecidos (previstos) en la ejecución de una tarea. – Reconocimiento y valoración de las técnicas de organización y gestión en la realización de las tareas. – Autonomía en la realización de las tareas.

2. VALORACIÓN DE LA EFICACIA DEL SERVICIO DE ATENCIÓN COMERCIAL

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Establecimiento de los estándares de calidad en la prestación del servicio de atención comercial en negocios alimentarios. - Valoración de los datos de fidelización de los clientes, en relación con la calidad del servicio de atención comercial prestado. - Valoración de las incidencias habituales en comercios alimentarios respecto a la atención comercial, introduciendo procesos de mejora. - Evaluación de los protocolos de gestión de incidencias y reclamaciones en función de la satisfacción del cliente y de los objetivos de la empresa, introduciendo procesos de mejora. - Realización del control de calidad del servicio de atención comercial aplicando los métodos y herramientas adecuados.
-----------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de la retroalimentación de los procesos de tramitación de quejas y reclamaciones, contrastando resultados, formas y plazos de resolución, a fin de mejorar el procedimiento de atención comercial. - Valoración del grado de satisfacción de los clientes en función de los servicios y productos ofertados y las prestaciones del establecimiento.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Objetivos y fines de la evaluación de la calidad del servicio. - Tipos de evaluación de la calidad del servicio. - Análisis de datos. Índices y estándares más utilizados. - Tratamiento y solución de errores y anomalías en el servicio. - Fidelización del cliente. Estrategias de fidelización - Normalización y certificación de la calidad de servicio. - Normativa legal en la protección de consumidores y usuarios. - Encuesta de satisfacción sobre los servicios prestados al cliente.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas. - Valoración del orden y limpieza tanto durante las fases del proceso como en la presentación del trabajo. - Compromiso con los plazos establecidos (previstos) en la ejecución de una tarea. - Reconocimiento y valoración de las técnicas de organización y gestión en la realización de las tareas. - Autonomía en la realización de las tareas.

CRÉDITO FORMATIVO	Preparación y acondicionamiento de carnes y derivados cárnicos	Duración	65
Código	161114		
Familia profesional	Comercio y Marketing / Hostelería y Turismo		
Título	Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios	Nivel	2
Módulo profesional	Preparación y acondicionamiento de productos frescos y transformados	Duración	210
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Preparación y acondicionamiento de pescados y mariscos	Duración	55
	Preparación y acondicionamiento de frutas, verduras, vinos, quesos y productos gourmet		55
	Preparación y acondicionamiento de pan, bollería, repostería y pastelería		35

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Supervisa y realiza la obtención de porciones y preparaciones de carne y derivados cárnicos, aplicando la técnica de corte en función de la pieza y destino culinario, cumpliendo la normativa de prevención de riesgos laborales.

Criterios de evaluación:

- Se ha comprobado el estado de los productos cárnicos, atendiendo a su aroma y color.
- Se ha supervisado y realizado el deshuesado y despiezado de canales de carne y otras piezas cárnicas, atendiendo a las técnicas apropiadas y cumpliendo la normativa higiénico-sanitaria y de prevención de riesgos laborales.
- Se han supervisado y elaborado derivados cárnicos frescos tales como carne picada, adobada, salchichas frescas, entre otros, en función del destino culinario y las características del tipo de animal.
- Se han relacionado los distintos tipos de corte de piezas y derivados cárnicos con su posterior uso o aplicación.
- Se ha supervisado y obtenido distintas porciones de carne, charcutería y productos cárnicos para el consumo, en función del producto y su destino final, ejecutando las técnicas de cortes requeridas.
- Se han dispuesto las piezas de carne y derivados cárnicos en mostradores y expositores, garantizado su conservación, frescura y atractivo visual.
- Se ha supervisado el envasado del producto y derivado cárnico en función de sus características y requerimientos del cliente.
- Se han supervisado las condiciones de orden y limpieza de las zonas de trabajo de carnicería.
- Se ha aplicado la normativa de prevención de riesgos laborales e higiénico-sanitarios en las operaciones de preparación y *acondicionamiento de carne y derivados*.

2. Efectúa el etiquetado de productos frescos, relacionando el tipo de productos con su etiquetado y características del envase.

Criterios de evaluación:

- Se han aplicado las especificaciones de la normativa que afecta al envasado de alimentos frescos.
- Se ha dispuesto la información obligatoria y complementaria a incluir en las etiquetas y sus códigos de barras, así como en los rótulos de productos alimenticios.
- Se han comprobado que los productos frescos envasados expuestos disponen del etiquetado y características de trazabilidad establecidas.

- d) Se han relacionado las técnicas y equipos de etiquetado con su uso en diferentes tipos de productos alimentarios.
- e) Se han envasado y etiquetado productos frescos en función de los requerimientos de trazabilidad establecidos.
- f) Se ha verificado la aplicación del código de barras a los productos frescos, identificando etiquetas normalizadas y códigos de barras.
- g) Se ha verificado que la codificación del producto concuerda con sus características, propiedades y localización.
- h) Se ha supervisado la colocación de dispositivos de seguridad en los productos alimentarios frescos expuestos para la venta, utilizando los *sistemas de protección pertinentes*.

CONTENIDOS

1. SUPERVISIÓN Y OBTENCIÓN DE PORCIONES Y PREPARACIONES DE CARNE Y DERIVADOS CÁRNICOS

Procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Comprobación del estado de los productos cárnicos. - Supervisión y elaboración de derivados cárnicos frescos en función del destino culinario y características del animal: Carne picada, adobada y salchichas frescas. - Exposición en mostradores de piezas y productos cárnicos: conservación fresca y atractivo visual. - Supervisión del envasado del producto cárnico y sus derivados.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Características organolépticas de los productos cárnicos. - Equipos y maquinaria para la preelaboración y conservación de porciones, preparaciones de carne y derivados cárnicos. - Técnicas de deshuesado y despiezado de canales y piezas cárnicas. - Tipos de corte de piezas y derivados cárnicos. Uso culinario. - Normativa higiénico-sanitaria para la elaboración de derivados cárnicos frescos. - Legislación relativa a la elaboración de derivados cárnicos frescos. - Equipos, recipientes y envases asociados a cada método de envasado y conservación. - Fases y puntos clave durante el desarrollo de las técnicas de envasado y conservación. - Medidas de seguridad personales. - Conceptos básicos de presentación y packaging de productos y derivados cárnicos. Escaparatismo.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Actitud activa, metódica y respetuosa con las normas y los protocolos establecidos durante la obtención de porciones y preparaciones de carne y derivados cárnicos. - Interés por la ejecución de tareas respetando la normativa higiénico-sanitaria, de seguridad laboral y de protección ambiental. - Disposición e iniciativa personal en la organización de los procesos. - Sensibilidad ante las demandas de atención por parte de clientes y corrección en nuestra respuesta.

2. REALIZA EL ETIQUETADO DE PRODUCTOS FRESCOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Supervisión de la colocación del código de barras. Coincidencia con las características, propiedades y localización del producto. - Supervisión de la colocación de los dispositivos de seguridad y protección.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Normativa específica sobre el envasado de productos frescos. - Técnicas de etiquetado. Código de barras. Rótulos de productos alimentarios.

	<ul style="list-style-type: none"> - Trazabilidad. - Técnicas. Materiales de envasado. Sistemas y métodos de envasado.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Rigor en el cumplimiento de la normativa higiénico-sanitaria, de seguridad laboral y de protección ambiental. - Actitud activa, metódica y respetuosa con las normas y los protocolos establecidos durante el envasado y etiquetado de productos frescos. - Disposición e iniciativa personal en la organización de los procesos.

CRÉDITO FORMATIVO	Preparación y acondicionamiento de pescados y mariscos	Duración	55
Código	161124		
Familia profesional	Comercio y Marketing / Hostelería y Turismo		
Título	Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios	Nivel	2
Módulo profesional	Preparación y acondicionamiento de productos frescos y transformados	Duración	210
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Preparación y acondicionamiento de carnes y productos cárnicos	Duración	65
	Preparación y acondicionamiento de frutas, verduras, vinos, quesos y productos gourmet		55
	Preparación y acondicionamiento de pan, bollería, repostería y pastelería		35

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Supervisa y realiza la obtención de porciones, preparaciones y elaboraciones de pescados y mariscos, aplicando la técnica de corte en función del tipo y preparación adecuada al destino culinario, cumpliendo la normativa de prevención de riesgos laborales, higiénico-sanitaria y medioambiental.

Criterios de evaluación:

- Se ha comprobado el estado de los pescados frescos, atendiendo a su aspecto, olor, textura y color, entre otros.
- Se ha supervisado y realizado la limpieza, desescamado, pelado, fileteado y troceado del pescado, y en su caso, descabezado, eviscerado o desespinado, atendiendo a su especie y destino culinario.
- Se han supervisado y obtenido porciones de pescado requeridas en tamaño, forma y calidad para el consumo, ejecutando las técnicas de corte en función del tipo de pescado y destino culinario.
- Se han dispuesto los pescados y mariscos en mostradores y expositores, aplicando hielo y aspersores de agua, garantizado su conservación, frescura y atractivo visual.
- Se ha preparado el marisco según tamaño, forma y calidad, en función del tipo de marisco y destino culinario.
- Se ha supervisado el envasado del producto, en función de sus características y requerimientos del cliente.
- Se han supervisado las condiciones de orden y limpieza de las zonas de trabajo de pescadería.
- Se ha aplicado la normativa de prevención de riesgos laborales e higiénico-sanitarios, en las operaciones de preparación y acondicionamiento del pescado y marisco.

2. Efectúa el etiquetado de productos frescos, relacionando el tipo de productos con su etiquetado y características del envase.

Criterios de evaluación:

- Se han aplicado las especificaciones de la normativa que afecta al envasado de alimentos frescos.
- Se ha dispuesto la información obligatoria y complementaria a incluir en las etiquetas y sus códigos de barras, así como en los rótulos de productos alimenticios.
- Se han comprobado que los productos frescos envasados expuestos disponen del etiquetado y características de trazabilidad establecidas.
- Se han relacionado las técnicas y equipos de etiquetado con su uso en diferentes tipos de productos alimentarios.
- Se han envasado y etiquetado productos frescos en función de los requerimientos de trazabilidad establecidos.

- f) Se ha verificado la aplicación del código de barras a los productos frescos, identificando etiquetas normalizadas y códigos de barras.
- g) Se ha verificado que la codificación del producto concuerda con sus características, propiedades y localización.
- h) Se ha supervisado la colocación de dispositivos de seguridad en los productos alimentarios frescos expuestos para la venta, utilizando los sistemas de protección pertinentes.

CONTENIDOS

1. SUPERVISIÓN Y OBTENCIÓN DE PORCIONES, PREPARACIONES Y ELABORACIONES DE PESCADOS Y MARISCOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Comprobación del estado de pescados y mariscos. Características organolépticas, estacionalidad, tallas mínimas y estado de conservación. - Supervisión y limpieza de pescado: desescamado, pelado, fileteado, troceado descabezado, eviscerado y desespinado. - Obtención de porciones de pescado en función del destino culinario y los tipos de pescados. - Exposición en mostradores de pescados y mariscos. - Preparación de mariscos: tamaño, forma, calidad, tipo y destino culinario. - Supervisión del envasado de pescados y mariscos.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Pescados y mariscos frescos: <ul style="list-style-type: none"> • Características organolépticas. • Estacionalidad y documentación de origen. • Tallas mínimas. • Estado de conservación. - Equipos y maquinaria para la preelaboración y envasado de pescados y mariscos. - Piezas de pescado limpio, filetes y trozos. - Técnicas de fileteado de pescado. Uso culinario. - Uso culinario del marisco. - Normativa higiénico-sanitaria para la manipulación de pescado fresco. - Legislación relativa a la manipulación de pescado y marisco fresco. - Equipos, recipientes y envases asociados a cada método de envasado y conservación. - Fases y puntos clave durante el desarrollo de las técnicas de envasado y conservación. - Medidas de seguridad personales. - Conceptos básicos de presentación y packaging de pescados y mariscos. Escaparatismo. - Medidas de seguridad personal.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Actitud activa, metódica y respetuosa con las normas y los protocolos establecidos durante la obtención de porciones y preparaciones de pescados y mariscos. - Interés por la ejecución de tareas respetando la normativa higiénico-sanitaria, de seguridad laboral y de protección ambiental. - Disposición e iniciativa personal en la organización de los procesos. - Sensibilidad ante las demandas de atención por parte de clientes y corrección en nuestra respuesta.

2. REALIZA EL ETIQUETADO DE PRODUCTOS FRESCOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Supervisión de la colocación del código de barras. Coincidencia con las características, propiedades y localización del producto.
-----------------	---

	- Supervisión de la colocación de los dispositivos de seguridad y protección.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Normativa específica sobre el envasado de productos frescos. - Técnicas de etiquetado. Código de barras. Rótulos de productos alimentarios. - Trazabilidad. - Técnicas. Materiales de envasado. Sistemas y métodos de envasado.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Rigor en el cumplimiento de la normativa higiénico-sanitaria, de seguridad laboral y de protección ambiental. - Actitud activa, metódica y respetuosa con las normas y los protocolos establecidos durante el envasado y etiquetado de productos frescos. - Disposición e iniciativa personal en la organización de los procesos.

CRÉDITO FORMATIVO	Preparación y acondicionamiento de frutas, verduras, vinos, quesos y productos gourmet	Duración	55
Código	161134		
Familia profesional	Comercio y Marketing / Hostelería y Turismo		
Título	Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios	Nivel	2
Módulo profesional	Preparación y acondicionamiento de productos frescos y transformados	Duración	210
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Preparación y acondicionamiento de carnes y derivados cárnicos	Duración	65
	Preparación y acondicionamiento de pescados y mariscos		55
	Preparación y acondicionamiento de pan, bollería, repostería y pastelería		35

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Supervisa y elabora bandejas de frutas y verduras adecuándolas al consumo, según criterios de venta, aplicando la normativa sanitaria y de prevención de riesgos laborales.

Criterios de evaluación:

- Se ha comprobado el estado de frutas y verduras atendiendo a criterios de tamaño, madurez y aspecto visual.
- Se ha supervisado la disposición de frutas y verduras en mostradores, expositores y bandejas, según su estacionalidad, calidad y calibre, entre otros.
- Se han supervisado las condiciones de orden y limpieza de las zonas de trabajo de frutas y verduras.
- Se ha supervisado la presentación y el troceado frutas y verduras, en tamaño, forma y calidad, en función del tipo de producto y requerimientos del cliente.
- Se han supervisado la exposición de piezas de frutas y verduras de forma que garantice sus propiedades y conservación.
- Se han envasado las frutas y verduras, en función de sus características y requerimientos del cliente.
- Se ha aplicado la normativa de riesgos laborales e higiénico-sanitarios, en relación con las operaciones de preparación y acondicionamiento de frutas y verduras.

2. Supervisa la preparación y el asesoramiento de productos alimentarios, tales como vinos, quesos y productos gourmet, aplicando técnicas de corte pertinentes al producto, y valorando características y posibilidades de consumo.

Criterios de evaluación:

- Se ha supervisado la presentación y exposición de vinos, quesos y productos gourmet en función de las características del producto.
- Se ha supervisado el corte del jamón de calidad de forma manual aplicando las técnicas adecuadas.
- Se ha supervisado el corte o troceado del queso de calidad en función del tipo de queso y la técnica de corte apropiada a sus características.
- Se ha supervisado la preparación de tablas de quesos, jamón y embutidos, en función de sus denominaciones, tipo de leche, y degustación (aroma, sabor, picor, entre otros).
- Se ha asesorado sobre las características de vinos de calidad en función de su origen, añada, variedades de uva y maridaje, entre otros.
- Se ha asesorado sobre las características de quesos (fragilidad, densidad, dureza y cremosidad, entre otros), posibilidades de consumo y destino culinario.

- g) Se ha asesorado sobre otros productos gourmet (caviar, ahumados, ventresca, salazones, algas, caldos, fumét, entre otros) en función de origen, forma de consumo y destino culinario.

3. Efectúa el etiquetado de productos frescos, relacionando el tipo de productos con su etiquetado y características del envase.

Criterios de evaluación:

- Se han aplicado las especificaciones de la normativa que afecta al envasado de alimentos frescos.
- Se ha dispuesto la información obligatoria y complementaria a incluir en las etiquetas y sus códigos de barras, así como en los rótulos de productos alimenticios.
- Se han comprobado que los productos frescos envasados expuestos disponen del etiquetado y características de trazabilidad establecidas.
- Se han relacionado las técnicas y equipos de etiquetado con su uso en diferentes tipos de productos alimentarios.
- Se han envasado y etiquetado productos frescos en función de los requerimientos de trazabilidad establecidos.
- Se ha verificado la aplicación del código de barras a los productos frescos, identificando etiquetas normalizadas y códigos de barras.
- Se ha verificado que la codificación del producto concuerda con sus características, propiedades y localización.
- Se ha supervisado la colocación de dispositivos de seguridad en los productos alimentarios frescos expuestos para la venta, utilizando los sistemas de protección pertinentes.

CONTENIDOS

1. SUPERVISIÓN Y ELABORACIÓN DE BANDEJAS DE FRUTAS Y VERDURAS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Comprobación de frutas y verduras: tipos, características. - Supervisión de la exposición de frutas y verduras en mostradores expositores y bandejas. - Supervisión de la presentación y troceado de frutas y verduras.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Frutas y verduras: <ul style="list-style-type: none"> • Tipos. • Calibre. • Madurez. • Aspecto visual. • Estacionalidad. • Calidad. - Equipos y maquinaria para la preelaboración y envasado de frutas y verduras. - Técnicas de cortes de frutas y verduras. Uso culinario. - Normativa higiénico-sanitaria para la manipulación de frutas y verduras frescas. - Legislación relativa a la manipulación de frutas y verduras frescas. - Equipos, recipientes y envases asociados a cada método de envasado y conservación. - Fases y puntos clave durante el desarrollo de las técnicas de envasado y conservación. - Medidas de seguridad personales. - Conceptos básicos de presentación y packaging de frutas y verduras frescas. Escaparatismo. - Medidas de seguridad personal. - Características y requerimientos del cliente.

actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Actitud activa, metódica y respetuosa con las normas y los protocolos establecidos durante la obtención de porciones y preparaciones de frutas y verduras. - Interés por la ejecución de tareas respetando la normativa higiénico-sanitaria, de seguridad laboral y de protección ambiental. - Disposición e iniciativa personal en la organización de los procesos. - Sensibilidad ante las demandas de atención por parte de clientes y corrección en nuestra respuesta.

2. PREPARACIÓN Y ASESORAMIENTO DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Presentación y exposición de vinos, quesos y productos gourmet. Características. - Asesoramiento sobre vinos. - Asesoramiento sobre quesos. - Asesoramiento sobre productos gourmet en función de su origen y su destino culinario.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Vinos: <ul style="list-style-type: none"> • Calidad. • Añada. • Variedades de uva. • Maridajes. - Quesos: <ul style="list-style-type: none"> • Fragilidad. • Densidad. • Dureza y cremosidad. • Destino culinario. • Características organolépticas. • Técnicas de troceado y corte de quesos. - Productos gourmet: <ul style="list-style-type: none"> • Caviar. • Ahumados. • Ventresca. • Salazones. • Características organolépticas. • Origen y destino culinarios. - Jamones de calidad. <ul style="list-style-type: none"> • Características organolépticas. • Técnicas de corte: manuales y mecánicas. - Embutidos: <ul style="list-style-type: none"> • Tipos. • Características organolépticas. - Equipos y maquinaria para la preelaboración y envasado de quesos, jamón y embutidos. - Normativa higiénico-sanitaria para la manipulación de quesos, jamones y embutidos. - Legislación relativa a la manipulación de quesos, jamones y embutidos. - Equipos, recipientes y envases asociados a cada método de envasado y conservación. - Fases y puntos clave durante el desarrollo de las técnicas de envasado y conservación. - Medidas de seguridad personales. - Conceptos básicos de presentación y packaging de quesos, jamones y embutidos. Escaparatismo.

	- Medidas de seguridad personal.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Actitud activa, metódica y respetuosa con las normas y los protocolos establecidos durante la obtención de porciones de quesos, jamones y embutidos. - Interés por la ejecución de tareas respetando la normativa higiénico-sanitaria, de seguridad laboral y de protección ambiental. - Disposición e iniciativa personal en la organización de los procesos. - Sensibilidad ante las demandas de atención por parte de clientes y corrección en nuestra respuesta.

3. REALIZA EL ETIQUETADO DE PRODUCTOS FRESCOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Supervisión de la colocación del código de barras. Coincidencia con las características, propiedades y localización del producto. - Supervisión de la colocación de los dispositivos de seguridad y protección.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Normativa específica sobre el envasado de productos frescos. - Técnicas de etiquetado. Código de barras. Rótulos de productos alimentarios. - Trazabilidad. - Técnicas. Materiales de envasado. Sistemas y métodos de envasado.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Rigor en el cumplimiento de la normativa higiénico-sanitaria, de seguridad laboral y de protección ambiental. - Actitud activa, metódica y respetuosa con las normas y los protocolos establecidos durante el envasado y etiquetado de productos frescos. - Disposición e iniciativa personal en la organización de los procesos.

CRÉDITO FORMATIVO	Preparación y acondicionamiento de pan, bollería, repostería y pastelería	Duración	35
Código	161144		
Familia profesional	Comercio y Marketing / Hostelería y Turismo		
Título	Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios	Nivel	2
Módulo profesional	Preparación y acondicionamiento de productos frescos y transformados	Duración	210
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Preparación y acondicionamiento de carnes y derivados cárnicos	Duración	65
	Preparación y acondicionamiento de pescados y mariscos		55
	Preparación y acondicionamiento de frutas, verduras, vinos, quesos y productos gourmet		55

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Supervisa y elabora diferentes variedades de pan, bollería, repostería y pastelería a partir de productos semielaborados, según criterios de venta, cumpliendo la normativa sanitaria y de Prevención de Riesgos Laborales.

Criterios de evaluación:

- Se ha comprobado el estado de los productos semielaborados, atendiendo a su aspecto, olor, y textura, entre otros.
- Se ha supervisado y horneado los productos de panadería, bollería, repostería y pastelería atendiendo a las características de cada producto.
- Se ha supervisado la disposición de las diferentes variedades de pan, bollería, repostería y pastelería en mostradores y expositores, según sus características nutricionales.
- Se han supervisado las condiciones de orden y limpieza de las zonas de trabajo de panadería y pastelería.
- Se ha supervisado la presentación y el envasado de productos de bollería, repostería y pastelería en función de los requerimientos de la clientela.
- Se ha supervisado la presentación, el rebanado y el envasado de productos de panadería en función de los requerimientos de la clientela.
- Se ha aplicado la normativa de riesgos laborales e higiénico-sanitarios, en relación con las operaciones de preparación de productos de panadería, bollería, repostería y pastelería.

2. Efectúa el etiquetado de productos frescos, relacionando el tipo de productos con su etiquetado y características del envase.

Criterios de evaluación:

- Se han aplicado las especificaciones de la normativa que afecta al envasado de alimentos frescos.
- Se ha dispuesto la información obligatoria y complementaria a incluir en las etiquetas y sus códigos de barras, así como en los rótulos de productos alimenticios.
- Se han comprobado que los productos frescos envasados expuestos disponen del etiquetado y características de trazabilidad establecidas.
- Se han relacionado las técnicas y equipos de etiquetado con su uso en diferentes tipos de productos alimentarios.
- Se han envasado y etiquetado productos frescos en función de los requerimientos de trazabilidad establecidos.
- Se ha verificado la aplicación del código de barras a los productos frescos, identificando etiquetas normalizadas y códigos de barras.

- g) Se ha verificado que la codificación del producto concuerda con sus características, propiedades y localización.
- h) Se ha supervisado la colocación de dispositivos de seguridad en los productos alimentarios frescos expuestos para la venta, utilizando los sistemas de protección pertinentes.

CONTENIDOS

1. SUPERVISIÓN Y ELABORACIÓN DE DISTINTAS VARIEDADES DE PAN A PARTIR DE PRODUCTOS SEMIELABORADOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Comprobación de panes, productos de bollería, repostería y pastelería semielaborados según normativa aplicable. - Supervisión y elaboración de panes, bollería, repostería y pastelería. - Supervisión y colocación de panes, bollería, repostería y pastelería en mostradores y expositores.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Panes: <ul style="list-style-type: none"> • Pan común. • Pan especial. • Productos semielaborados. - Productos de bollería. - Productos de pastelería y repostería: <ul style="list-style-type: none"> • Masas de hojaldre. • Masas azucaradas. • Masas escaldadas. • Masas batidas. • Masas de repostería. - Productos de bollería, repostería y pastelería semielaborados. - Equipos y maquinaria para el almacenamiento, transporte, horneado y el rebanado de panes. - Equipos y maquinaria para el almacenamiento, transporte y horneado de productos de bollería, repostería y pastelería semielaborados. - Normativa técnico-sanitaria para la fabricación, circulación y comercio de pan, panes especiales y productos semielaborados. - Normativa técnico-sanitaria para la fabricación, circulación y comercio de productos de bollería, repostería y pastelería. - Fases y puntos clave durante el desarrollo de las técnicas de envasado y conservación. - Conceptos básicos de presentación y packaging de panes, bollería, repostería y pastelería. Escaparatismo. - Medidas de seguridad personal. - Características y requerimientos de la clientela.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Actitud activa, metódica y respetuosa con las normas y los protocolos establecidos durante el almacenamiento y la elaboración de las distintas variedades de pan. - Interés por la ejecución de tareas respetando la normativa higiénico-sanitaria, de seguridad laboral y de protección ambiental. - Disposición e iniciativa personal en la organización de los procesos. - Sensibilidad ante las demandas de atención por parte de la clientela y corrección en nuestra respuesta.

2. REALIZACIÓN DEL ETIQUETADO DE PRODUCTOS FRESCOS	
procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Supervisión de la colocación del código de barras. Coincidencia con las características, propiedades y localización del producto. - Supervisión de la colocación de los dispositivos de seguridad y protección.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Normativa específica sobre el envasado de productos frescos. - Técnicas de etiquetado. Código de barras. Rótulos de productos alimentarios. - Trazabilidad. - Técnicas. Materiales de envasado. Sistemas y métodos de envasado.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Rigor en el cumplimiento de la normativa higiénico-sanitaria, de seguridad laboral y de protección ambiental. - Actitud activa, metódica y respetuosa con las normas y los protocolos establecidos durante el envasado y etiquetado de productos frescos. - Disposición e iniciativa personal en la organización de los procesos.

CRÉDITO FORMATIVO	Recepción, expedición y gestión de mercancías alimentarias	Duración	90
Código	161213		
Familia profesional	Comercio y Marketing / Hostelería y Turismo		
Título	Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios	Nivel	2
Módulo profesional	Logística de productos alimentarios	Duración	165
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Almacenamiento de productos alimentarios	Duración	33
	Prevención de riesgos en actividades de almacén		42

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Establece las condiciones de recepción de alimentos de un establecimiento comercial, determinando los criterios de calidad e higiénico-sanitarios, los requerimientos de transporte y la documentación asociada.

Criterios de evaluación:

- Se ha establecido el procedimiento a utilizar en la revisión del pedido realizado y la mercancía recibida en cuanto a cantidad, plazo de entrega, calidad y precio.
- Se ha verificado la trazabilidad de los productos alimentarios recibidos comprobando la documentación y etiquetado de los mismos.
- Se han comprobado el estado del embalaje y la temperatura de los productos en el transporte de mercancías, rechazando los productos con alteraciones por rotura de la cadena de frío.
- Se ha valorado la calidad de los productos alimentarios recepcionados comprobando las condiciones higiénicas del transporte, el control de temperatura, embalajes, envases y almacenamiento.
- Se han comprobado la caducidad de los productos alimentarios transportados por los medios de transporte externo utilizados.
- Se ha establecido el procedimiento a seguir en la gestión de devolución de mercancías a empresas proveedoras.
- Se ha supervisado el registrado informático asociado a la documentación de la recepción de mercaderías.

2. Determina las condiciones que debe cumplir la expedición de productos alimentarios relacionando las técnicas de embalaje y empaquetado con los medios de transporte, los requerimientos del pedido y calidad del producto.

Criterios de evaluación:

- Se ha supervisado la operación y maniobra de los equipos empleados para el embalaje y paletizado de productos alimenticios.
- Se han especificado el procedimiento de los envíos a domicilio, la venta online, u otras asociadas a la expedición de productos.
- Se han determinado las condiciones de embalaje de la mercancía distribuida a domicilio –local y nacional-, atendiendo a las técnicas y materiales de embalaje a utilizar, y su repercusión en la calidad y seguridad alimentaria.
- Se han determinado las características y requerimientos de la documentación asociada a la expedición de mercaderías.
- Se han establecido las condiciones que deben cumplir los medios de transporte propios para garantizar la calidad y seguridad alimentaria de los productos a expedir.
- Se ha supervisado el seguimiento de la expedición de alimentos mediante el uso de aplicaciones online y telefónicas.

- g) Se ha determinado el procedimiento y documentación a utilizar en caso de devolución de un producto expedido.
- h) Se han cumplido las medidas de sostenibilidad medioambiental y de prevención de riesgos laborales en las actividades de embalaje y desembalaje de productos alimentarios

CONTENIDOS

1. ESTABLECIMIENTO DE LAS CONDICIONES DE RECEPCIÓN DE ALIMENTOS DE UN COMERCIO ALIMENTARIO

<p>procedimentales</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de las funciones del sistema logístico. - Organización de las operaciones y flujos previstos en un almacén. - Organización de la descarga de mercancías. - Distribución y manipulación de mercancías. - Verificación de la trazabilidad de los productos alimentarios recibidos. - Cumplimentación de la documentación y etiquetado de los productos transportados. - Identificación del equipamiento y utillajes a emplear en el proceso de descarga, desembalaje, manipulación y traslado de cargas. - Evaluación del estado del embalaje y de la temperatura de los productos en el transporte de la mercancía. - Identificación y elaboración de todos los documentos presentes en la tramitación de pedidos, en los que se refleje la cantidad a reponer, plazo de entrega, la calidad y el precio. - Valoración de la calidad de los productos alimentarios recepcionados, en base a las condiciones higiénicas de transporte, el control de temperatura, embalajes, envases y almacenamiento. - Comprobación de la caducidad de los productos alimentarios sujetos a transporte externo. - Identificación de los pasos a seguir en la gestión de devolución de mercancías. - Supervisión del registro informático asociado a la documentación de la recepción de mercaderías.
<p>conceptuales</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Concepto y los objetivos de la logística. - El departamento de logística en el sistema de organización de la empresa. - Concepto y objetivos del almacén. - Diseño y organización de los almacenes. - La recepción: fases, documentación, trazabilidad y condiciones de aceptabilidad. - Almacenamiento de productos secos, en refrigeración y en congelación. - La trazabilidad de los productos alimentarios. - Documentación y etiquetado: <ul style="list-style-type: none"> • Pedido • Albarán • Hoja de recepción - Calidad de los productos alimentarios recepcionados. Condiciones higiénicas del transporte, el control de temperatura, embalajes, envases y almacenamiento. - La caducidad de los productos transportados. - Devoluciones de productos alimentarios a proveedores. - Registro informático asociado a la documentación de productos recepcionados.
<p>actitudinales</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas. - Colaboración e integración en los trabajos de equipos. - Disposición e iniciativa personal para la innovación en los medios materiales y en la organización de los procesos. - Confianza en la capacidad personal para progresar y llegar a un buen nivel en la profesión. - Seguridad e higiene en los procesos de almacenamiento.

2. DETERMINACIÓN DE LAS CONDICIONES DE EXPEDICIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS

<p>procedimentales</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Determinación e interpretación de la normativa que regula el envasado, embalado y etiquetado. - Identificación de las características de los tipos de embalajes más utilizados. - Supervisión de las operaciones de embalaje (tipos de embalaje, diseño, ciclo de vida, materiales y normativa legal) paletizado (tipos y diferentes funciones) de productos alimentarios. - Diferenciación de los procedimientos de envíos en la venta a domicilio y online, identificando las condiciones de embalaje de la mercancía a distribuir. - Supervisión del proceso de preparación del embalaje de pedidos de productos alimenticios en las ventas a domicilio. - Observación de las condiciones de transporte de productos alimentarios en materia de calidad y seguridad alimentaria. - Identificación y cumplimentación de la documentación asociada a las órdenes de pedido de productos alimentarios. - Elección del medio de transporte y del sistema de expedición de productos alimentarios más óptimo de acuerdo a sus características. - Identificación del proceso de devolución del producto y su correspondiente documentación. - Observación de las medidas vigentes de sostenibilidad medioambiental y de prevención de riesgos.
<p>conceptuales</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Gestión de la expedición. Fases. Documentación. Trazabilidad. - Tipos de embalaje de productos alimentarios. - Diseño de embalaje - Ciclo de vida del embalaje - Definición de envase y de embalaje. - Tipos de envases. - Etiquetado. - Normativa de los envases y envalajes. - Materiales para el embalaje - Requisitos exigibles para el embalaje: <ul style="list-style-type: none"> • Medioambientales • Legales y normativos • Económicos • Técnicos • De mercado - Tipos y funciones del paletizado. - Software de paletización y planificación de carga. - Tipos de envíos: a domicilio y venta online. - Procedimientos de preparación de embalaje de mercancías distribuida a domicilio. pedidos de productos alimentarios. - Repercusión en la calidad y seguridad alimentaria. - Documentación asociada: órdenes de pedido. - Medios de transporte utilizados. Tipos. Características. - Condiciones de los medios de transporte de productos alimenticios. - Procedimiento y documentación en devoluciones de productos. - Medidas de sostenibilidad medioambiental y de prevención de riesgos laborales.
<p>actitudinales</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas. - Colaboración e integración en los trabajos de equipos. - Disposición e iniciativa personal para la innovación en los medios materiales y en la organización de los procesos.

- | | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">- Confianza en la capacidad personal para progresar y llegar a un buen nivel en la profesión.- Seguridad e higiene en los procesos de almacenamiento. |
|--|--|

CRÉDITO FORMATIVO	Almacenamiento de productos alimentarios	Duración	33
Código	161223		
Familia profesional	Comercio y Marketing / Hostelería y Turismo		
Título	Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios	Nivel	2
Módulo profesional	Logística de productos alimentarios	Duración	165
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Recepción, expedición y gestión de mercancías alimentarias	Duración	90
	Prevención de riesgos en actividades de almacén	Duración	42

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Establece las condiciones óptimas de almacenamiento de mercancías en almacenes de comercios alimentarios, relacionándolas con su estacionalidad, calidad higiénico-sanitaria, y características de la mercancía.

Criterios de evaluación:

- Se ha establecido la zonificación de almacenes en función de las características de los alimentos, bien sean congelados, frescos, refrigerados, o no perecederos.
- Se ha establecido el protocolo de descarga, desembalaje, manipulación y traslado de cargas, equipamiento y utillajes, aplicando la normativa de prevención de riesgos.
- Se ha supervisado la utilización de la maquinaria de transporte interno utilizada en comercios alimentarios, relacionándolos con la mercancía a transportar y uso.
- Se han relacionado los criterios de conservación de productos alimentarios y su prioridad en el consumo, con su ubicación en almacenes de comercios alimentarios.
- Se han establecido los criterios de reubicación de productos para una adecuada organización del almacén relacionándolos con su reposición, con la incorporación de nuevos productos y posibles incidencias.
- Se han establecido las señalizaciones de un almacén atendiendo a su finalidad y seguridad.
- Se ha relacionado la influencia de temperatura, orden y limpieza de un almacén de comercios alimentarios, con los productos a almacenar.

2. Gestiona un almacén de productos alimentarios, calculando las necesidades de suministros, previsión de ventas y atendiendo los requisitos de las secciones del comercio alimentario.

Criterios de evaluación:

- Se ha elaborado y actualizado el inventario de un almacén de comercio alimentario aplicando la normativa vigente, para saber las necesidades de gasto y de provisión.
- Se ha mantenido el registro del inventario del almacén utilizando aplicaciones informáticas específicas.
- Se han calculado diferentes tipos de stock, como de seguridad, pérdida desconocida y merma, entre otros, en función de la demanda, la rotación del producto, la estacionalidad y la capacidad del almacén.
- Se han valorado las causas de las posibles desviaciones detectadas entre las cifras de compras previstas y reales.
- Se han calculado la ratio de rotación de stock de productos alimentarios en el almacén.
- Se han valorado las existencias del almacén según los métodos vigentes establecidos en la normativa.
- Se han programado los suministros de los productos alimentarios atendiendo a los periodos de mayor y menor demanda comercial, la estacionalidad y la evolución de la actividad comercial de la zona.

CONTENIDOS

1. ESTABLECIMIENTO DE LAS CONDICIONES ÓPTIMAS DE ALMACENAMIENTO DE MERCANCÍAS ALIMENTARIAS

<p>procedimentales</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Determinación de las condiciones de almacenamiento de productos secos, en refrigeración y en congelación. - Determinación de las zonas de almacenamiento en función de las características de conservación y refrigeración de los alimentos. - Identificación de los diferentes sistemas de almacenaje. - Comprobación de las condiciones de la maquinaria, equipos y útiles de almacén en la manipulación de productos pesados. - Análisis de los diferentes sistemas de almacenaje. - Determinación de los criterios de conservación, ubicación, reubicación y reposición de productos alimentarios. - Establecimiento de los criterios a seguir en la señalización de un almacén de productos alimentarios para garantizar la seguridad en el mismo. - Identificación de las condiciones de temperatura, orden y limpieza en el almacenamiento de productos alimentarios. - Supervisión de maquinaria, equipos y útiles de almacén. - Asignación de la ubicación adecuada a la mercancía recepcionada, teniendo en cuenta sus características de caducidad y rotación, entre otras. - Uso del (EDI) para el seguimiento de mercancías en el almacén.
<p>conceptuales</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Objetivos en la organización de almacenes. - Formas de proceder para distribuir el almacén por zonas en función de las características de los productos: conservación y refrigeración. - Técnicas de conservación, ubicación, reubicación y reposición de productos alimentarios. - Criterios de señalización del almacén de productos alimentarios. Finalidad y seguridad. - Daños y defectos derivados del almacenamiento. Período de almacenaje. - Condiciones de almacenamiento: <ul style="list-style-type: none"> • Ubicación en función de conservación y consumo. • Condiciones de temperatura, orden y limpieza. - Características de la mercancía. - Sistemas de almacenamiento <ul style="list-style-type: none"> • Sistema de bloques apilados. • Sistema convencional. • Sistema compacto. • Sistema dinámico. • Sistema móvil. • Dispensadores - Tecnología RFID. - Codificación y trazabilidad de las mercancías: <ul style="list-style-type: none"> • Códigos de barras. • Códigos Datamatrix. • Etiquetas electrónicas.
<p>actitudinales</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas. - Colaboración e integración en los trabajos de equipos. - Disposición e iniciativa personal para la innovación en los medios materiales y en la organización de los procesos.

	<ul style="list-style-type: none"> - Confianza en la capacidad personal para progresar y llegar a un buen nivel en la profesión. - Seguridad e higiene en los procesos de almacenamiento.
--	---

2. GESTIÓN DE ALMACÉN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Aplicación de diferentes tipos de valoración de existencias en el almacén. - Utilización de diferentes aplicaciones informáticas en el registro y mantenimiento del inventario. - Análisis y establecimiento de medidas correctoras ante posibles desviaciones entre las compras previstas y reales. - Cálculo de los diferentes tipos de ratios de almacén de stocks de productos alimentarios para garantizar un suministro óptimo de los mismos. - Identificación del momento óptimo de pedido en función de las características de la demanda. - Determinación de los criterios de cuantificación de las variables que detecten las desviaciones y roturas de stock. - Aplicación de medidas que corrijan los descuadres de almacén, transmitiendo las incidencias en función de las especificaciones establecidas.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Técnicas para planificar, realizar divisiones del almacén y optimizar espacios. Planificación. División del almacén. Optimización de espacios. - Existencias: criterios y métodos de valoración: FIFO y PMP. Necesidades de gasto y provisión. - Registro y mantenimiento del inventario. Aplicaciones informáticas específicas. - Nivel de stocks. - Tipos de stocks - Costes de los stocks. - Cálculo de stocks: <ul style="list-style-type: none"> • Seguridad, óptimo y mínimo. • Pérdidas: conocida y desconocida. • Merma: natural por deshidratación, física por deterioro, y por caducidad. - Técnicas para valorar las desviaciones entre compras reales y previstas. Causas y análisis. - Ratio de rotación de stocks de productos alimentarios. Suministro de productos. - Suministros: estacionalidad, períodos de demanda y evolución de la actividad. - Técnicas para realizar la valoración de existencias. - Inventario y tipos de inventarios.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas. - Colaboración e integración en los trabajos de equipos. - Disposición e iniciativa personal para la innovación en los medios materiales y en la organización de los procesos. - Confianza en la capacidad personal para progresar y llegar a un buen nivel en la profesión. - Seguridad e higiene en los procesos de almacenamiento.

CRÉDITO FORMATIVO	Prevención de riesgos en actividades de almacén	Duración	42
Código	161233		
Familia profesional	Comercio y Marketing / Hostelería y Turismo		
Título	Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios	Nivel	2
Módulo profesional	Logística de productos alimentarios	Duración	165
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Recepción, expedición y gestión de mercancías alimentarias	Duración	90
	Almacenamiento de productos alimentarios	Duración	33

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Programa las actividades y tareas del personal de un almacén alimentario, valorando funciones y las necesidades formativas, y aplicando los procedimientos de prevención de riesgos y de sostenibilidad medioambiental.

Criterios de evaluación:

- Se han establecido las tareas y funciones que realiza el personal en un almacén de productos alimentarios.
- Se han elaborado cronogramas de las operaciones habituales del almacén.
- Se han valorado las necesidades de formación del personal del almacén.
- Se han previsto medidas ante las incidencias y accidentes más comunes en el trabajo diario dentro de un almacén de productos alimentarios.
- Se han establecido las medidas que hay que adoptar en caso de accidente producido en la manipulación de mercancías dentro de un almacén de mercancías alimentarias.
- Se ha establecido el procedimiento que se debe seguir en el caso de accidentes en un almacén de productos alimentarios.
- Se ha aplicado el procedimiento establecido para la gestión de residuos y SANDACH en un almacén de productos alimentarios.

CONTENIDOS

1. ROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES Y TAREAS DEL PERSONAL DE UN ALMACÉN ALIMENTARIO

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Determinación de tareas, funciones, operaciones y formación del personal en un almacén de productos alimentarios. - Determinación de las principales tareas del almacén que pueden ser gestionadas de forma eficiente mediante aplicaciones informáticas. - Diseño de los cronogramas para las diferentes operaciones a realizar en un almacén. - Diseño de un plan de formación dirigido al personal de almacén. - Determinación y aplicación de las medidas a adoptar ante incidencias y accidentes en un almacén de productos alimentarios. - Identificación de todas las tareas y funciones en relación a la manipulación de mercancías. - Análisis de la normativa vigente para su aplicación en la gestión de residuos y SANDACH en un almacén de productos alimentarios. - Identificación de medidas y análisis del procedimiento a seguir en caso de accidente en un almacén de productos alimentarios, conforme a lo establecido en la normativa de prevención de riesgos laborales en un almacén alimentario. - Identificación de medidas y análisis de los procedimientos a seguir conforme a lo establecido en la normativa de seguridad e higiene en un almacén alimentario.
-----------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> - Determinación del número de trabajadores asignado a cada operación de almacén en función de las órdenes y especificaciones recibidas. - Asignación de trabajadores a cada tarea del almacén respetando la normativa laboral y de seguridad y prevención de riesgos laborales. - Utilización de sistemas de comunicación de las instrucciones de las órdenes y actividades diarias que tiene que realizar el personal del almacén. - Elaboración de cronogramas de operaciones del almacén. - Valoración de necesidades de formación del personal de almacén. - Adopción de medidas y procedimientos en caso de incidentes y accidentes.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Sistema de Gestión de Almacén - Tareas y funciones del personal de almacén. - Software de gestión de almacenes. - Gestión de residuos y SANDACH en almacén. - Normativa de prevención de riesgos laborales en el almacén. - Normativa de seguridad e higiene en el almacén. - Prevención: <ul style="list-style-type: none"> • EPIS • Señales - Riesgos de incendios: prevención, detección y extinción.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas. - Colaboración e integración en los trabajos de equipos. - Disposición e iniciativa personal para la innovación en los medios materiales y en la organización de los procesos. - Confianza en la capacidad personal para progresar y llegar a un buen nivel en la profesión. - Seguridad e higiene en los procesos de almacenamiento.

CRÉDITO FORMATIVO	Comercio electrónico y estrategias digitales		Duración	33
Código	161314			
Familia profesional	Comercio y Marketing / Hostelería y Turismo			
Título	Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios	Nivel	2	
Módulo profesional	Comercio electrónico en negocios alimentarios	Duración	132	
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Creación y mantenimiento de una tienda online	Duración	33	
	Operaciones de venta online		33	
	Actualización de la oferta online y atención a la clientela		33	

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Elabora planes de comercio electrónico en establecimientos alimentarios, aplicando las nuevas formas de relación con el público objetivo y las estrategias digitales existentes.

Criterios de evaluación:

- Se ha aplicado al comercio electrónico la estructura y contenido de un plan de marketing, adaptándolo a la planificación y necesidades de la empresa.
- Se han seleccionado los agentes que intervienen en los canales de distribución online, en función de sus características y operatividad.
- Se han establecido distintas estrategias de comercio electrónico, determinadas en el plan de marketing.
- Se ha posicionado el comercio alimentario online en buscadores, servidores de aplicaciones de mapas o de geolocalización, y en buscadores de comparación de precios.
- Se han establecido dispositivos de atención al cliente mediante sistemas de comunicación electrónica, atendiendo a las sugerencias y consultas que mejoran la calidad de la empresa.^[1]_[SEP]
- Se han establecido objetivos e indicadores del rendimiento del tráfico de la página web, en función de la segmentación de mercado incluida en el plan de marketing.^[1]_[SEP]
- Se ha estimado el coste de acciones de marketing online según el presupuesto.

CONTENIDOS

1. ELABORACIÓN DE PLANES DE COMERCIO ELECTRÓNICO EN ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de Planes de marketing de productos alimentarios aplicados al comercio electrónico: análisis de situación, objetivos, estrategias, tácticas, herramientas, presupuesto y analítica de control, seguimiento. - Selección de agentes y canales de distribución online, en función de sus características y operatividad. - Posicionamiento en servidores, buscadores, mapas de geolocalización y comparadores de precios. - Establecimiento de dispositivos de atención al cliente, mediante sistemas de la comunicación electrónica, atendiendo a las sugerencias y consultas que mejoran la calidad de la empresa. - Consecución de objetivos e indicadores de rendimiento de la página web, atendiendo a la segmentación del mercado. - Elaboración de presupuesto y estimación de costes de una página web.
-----------------	--

conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Plan de Marketing de productos alimentarios: análisis de situación, objetivos, estrategias, tácticas - Agentes. Canales de distribución online. - Servidores, buscadores, mapas de geolocalización, comparadores de precios. - Dispositivos de atención al cliente. Comunicación electrónica. Sugerencias y consultas. Calidad de la empresa. - Objetivos e indicadores de rendimiento de la página. Segmentación del mercado. - Presupuesto y estimación de costes.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de una tarea. - Autonomía en la realización de las tareas. - Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas, y perseverancia ante las dificultades. - Interés en la adopción de medidas de prevención en el puesto de trabajo.

CRÉDITO FORMATIVO	Creación y mantenimiento de una tienda online	Duración	33
Código	161324		
Familia profesional	Comercio y Marketing / Hostelería y Turismo		
Título	Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios	Nivel	2
Módulo profesional	Comercio electrónico en negocios alimentarios	Duración	132
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Comercio electrónico y estrategias digitales	Duración	33
	Operaciones de venta online		33
	Actualización de la oferta online y atención a la clientela		33

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Constituye una tienda online de productos alimentarios, aplicando plantillas informáticas.

Criterios de evaluación:

- Se han definido la estructura básica del comercio alimentario online y sus elementos, relacionándolos con la actividad comercial a la que se destinan.
- Se ha integrado el comercio alimentario online en un comercio físico ya existente.
- Se ha inscrito la tienda online en el registro correspondiente y en su caso en el habilitado para la creación de empresas de estudiantes, a fin de realizar transacciones económicas y monetarias, emitir facturas y abrir cuentas bancarias.
- Se ha creado una web de comercio alimentario, adaptándola al público al que va dirigido y a los sistemas de acceso virtual.
- Se han alojado los archivos componentes del sitio web en servidores propios o ajenos, según criterios de operatividad.
- Se ha seleccionado plataformas de código abierto, plantillas y diseños acordes con el negocio alimentario de la tienda online.
- Se han instalado dispositivos de atención al cliente mediante sistemas de comunicación electrónica, teléfono de contacto, chat y redes sociales, entre otros, en función de la atención a preguntas frecuentes, problemas del cliente, instrucciones de uso en pagos, sugerencias y quejas.
- Se han aplicado las características requeridas en los diseños responsables, amigables y usables de tiendas online, teniendo en cuenta las condiciones de accesibilidad universal y diseño para todos.
- Se han definido las medidas requeridas para las transacciones seguras, aplicando la legislación vigente en materia de protección del consumidor.

2. Realiza el mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online, actualizando la información de la página web y atendiendo al cliente de forma inmediata.

Criterios de evaluación:

- Se han actualizado los ficheros que componen las páginas web, valorando nuevos productos, tendencias del mercado, promociones y gustos del cliente, entre otros y utilizando programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido.
- Se han elaborado fichas de productos y catálogos electrónicos y posicionados en web de comparación de precios, facilitando su lectura y comprensión.
- Se han enviado los ficheros web actualizados al servidor de Internet mediante programas especializados en esta tarea.
- Se ha actualizado el diseño de la web, buscando su eficiencia y rentabilidad comercial.

- e) Se han mejorado los enlaces, estructura y búsquedas de la página web capaces de generar tráfico orientado a la oferta, facilitando la navegación por la tienda online.
- f) Se ha atendido al cliente en su consulta en tiempo real a través de los dispositivos instalados.
- g) Se han actualizado las bases de datos de clientes, productos y precios relacionadas con la actividad comercial.
- h) Se han valorado las acciones de mantenimiento realizadas, en función de la respuesta recibida por parte del cliente.

CONTENIDOS

1. DISEÑO DE UNA TIENDA ONLINE DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Determinación de la estructura básica de un comercio alimentario online y elementos que la componen. - Integración de los comercios online en comercios físicos. - Inscripción y habilitación de la tienda online en el registro, para la creación de empresas de estudiantes, con el fin de realizar transacciones económicas y monetarias, emitir facturas y gestionar la apertura y mantenimiento de cuentas bancarias. - Creación de una página web de productos alimentarios, adaptándola al público al que va dirigido, teniendo en cuenta criterios de diseño responsable, amigable y usable. - Alojamiento de archivos en servidores propios y ajenos. - Instalación de dispositivos de atención al cliente: comunicación electrónica, teléfono de contacto, chat y redes sociales. - Establecimiento de medidas de seguridad para realizar transacciones seguras, según la legislación vigente en materia de protección del consumidor.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Estructura básica y elementos de un comercio alimentario online - Empresas de estudiantes: transacciones económicas, facturas, cuentas bancarias. - Web de productos alimentarios. Diseño responsable, amigable, usable. Accesibilidad universal. - Alojamiento en servidores propios y ajenos. - Dispositivos de atención al cliente: comunicación electrónica, chat y redes sociales. - Medidas de seguridad en comercios. Legislación vigente en materia de protección del consumidor. Transacciones seguras.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de una tarea. - Autonomía en la realización de las tareas. - Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas, y perseverancia ante las dificultades. - Interés en la adopción de medidas de prevención en el puesto de trabajo.

2. MANTENIMIENTO DE LA TIENDA ONLINE DE COMERCIOS ALIMENTARIOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Actualización de la página web en base a los nuevos productos, tendencias del mercado, promociones y gustos del cliente. - Utilización de programas informáticos de texto, imagen y sonido. - Elaboración de fichas de productos y catálogos electrónicos, atendiendo a criterios de posicionamiento en la web, y facilitando su lectura y comprensión. - Actualización y diseño de la página web, buscando su eficiencia y rentabilidad comercial. - Atención al cliente en tiempo real, mediante dispositivos electrónicos. - Actualización de ficheros de clientes, productos y precios. - Mantenimiento en la página web en base a la respuesta recibida por parte del cliente.
-----------------	---

conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Programas informáticos de texto, imagen y sonido. - Fichas de producto y catálogos electrónicos. - Posicionamiento en la web. - Eficiencia y rentabilidad comercial de la página web. - Dispositivos electrónicos de atención al cliente. - Ficheros de clientes, productos y precios. - Acciones de mantenimiento en la web según respuesta del cliente.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de una tarea. - Autonomía en la realización de las tareas. - Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas, y perseverancia ante las dificultades. - Interés en la adopción de medidas de prevención en el puesto de trabajo.

CRÉDITO FORMATIVO	Operaciones de venta online		Duración	33
Código	161334			
Familia profesional	Comercio y Marketing / Hostelería y Turismo			
Título	Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios	Nivel	2	
Módulo profesional	Comercio electrónico en negocios alimentarios	Duración	132	
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Comercio electrónico y estrategias digitales	Duración	33	
	Creación y mantenimiento de una tienda online		33	
	Actualización de la oferta online y atención a la clientela		33	

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Gestiona la recepción de pedidos, su entrega y cobro, elaborando presupuestos, distribuyendo productos y realizando el seguimiento bancario.

Criterios de evaluación:

- Se han recepcionado los pedidos online atendiendo al orden de llegada, tiempo de entrega, tipo de producto y ofertas.
- Se ha elaborado el presupuesto de pedidos de alimentos, atendiendo online la petición del cliente, el tipo de producto y el precio u oferta.
- Se ha comunicado el presupuesto y las condiciones de entrega del producto, verificando que cumple lo demandado por el cliente, y en su caso subsanado deficiencias.
- Se ha cobrado online el pedido de alimentos mediante el medio de pago indicado en la página web, empleando los canales que garanticen la seguridad de la operación.
- Se ha ordenado la distribución y seguimiento del envío y entrega del pedido al cliente en los plazos y lugar acordado, empleando los medios de distribución adecuados a la operación.
- Se ha diseñado una estrategia de reembolsos, atendiendo a devoluciones del cliente o errores en la entrega.
- Se ha efectuado el seguimiento bancario de la venta online, comprobando que los ingresos por las ventas y devoluciones de los pedidos enviados se han realizado, y en su caso subsanado deficiencias.
- Se ha comprobado que las ventas realizadas a través de intermediarios se han cobrado de acuerdo a las condiciones pactadas.

CONTENIDOS

1. GESTIÓN, ENTREGA Y COBRO DE PEDIDOS ONLINE EN COMERCIOS ALIMENTARIOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Recepción de pedidos atendiendo al orden de llegada, tiempo de entrega, tipo de producto y ofertas. - Elaboración del presupuesto de pedidos. - Comunicación del presupuesto y condiciones de entrega. - Ejecución del cobro online del pedido de alimentos, mediante canales de pago y empleando las medidas de seguridad adecuadas. - Distribución, seguimiento y entrega del envío al cliente mediante los medios de distribución adecuados. - Diseño de estrategia de reembolsos, devoluciones y seguimiento bancario, atendiendo a los errores y deficiencias en la entrega. - Ejecución de ventas a través de intermediarios, en base a las condiciones pactadas.
-----------------	---

conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Orden de llegada de pedidos, tiempos de entrega, tipo de producto y ofertas. - Presupuesto de pedidos. - Condiciones de entrega. - Cobro online. Canales de pago. Medidas de seguridad. - Medios de distribución. - Reembolsos, devoluciones, seguimiento bancario. Errores y deficiencias en la entrega. - Ventas a través de intermediarios. Condiciones pactadas y cobros.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de una tarea. - Autonomía en la realización de las tareas. - Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas, y perseverancia ante las dificultades. - Interés en la adopción de medidas de prevención en el puesto de trabajo.

CRÉDITO FORMATIVO	Actualización de la oferta online y atención a la clientela	Duración	33
Código	161344		
Familia profesional	Comercio y Marketing / Hostelería y Turismo		
Título	Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios	Nivel	2
Módulo profesional	Comercio electrónico en negocios alimentarios	Duración	132
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Comercio electrónico y estrategias digitales		33
	Creación y mantenimiento de una tienda online	Duración	33
	Operaciones de venta online		33

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Realiza el mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online, actualizando la información de la página web y atendiendo al cliente de forma inmediata.

Criterios de evaluación:

- Se han actualizado los ficheros que componen las páginas web, valorando nuevos productos, tendencias del mercado, promociones y gustos del cliente, entre otros y utilizando programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido.
- Se han elaborado fichas de productos y catálogos electrónicos y posicionados en web de comparación de precios, facilitando su lectura y comprensión.
- Se han enviado los ficheros web actualizados al servidor de Internet mediante programas especializados en esta tarea.
- Se ha actualizado el diseño de la web, buscando su eficiencia y rentabilidad comercial.
- Se han mejorado los enlaces, estructura y búsquedas de la página web capaces de generar tráfico orientado a la oferta, facilitando la navegación por la tienda online.
- Se ha atendido al cliente en su consulta en tiempo real a través de los dispositivos instalados.
- Se han actualizado las bases de datos de clientes, productos y precios relacionadas con la actividad comercial.
- Se han valorado las acciones de mantenimiento realizadas, en función de la respuesta recibida por parte del cliente.

CONTENIDOS

1. MANTENIMIENTO DE LA TIENDA ONLINE DE COMERCIOS ALIMENTARIOS

Procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> – Actualización de la página web en base a los nuevos productos, tendencias del mercado, promociones y gustos del cliente. – Utilización de programas informáticos de texto, imagen y sonido. – Elaboración de fichas de productos y catálogos electrónicos, atendiendo a criterios de posicionamiento en la web, y facilitando su lectura y comprensión. – Actualización y diseño de la página web, buscando su eficiencia y rentabilidad comercial. – Atención al cliente en tiempo real, mediante dispositivos electrónicos. – Actualización de ficheros de clientes, productos y precios. – Mantenimiento en la página web en base a la respuesta recibida por parte del cliente.
conceptuales	– Programas informáticos de texto, imagen y sonido.

	<ul style="list-style-type: none"> – Fichas de producto y catálogos electrónicos. – Posicionamiento en la web. – Eficiencia y rentabilidad comercial de la página web. – Dispositivos electrónicos de atención al cliente. – Ficheros de clientes, productos y precios. – Acciones de mantenimiento en la web según respuesta del cliente.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> – Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de una tarea. – Autonomía en la realización de las tareas. ^[1]_[SEP] – Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas, y perseverancia ante las dificultades. ^[1]_[SEP] – Interés en la adopción de medidas de prevención en el puesto de trabajo.

CRÉDITO FORMATIVO	Edición de material informativo y publicitario	Duración	45
Código	161413		
Familia profesional	Comercio y Marketing / Hostelería y Turismo		
Título	Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios	Nivel	2
Módulo profesional	Ofimática aplicada al comercio alimentario	Duración	132
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Documentación de gestión económica y comercial	Duración	45
	Base de datos de organización y archivo de la información		42

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Realiza materiales informativos del comercio alimentario con presentaciones de textos e imágenes, utilizando aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y de presentaciones.

Criterios de evaluación:

- Se han editado escritos de comercio alimentario mediante aplicaciones ofimáticas de procesamiento de textos.
- Se han importado y exportado datos sobre productos alimentarios creados con otras aplicaciones y formatos, adaptándolos a las necesidades del negocio.
- Se ha realizado la maquetación ofimática de textos informativos e ilustraciones relativas al comercio alimentario, elaborando índices temáticos, alfabéticos y de ilustraciones, atendiendo a la importancia de la posición y el número de página.
- Se han tratado los textos de presentaciones publicitarias de negocios alimentarios, mediante aplicaciones ofimáticas de presentación de diapositivas, acompañándolos de animaciones de texto e imágenes libres de derechos o con derechos adquiridos.
- Se han tratado el estilo, el tipo y cuerpo del texto de carteles y ofertas corporativas.
- Se han exportado los materiales informativos maquetados para su difusión vía impresión o publicación online.
- Se han protegido los materiales elaborados, aplicando protocolos de seguridad y en su caso solventado posibles incidencias.

2. Confecciona folletos publicitarios para comercios alimentarios, utilizando plantillas de programas ofimáticos de edición y de diseño gráfico.

Criterios de evaluación:

- Se ha determinado la información que deben incluir los materiales publicitarios de comercio alimentario y sus características de diseño.
- Se ha editado la composición de las imágenes de folletos publicitarios ofimáticos, en función del contenido textual, semejanza, continuidad y simetría, entre otros.
- Se han maquetado folletos publicitarios, organizándolos según su mensaje, proporción, equilibrio y simetría.
- Se han realizado folletos y catálogos de productos alimentarios utilizando plantillas de diseño gráfico ofimático.
- Se han elaborado carteles y ofertas comerciales con colores e imágenes adecuadas a los productos ofertados, utilizando criterios comerciales y de composición.
- Se ha adecuado la redacción de la información contenida en el material publicitario al mensaje a transmitir.
- Se han distribuido los textos e imágenes a lo largo del folleto eligiendo la ubicación, prioridad y disposición.

CONTENIDOS

1. REALIZACIÓN DE MATERIALES INFORMATIVOS DEL COMERCIO ALIMENTARIO CON PRESENTACIONES DE TEXTOS E IMÁGENES

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> – Edición de escritos de comercio alimentario mediante aplicaciones ofimáticas de procesamiento de textos. – Importación y exportación de datos y de materiales informativos maquetados para su difusión vía impresión o publicación online. – creados con otras aplicaciones y formatos, adaptándolos a las necesidades del negocio. – Elaboración de presentaciones básicas – Maquetación ofimática de textos informativos e ilustraciones relativas al comercio alimentario, elaborando índices temáticos, alfabéticos y de ilustraciones, atendiendo a la importancia de la posición y el número de página. – Insertar elementos gráficos en una diapositiva – Tratamiento de los textos de presentaciones publicitarias de negocios alimentarios, mediante aplicaciones ofimáticas de presentación de diapositivas, acompañándolos de animaciones de texto e imágenes libres de derechos o con derechos adquiridos. – Tratamiento del estilo, el tipo y cuerpo del texto de carteles y ofertas corporativas. – Exportación de los materiales informativos maquetados para su difusión vía impresión o publicación online. – Protección de los materiales elaborados, aplicando protocolos de seguridad y en su caso solventado posibles incidencias.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> – Métodos para realizar presentaciones básicas – Programas de tratamiento de los textos de presentaciones publicitarias para presentación de diapositivas animaciones de texto e imágenes libres de derechos o con derechos adquiridos – Formas de insertar elementos gráficos en una diapositiva – Herramientas para realizar la maquetación ofimática de textos informativos e ilustraciones – Las Animaciones graficas de las diapositivas y su objeto – Formas de tratar el estilo, el tipo y el cuerpo del texto de carteles y ofertas – Maneras de proteger los materiales elaborados, aplicando protocolos de seguridad y resolviendo en su caso las posibles incidencias – Formas de utilizar un escáner, impresora, fotocopidora y los lectores de tickets
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> – Respeto a las normas de funcionamiento del aula, oficina, instalaciones, equipo, archivos y demás elementos utilizados – Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de una tarea. – Disposición a trabajar con precisión en el marco de la informática en general en la elaboración de documentos – Analizar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional,

2. CONFECCIÓN DE FOLLETOS PUBLICITARIOS PARA COMERCIOS ALIMENTARIOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> – Edición de la composición de las imágenes de folletos publicitarios ofimáticos, en función del contenido textual, semejanza, continuidad y simetría, entre otros. – Maquetación de folletos publicitarios, organizándolos según su mensaje, proporción, equilibrio y simetría.
-----------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> – Realización folletos y catálogos de productos alimentarios utilizando plantillas de diseño gráfico ofimático. – Elaboración de carteles y ofertas comerciales con colores e imágenes adecuadas a los productos ofertados, utilizando criterios comerciales y de composición. – Distribución de los textos e imágenes a lo largo del folleto eligiendo la ubicación, prioridad y disposición. – Empleo de técnicas de diseño y autoedición relativas a percepción visual, legibilidad y contrastes de color, entre otros. – Diseño de materiales gráficos de imágenes, manteniendo una distribución equilibrada de todos los elementos. – Utilización de diverso software multimedia para la edición de imágenes y sonidos, y para la grabación de sonidos. – Realización de trabajos publicitarios y promocionales en Internet – Trabajar con imágenes libres de derechos de autor.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> – Información que han de contener los materiales publicitarios de comercio alimentario y sus características de diseño – Herramientas para maquetar, realizar y elaborar folletos, catálogos y ofertas comerciales de comercio alimentario – Herramientas para diseñar Materiales de comunicación publicitaria respetando principios de armonía, proporción, equilibrio y simetría entre otros – Programas de diseño gráfico – Programas de creación y edición de videos – Software multimedia para la grabación y edición de imágenes y sonidos – Trabajar con imágenes libres de derechos de autor – Propiedades del cuadro de texto – Maneras de realizar trabajos publicitarios y promocionales en Internet empleando técnicas de diseño y autoedición
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> – Respeto a las normas de funcionamiento del aula, oficina, instalaciones, equipo, archivos y demás elementos utilizados – Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de una tarea. – Disposición a trabajar con precisión en el marco de la informática en general en la elaboración de documentos – Analizar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional,

CRÉDITO FORMATIVO	Documentación de gestión económica y comercial	Duración	45
Código	161423		
Familia profesional	Comercio y Marketing / Hostelería y Turismo		
Título	Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios	Nivel	2
Módulo profesional	Ofimática aplicada al comercio alimentario	Duración	132
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Edición de material informativo y publicitario	Duración	45
	Base de datos de organización y archivo	Duración	42

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Elabora documentos de registro y cálculo de proveedores, clientes y productos utilizando funciones y herramientas de hojas de cálculo.

Criterios de evaluación:

- Se han realizado cálculos de ventas y compras utilizados en la gestión de un pequeño comercio alimentario aplicando las principales funciones de la hoja de cálculo y de representación de gráficos.
- Se ha elaborado documentación de stock, productos, clientes y proveedores, así como gráficos, entre otros, combinando datos de varias tablas.
- Se han valorado datos y resultados de stock, productos, clientes y proveedores, empleando representaciones gráficas y texto.
- Se ha automatizado la confección de documentos de gestión del comercio alimentario, tales como facturas, emails, entre otros, definiendo y aplicando rutinas en la hoja de cálculo.
- Se ha realizado el formateo de celdas, filas, columnas y hojas en presentación de los documentos de hoja de cálculo permitiendo su agilización y presentación.
- Se han introducido textos, códigos e imágenes relativas a productos alimentarios, utilizando aplicaciones ofimáticas de hoja de cálculo.
- Se han valorado inversiones, ingresos, costes y amortizaciones de préstamos mediante tablas estadísticas y elementos gráficos de hoja de cálculo.
- Se han presentado documentos comerciales en formato de hoja de cálculo de un comercio alimentario utilizando diseños atractivos y adecuados a su finalidad.

CONTENIDOS

1. ELABORACIÓN DOCUMENTOS DE REGISTRO Y CÁLCULO DE PROVEEDORES, CLIENTES Y PRODUCTOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> – Utilización de aplicaciones específicas de emisión de facturas electrónicas. – Realización de tareas administrativas online con organismos públicos y privados. – Cumplimentación de documentos con las obligaciones fiscales a las que están sujetas las operaciones de compraventa de productos o servicios. – Práctica con simuladores de recursos de la administración tributaria. - Realización de prácticas con simuladores de banca online – Realización de cálculos matemáticos en diversas áreas de la empresa como administración, finanzas y producción, entre otras. – Utilización de herramientas informáticas específicas para realizar cálculos.
-----------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> – Realización de cálculos de ventas y compras utilizados en la gestión de un pequeño comercio alimentario aplicando las principales funciones de la hoja de cálculo y de representación de gráficos. – Elaboración de documentación de stock, productos, clientes y proveedores, así como gráficos, entre otros, combinando datos de varias tablas. – Automatización la confección de documentos de gestión del comercio alimentario, tales como facturas, emails, entre otros, definiendo y aplicando rutinas en la hoja de cálculo. – Valoración inversiones, ingresos, costes y amortizaciones de préstamos mediante tablas estadísticas y elementos gráficos de hoja de cálculo. – Presentación documentos comerciales en formato de hoja de cálculo de un comercio alimentario utilizando diseños atractivos y adecuados a su finalidad.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> – Elementos materiales de la y funciones de compraventa – La fiscalidad de la compraventa <ul style="list-style-type: none"> • Sistema tributario español • El IVA – Gestión documental <ul style="list-style-type: none"> • Peticiones de oferta e información • Catálogos de ofertas y precios • Pedido • Albarán • Factura • Factura electrónica: aspectos generales, condiciones para su utilización y normativa legal. – Operaciones básicas en una hoja de calculo <ul style="list-style-type: none"> • Operaciones con formulas • Operaciones avanzadas con hoja de calculo
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> – Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de una tarea. – Disposición a trabajar con precisión en el marco de la informática en general en la elaboración de documentos – Analizar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional,

CRÉDITO FORMATIVO	Base de datos de organización y archivo	Duración	42
Código	161433		
Familia profesional	Comercio y Marketing / Hostelería y Turismo		
Título	Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios	Nivel	2
Módulo profesional	Ofimática aplicada al comercio alimentario	Duración	132
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Edición de material informativo y publicitario	Duración	45
	Documentación de gestión económica y comercial		45

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Mantiene y actualiza datos relacionados con la actividad comercial alimentaria, utilizando bases de datos ofimáticas y cumpliendo normativa relativa a protección del consumidor, seguridad y acceso a la información.

Criterios de evaluación:

- Se han elaborado bases de datos ofimáticas relacionales estructurando los datos según criterios de líneas de productos, familias y referencias, empresas proveedoras, distribuidoras y tiendas, y clientes, entre otros.
- Se ha gestionado la creación y actualización de registros electrónicos de datos diversos, utilizando aplicaciones ofimáticas de bases de datos.
- Se ha registrado la información mediante herramientas de gestión comercial de relaciones con el cliente a través de la nube.
- Se han creado consultas, formularios e informes en bases de datos ofimáticos, haciendo amigable y atractiva su presentación.
- Se han extraído los datos elegidos de la información almacenada en bases de datos relacionales ofimáticas mediante la utilización de las herramientas de búsqueda y filtrado.
- Se han elaborado documentos a través de consultas en bases de datos ofimáticas relacionales compuestas de varias tablas de datos.
- Se han aplicado las condiciones establecidas en la organización de la información para respetar la normativa asociada a la protección de datos.

2. Organiza la información y la documentación asociada a la actividad comercial, aplicando técnicas de organización y archivo, tanto manual como informático; y cumpliendo las especificaciones de la normativa relativa a protección del consumidor, seguridad y acceso a la información.

Criterios de evaluación:

- Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados a las peticiones online o físicas.
- Se ha organizado la documentación digital en función del pedido y el cliente y de la agilidad en el acceso a la información.
- Se ha gestionado la orden del pedido del cliente, comprobando que la documentación se adecua a lo establecido: productos alimentarios, datos del cliente, forma de pago, entre otros.
- Se han gestionado libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería habitual en comercios alimentarios, en soporte informático.
- Se ha registrado y archivado la información y los documentos digitales, habituales en comercios alimentarios, aplicando las técnicas informáticas utilizadas para la organización y archivo de la documentación comercial.
- Se ha organizado y archivado digitalmente la documentación fiscal y de tesorería, permitiendo un acceso rápido y seguro.
- Se han aplicado los niveles de protección del consumidor y seguridad en el acceso a la información.

h) Se ha aplicado la normativa básica sobre protección de datos y conservación de documentos.

CONTENIDOS

1. MANTENIMIENTO Y ACTUALIZACIÓN DE BASES DE DATOS RELACIONADOS CON LA ACTIVIDAD COMERCIAL ALIMENTARIA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> – Elaboración de bases de datos ofimáticas relacionales estructurando los datos según criterios de líneas de productos, familias y referencias, empresas proveedoras, distribuidoras y tiendas, y clientes, entre otros. – Gestión de la creación y actualización de registros electrónicos de datos diversos, utilizando aplicaciones ofimáticas de bases de datos. – Registro de la información mediante herramientas de gestión comercial de relaciones con el cliente a través de la nube. – Creación de consultas, formularios e informes en bases de datos ofimáticos, haciendo amigable y atractiva su presentación. – Extracción de los datos elegidos de la información almacenada en bases de datos relacionales ofimáticas mediante la utilización de las herramientas de búsqueda y filtrado. – Elaboración de documentos a través de consultas en bases de datos ofimáticas relacionales compuestas de varias tablas de datos. – Aplicación las condiciones establecidas en la organización de la información para respetar la normativa asociada a la protección de datos.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> – Las Bases de datos: aspectos generales – Crear una nueva base de datos en blanco – Elementos de una base de datos – Tipos de datos – Creación de tablas – Propiedades de los campos – La propiedad mascara de entrada – Relaciones entre tablas – Como Insertar de registros en las tablas – Modos de Ordenar y filtrar información – Consultas – Informes – Formularios
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> – Valoración del orden y limpieza, tanto durante las fases del proceso como en la presentación del producto. – Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de una tarea. – Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas, y perseverancia ante las dificultades. – Analizar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional

2. ORGANIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN Y LA DOCUMENTACIÓN ASOCIADA A LA ACTIVIDAD COMERCIAL

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> – Determinación del sistema de clasificación, registro y archivo apropiados a las peticiones online o físicas.
-----------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> – Organización de la documentación digital en función del pedido y el cliente y de la agilidad en el acceso a la información. – Gestión de la orden del pedido del cliente, comprobando que la documentación se adecua a lo establecido: productos alimentarios, datos del cliente, forma de pago, entre otros. – Gestión de libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería habitual en comercios alimentarios, en soporte informático. – Registro y archivo la información y los documentos digitales, habituales en comercios alimentarios, aplicando las técnicas informáticas utilizadas para la organización y archivo de la documentación comercial. – Organización y archivo digital de la documentación fiscal y de tesorería, permitiendo un acceso rápido y seguro. – Aplicación de los niveles de protección del consumidor y seguridad en el acceso a la información. – Aplicación de la normativa básica sobre protección de datos y conservación de documentos.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> – Factura electrónica: aspectos generales, condiciones para su utilización y normativa legal. – Seguridad: firma electrónica reconocida y DNI electrónico. – Programas de facturación electrónica. – Banca online. – Los tributos online. – Trámites con la Seguridad Social online. – Modos de Comunicación con proveedores o proveedoras y empleados – Cómo gestionar la documentación interna. – Archivo y registro – Técnicas de organización del archivo y Sistemas de archivo. – Custodia de documentación. Sistema y normas. – Procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información. – Destrucción de documentos. – - <i>Aplicaciones informáticas específicas:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Facturación y almacenaje. • Contabilidad y cartera. • Nóminas y Recursos Humanos. • Bases de datos y hojas de cálculo.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> – Valoración del orden y limpieza, tanto durante las fases del proceso como en la presentación del producto. – Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de una tarea. – Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas, y perseverancia ante las dificultades. – Analizar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional

CRÉDITO FORMATIVO	Gestión comercial en un comercio alimentario	Duración	45
Código	161513		
Familia profesional	Comercio y Marketing / Hostelería y Turismo		
Título	Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios	Nivel	2
Módulo profesional	Gestión de un comercio alimentario	Duración	165
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Impuestos y obligaciones fiscales en un comercio alimentario	Duración	45
	Planificación económica en un comercio alimentario		75

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Gestiona los pedidos de productos alimentarios y su envío, supervisando las fases del proceso y su documentación.

Criterios de evaluación:

- Se han gestionado los pedidos a proveedores, formalizando la comunicación y documentación relativa a los mismos.
- Se ha determinado el procedimiento y las fases a realizar en la recepción de compras, en función de los proveedores y acuerdos establecidos.
- Se ha determinado el procedimiento y las fases a realizar en la distribuido los pedidos, preparación y envío, en función de los clientes y acuerdos establecidos.
- Se ha registrado informáticamente la documentación asociada a la recepción de los pedidos online o presenciales.
- Se ha supervisado la documentación de los pedidos, albarán y carta de portes, entre otros, garantizando que corresponde a la demanda del cliente.
- Se han clasificado los pedidos, atendiendo a la planificación de las rutas de reparto, fechas de recepción, de entrega y al tipo de alimentos, entre otros.
- Se ha determinado el procedimiento y documentación a utilizar en caso de devolución por los clientes de un producto expedido en función de las condiciones acordadas y la responsabilidad de las partes.

2. Realiza actividades comerciales, económicas y monetarias, gestionando facturas y efectuando pagos.

Criterios de evaluación:

- Se han efectuado transacciones monetarias, físicas y online, gestionando los ingresos y pagos de las cuentas bancarias.
- Se han emitido y tramitado facturas correspondientes a la venta de productos alimentarios, según legislación establecida y atendiendo a medidas de seguridad en las transacciones electrónicas: cifrado, firma digital, certificados digitales y DNI electrónico.
- Se han gestionado las facturas correspondientes a las compras, archivándolas, realizando el asiento contable y tramitándolas para su pago.
- Se han pagado las facturas, atendiendo a las condiciones pactadas con los proveedores.
- Se han realizado devoluciones a clientes, contabilizando la operación.
- Se han hecho modificaciones en los precios, en las cualidades de los productos, en el tique y en las facturas emitidas originalmente configuradas en el terminal punto de venta.
- Se han supervisado la realización del cobro de mercaderías a través del terminal punto de venta.
- Se ha comprobado el arqueo de caja y la conciliación bancaria a partir de datos de cobros y pagos.

CONTENIDOS

1. GESTIÓN Y ENVÍO DE PEDIDOS DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS

<p>Procedimentales</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Gestión de los pedidos a proveedores, formalizando la comunicación y documentación relativa a los mismos. – Determinación del procedimiento y las fases a realizar en la recepción de compras, en función de los proveedores y acuerdos establecidos. – Definición del procedimiento y las fases a realizar en la distribución de los pedidos, preparación y envío, en función de los clientes y acuerdos establecidos. – Registro informático de la documentación asociada a la recepción de los pedidos online o presenciales. – Supervisión de la documentación de los pedidos, albarán y carta de portes, entre otros, garantizando que corresponde a la demanda del cliente. – Clasificación de los pedidos, atendiendo a la planificación de las rutas de reparto, fechas de recepción, de entrega y al tipo de alimentos, entre otros. – Definición del procedimiento y documentación a utilizar en caso de devolución por los clientes de un producto expedido en función de las condiciones acordadas y la responsabilidad de las partes.
<p>Conceptuales</p>	<ul style="list-style-type: none"> – El pedido: encabezado, cuerpo y pie – Proceso de recepción de pedidos. – Incidencias en la recepción de pedidos. – La pérdida desconocida. – Distribuir los pedidos: preparación y envío. – Diseño de rutas de reparto. – Albarán: encabezado, cuerpo y pie – Carta de portes: qué es y cuándo se utiliza – Devoluciones de pedidos: causas y procedimiento.
<p>Actitudinales</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas. – Valoración del orden y limpieza tanto durante las fases del proceso como en la presentación del trabajo. – Compromiso con los plazos establecidos (previstos) en la ejecución de una tarea. – Reconocimiento y valoración de las técnicas de organización y gestión en la realización de las tareas. – Autonomía en la realización de las tareas.

2. REALIZACIÓN DE ACTIVIDADES COMERCIALES, ECONÓMICAS Y MONETARIAS EN UN COMERCIO ALIMENTARIO

<p>procedimentales</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Realización de transacciones monetarias, físicas y online, gestionando los ingresos y pagos de las cuentas bancarias. – Emisión y tramitación de facturas correspondientes a la venta de productos alimentarios, según legislación establecida y atendiendo a medidas de seguridad en las transacciones electrónicas: cifrado, firma digital, certificados digitales y DNI electrónico. – Gestión de las facturas correspondientes a las compras, archivándolas, realizando el asiento contable y tramitándolas para su pago. – Pago de las facturas, atendiendo a las condiciones pactadas con los proveedores.
------------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> – Realización de devoluciones a clientes, contabilizando la operación. – Aplicación de modificaciones en los precios, en las cualidades de los productos, en el tique y en las facturas emitidas originalmente configuradas en el terminal punto de venta. – Supervisión en la realización del cobro de mercaderías a través del terminal punto de venta. – Comprobación del arqueo de caja y la conciliación bancaria a partir de datos de cobros y pagos.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> – Gestión de cuentas bancarias: ingresos y pagos. – Transacciones monetarias: físicas y online. – La factura – La factura simplificada. El tique. – La factura electrónica. – La factura rectificativa y vales. – Archivo y conservación de la factura. – Modalidades de pago. Al contado, tarjeta bancaria, transferencias. – El Terminal Punto de Venta. – Software de gestión del TPV: clientes, proveedores, empleados y artículos. – Operaciones de caja: tiques, devoluciones, arqueo de caja. – Generar Informes – Contabilizar ingresos y gastos
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> – Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas. – Valoración del orden y limpieza tanto durante las fases del proceso como en la presentación del trabajo. – Compromiso con los plazos establecidos (previstos) en la ejecución de una tarea. – Reconocimiento y valoración de las técnicas de organización y gestión en la realización de las tareas. – Autonomía en la realización de las tareas.

CRÉDITO FORMATIVO	Impuestos y obligaciones fiscales en un comercio alimentario	Duración	45
Código	161523		
Familia profesional	Comercio y Marketing / Hostelería y Turismo		
Título	Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios	Nivel	2
Módulo profesional	Gestión de un comercio alimentario	Duración	165
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Gestión comercial en un comercio alimentario	Duración	45
	Planificación económica en un comercio alimentario		75

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Supervisa la gestión de impuestos y obligaciones fiscales asociados a las operaciones de compraventa de comercios alimentarios aplicando la normativa fiscal vigente y los procedimientos de elaboración, presentación y conservación.

Criterios de evaluación:

- Se ha supervisado la cumplimentación de los modelos del Impuesto del Valor Añadido (IVA), para su tramitación a Hacienda, teniendo en cuenta el gravamen según el tipo de producto, calendario fiscal y modelo de empresa, entre otros.
- Se han cumplimentado declaraciones y liquidaciones del IVA del negocio alimentario, según normativa vigente y en los plazos establecidos.
- Se han valorado las peculiaridades del Recargo de Equivalencia relacionándolo con el comercio alimentario.
- Se han realizado las obligaciones informativas a Hacienda en relación con las operaciones efectuadas periódicamente.
- Se ha supervisado los pagos del Impuesto de las Personas Físicas (IRPF) e Impuesto de Sociedades (IS), en función de su forma jurídica.
- Se han realizado las obligaciones laborales habituales en el comercio alimentario.
- Se ha cumplimentado los libros obligatorios, voluntarios y de contabilidad del comercio alimentario, actualizando sus datos en tiempos y forma requeridos.

CONTENIDOS

1. SUPERVISIÓN DE LA GESTIÓN DE IMPUESTOS Y OBLIGACIONES FISCALES ASOCIADOS A LAS OPERACIONES DE COMPRAVENTA EN COMERCIOS ALIMENTARIOS

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> – Supervisión de la cumplimentación de los modelos del Impuesto del Valor Añadido (IVA), para su tramitación a Hacienda, teniendo en cuenta el gravamen según el tipo de producto, calendario fiscal y modelo de empresa, entre otros. – Cumplimentación de las declaraciones y liquidaciones del IVA del negocio alimentario, según normativa vigente y en los plazos establecidos. – Valoración de las peculiaridades del Recargo de Equivalencia relacionándolo con el comercio alimentario. – Realización de las obligaciones informativas a Hacienda en relación con las operaciones efectuadas periódicamente. – Supervisión de los pagos del Impuesto de las Personas Físicas (IRPF) e Impuesto de Sociedades (IS), en función de su forma jurídica. – Realización de las obligaciones laborales habituales en el comercio alimentario. – Cumplimentación de los libros obligatorios, voluntarios y de contabilidad del comercio alimentario, actualizando sus datos en tiempos y forma requeridos.
-----------------	--

<p>conceptuales</p>	<ul style="list-style-type: none"> – El Impuesto sobre el Valor Añadido. – El IVA en el comercio alimentario. – El sujeto pasivo. – Clasificación de las operaciones comerciales en función del IVA. – Régimen especial del Recargo de Equivalencia. – Libros registro del IVA. – Declaraciones-liquidaciones de IVA. – Declaración resumen anual. – Impuesto de las Personas Físicas (IRPF) – Impuesto de Sociedades (IS) – Libro de Inventarios y Cuentas Anuales. – Libro de registros de ingresos, gastos y bienes de inversión.
<p>actitudinales</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas. – Valoración del orden y limpieza tanto durante las fases del proceso como en la presentación del trabajo. – Compromiso con los plazos establecidos (previstos) en la ejecución de una tarea. – Reconocimiento y valoración de las técnicas de organización y gestión en la realización de las tareas. – Autonomía en la realización de las tareas.

CRÉDITO FORMATIVO	Planificación económica en un comercio alimentario	Duración	75
Código	161533		
Familia profesional	Comercio y Marketing / Hostelería y Turismo		
Título	Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios	Nivel	2
Módulo profesional	Gestión de un comercio alimentario	Duración	165
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Gestión comercial en un comercio alimentario	Duración	45
	Impuestos y obligaciones fiscales en un comercio alimentario		45

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Planifica la tesorería del comercio alimentario, identificando los parámetros que permiten realizar previsiones de tesorería, y realizando los cálculos oportunos.

Criterios de evaluación:

- Se ha planificado el calendario de cobros y pagos del comercio alimentario, en función de las necesidades, compromisos y obligaciones de pago de un comercio alimentario.
- Se han realizado las previsiones de tesorería teniendo en cuenta los gastos e ingresos y las contingencias de la actividad comercial.
- Se han calculado los costes financieros reales de un comercio alimentario, riesgos de gestión de cobro y negociación de efectos comerciales, comparando tipos de interés y amortizaciones.
- Se han calculado los costes anuales de personal y seguridad social del pequeño comercio, en función del convenio sectorial y tasas de cotización.
- Se han calculado los gastos generales de suministro energético, seguros, equipamiento, entre otros, estimando sus costes y relacionándolos con la actividad comercial.
- Se ha comprobado diariamente que las ventas efectuadas tienen correspondencia con los ingresos en metálico o tarjeta bancaria.
- Se ha supervisado la organización de los documentos físicos y digitales, utilizados en la compraventa de mercancías del comercio alimentario en función del proceso a seguir en su gestión y los requisitos formales que deben cumplir.

2. Supervisa el resultado económico de las ventas, controlando desviaciones y estableciendo acciones correctoras.

Criterios de evaluación:

- Se ha analizado la rentabilidad de las ventas de productos alimentarios, en función del precio de venta y del margen de beneficio.
- Se ha establecido la estructura de los ingresos y gastos para obtener referencias de comportamiento de los mismos.
- Se ha planificado el control presupuestario, identificando problemas potenciales y gestionando de forma más efectiva los recursos del comercio alimentario en un período determinado.
- Se han calculado las desviaciones en función de ingresos, gastos, precio y mano de obra, entre otros, comparando los resultados presupuestados con los reales y valorado si las desviaciones son positivas o negativas.
- Se han analizado las causas de las posibles desviaciones detectadas entre el volumen de ventas previsto y el real, atendiendo a causas internas, externas o aleatorias y en su caso establecido las medidas correctoras necesarias.

- f) Se ha reinvertido el beneficio obtenido en mejoras relativas a la ampliación y gama de productos, servicios de atención al cliente y al comercio electrónico, entre otros, según porcentaje y plan de negocio previsto
- g) Se han establecido métodos de control de los precios de venta justificando las posibles desviaciones y aplicando medidas correctoras

CONTENIDOS

1. PLANIFICACIÓN DE LA TESORERÍA DEL COMERCIO ALIMENTARIO

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> – Planificación del calendario de cobros y pagos del comercio alimentario, en función de las necesidades, compromisos y obligaciones de pago de un comercio alimentario. – Realización de las previsiones de tesorería teniendo en cuenta los gastos e ingresos y las contingencias de la actividad comercial. – Cálculo de los costes financieros reales de un comercio alimentario, riesgos de gestión de cobro y negociación de efectos comerciales, comparando tipos de interés y amortizaciones. – Cálculo de los costes anuales de personal y seguridad social del pequeño comercio, en función del convenio sectorial y tasas de cotización. – Cálculo de los gastos generales de suministro energético, seguros, equipamiento, entre otros, estimando sus costes y relacionándolos con la actividad comercial. – Comprobación diaria de que las ventas efectuadas tienen correspondencia con los ingresos en metálico o tarjeta bancaria. – Supervisión de la organización de los documentos físicos y digitales, utilizados en la compraventa de mercancías del comercio alimentario en función del proceso a seguir en su gestión y los requisitos formales que deben cumplir.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> – Plan de Tesorería. Elaboración de presupuestos. – Previsión de ingresos, gastos y contingencias- – Financiación de documentos de cobro a plazos: costes de cobro/pagos: comisiones bancarias, gastos de negociación de efectos, intereses. – Costes de personal según el convenio laboral del Comercio Alimentario. – Costes Seguridad Social – Previsión según demanda de los gastos generales. – Técnicas para corregir las desviaciones de gastos e ingresos – Gestión telemática de la Tesorería.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> – Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas. – Valoración del orden y limpieza tanto durante las fases del proceso como en la presentación del trabajo. – Compromiso con los plazos establecidos (previstos) en la ejecución de una tarea. – Reconocimiento y valoración de las técnicas de organización y gestión en la realización de las tareas. – Autonomía en la realización de las tareas

2. SUPERVISIÓN DEL RESULTADO ECONÓMICO DE LAS VENTAS EN EL COMERCIO ALIMENTARIO

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> – Análisis de la rentabilidad de las ventas de productos alimentarios, en función del precio de venta y del margen de beneficio. – Establecimiento de la estructura de los ingresos y gastos para obtener referencias de comportamiento de los mismos.
-----------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> – Planificación del control presupuestario, identificando problemas potenciales y gestionando de forma más efectiva los recursos del comercio alimentario en un período determinado. – Cálculo de las desviaciones en función de ingresos, gastos, precio y mano de obra, entre otros, comparando los resultados presupuestados con los reales y valorado si las desviaciones son positivas o negativas. – Análisis de las causas de las posibles desviaciones detectadas entre el volumen de ventas previsto y el real, atendiendo a causas internas, externas o aleatorias y en su caso establecido las medidas correctoras necesarias. – Reinversión del beneficio obtenido en mejoras relativas a la ampliación y gama de productos, servicios de atención al cliente y al comercio electrónico, entre otros, según porcentaje y plan de negocio previsto. – Creación de métodos de control de los precios de venta justificando las posibles desviaciones y aplicando medidas correctoras.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> – Precio: elementos del precio, factores que condicionan el precio de un producto <ul style="list-style-type: none"> • Métodos de fijación de precios a partir del coste • Métodos de fijación de precios basados en la competencia • Métodos de fijación de precios basados en la demanda – Margen comercial bruto y neto – Margen y tasa de beneficio – Control presupuestario. – Cálculo de las desviaciones: de ventas, precio de venta, cantidad de ventas, costes de ventas. – Analizar las causas internas y externas y establecimiento de medidas correctoras para rectificar las desviaciones con respecto al control presupuestario. – Toma de decisiones y puesta en práctica.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> – Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas. – Valoración del orden y limpieza tanto durante las fases del proceso como en la presentación del trabajo. – Compromiso con los plazos establecidos (previstos) en la ejecución de una tarea. – Reconocimiento y valoración de las técnicas de organización y gestión en la realización de las tareas. – Autonomía en la realización de las tareas.

CRÉDITO FORMATIVO	Orientación profesional y trabajo en equipo	Duración	35
Código	161613		
Familia profesional	Comercio y Marketing / Hostelería y Turismo		
Título	Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios	Nivel	2
Módulo profesional	Formación y orientación laboral	Duración	105
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Marco normativo de las relaciones laborales	Duración	30
	Prevención de riesgos		40

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Selecciona oportunidades de empleo, identificando las diferentes posibilidades de inserción y las alternativas de aprendizaje a lo largo de la vida.

Criterios de evaluación:

- Se ha valorado la importancia de la formación permanente como factor clave para la empleabilidad y la adaptación a las exigencias del proceso productivo.
- Se han identificado los itinerarios formativo-profesionales relacionados con el perfil profesional del Título.
- Se han determinado las aptitudes y actitudes requeridas para la actividad profesional relacionada con el perfil.
- Se han identificado los principales yacimientos de empleo y de inserción laboral asociados al titulado o a la titulada.
- Se han determinado las técnicas utilizadas en el proceso de búsqueda de empleo.
- Se han previsto las alternativas de autoempleo en los sectores profesionales relacionados con el Título.
- Se ha realizado la valoración de la personalidad, aspiraciones, actitudes y formación propia para la toma de decisiones.

2. Aplica las estrategias del trabajo en equipo, valorando su eficacia y eficiencia para la consecución de los objetivos de la organización.

Criterios de evaluación:

- Se han valorado las ventajas de trabajo en equipo en situaciones de trabajo relacionadas con el perfil.
- Se han identificado los equipos de trabajo que pueden constituirse en una situación real de trabajo.
- Se han determinado las características del equipo de trabajo eficaz, frente a los equipos ineficaces.
- Se ha valorado positivamente la necesaria existencia de diversidad de roles y opiniones asumidos por los y las miembros de un equipo.
- Se ha reconocido la posible existencia de conflicto entre los y las miembros de un grupo como un aspecto característico de las organizaciones.
- Se han identificado los tipos de conflictos y sus fuentes.
- Se han determinado procedimientos para la resolución del conflicto

CONTENIDOS

1. PROCESO DE INSERCIÓN LABORAL Y APRENDIZAJE A LO LARGO DE LA VIDA

procedimentales	- Análisis de los intereses, aptitudes y motivaciones personales para la carrera profesional.
-----------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de itinerarios formativos relacionados con el Título. - Definición y análisis del sector profesional del Título. - Planificación de la propia carrera: <ul style="list-style-type: none"> • Establecimiento de objetivos laborales, a medio y largo plazo, compatibles con necesidades y preferencias. • Objetivos realistas y coherentes con la formación actual y la proyectada. - Establecimiento de una lista de comprobación personal de coherencia entre plan de carrera, formación y aspiraciones. - Cumplimentación de documentos necesarios para la inserción laboral (carta de presentación, currículum vitae...), así como la realización de testes psicotécnicos y entrevistas simuladas.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo. - El proceso de toma de decisiones. - Proceso de búsqueda de empleo en pequeñas, medianas y grandes empresas del sector. - Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa. Europass, Ploteus.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de la importancia de la formación permanente para la trayectoria laboral y profesional del titulado o titulada. - Responsabilización del propio aprendizaje. Conocimiento de los requerimientos y de los frutos previstos. - Valoración del autoempleo como alternativa para la inserción profesional. - Valoración de los itinerarios profesionales para una correcta inserción laboral. - Compromiso hacia el trabajo. Puesta en valor de la capacitación adquirida.

2. GESTIÓN DEL CONFLICTO Y EQUIPOS DE TRABAJO

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de una organización como equipo de personas. - Análisis de estructuras organizativas. - Análisis de los posibles roles de sus integrantes en el equipo de trabajo. - Análisis de la aparición de los conflictos en las organizaciones: compartir espacios, ideas y propuestas. - Análisis de los distintos tipos de conflicto, intervinientes y sus posiciones de partida. - Análisis de los distintos tipos de solución de conflictos, la intermediación y buenos oficios. - Análisis de la formación de los equipos de trabajo.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - La estructura organizativa de una empresa como conjunto de personas para la consecución de un fin. - Clases de equipos en la industria del sector según las funciones que desempeñan. - Análisis de la formación de los equipos de trabajo. - La comunicación como elemento básico de éxito en la formación de equipos. - Características de un equipo de trabajo eficaz. - Definición de conflicto: características, fuentes y etapas del conflicto. - Métodos para la resolución o supresión del conflicto: mediación, conciliación y arbitraje.

actitudinales	<ul style="list-style-type: none">- Valoración de la aportación de las personas en la consecución de los objetivos empresariales.- Valoración de las ventajas e inconvenientes del trabajo de equipo para la eficacia de la organización.- Valoración de la comunicación como factor clave en el trabajo en equipo.- Actitud participativa en la resolución de conflictos que se puedan generar en los equipos de trabajo.- Ponderación de los distintos sistemas de solución de conflictos.

CRÉDITO FORMATIVO	Marco normativo de las relaciones laborales	Duración	30
Código	161623		
Familia profesional	Comercio y Marketing / Hostelería y Turismo		
Título	Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios	Nivel	2
Módulo profesional	Formación y orientación laboral	Duración	105
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Orientación profesional y trabajo en equipo	Duración	35
	Prevención de riesgos		40

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Ejerce los derechos y cumple las obligaciones que se derivan de las relaciones laborales, reconociéndolas en los diferentes contratos de trabajo.

Criterios de evaluación:

- Se han identificado los conceptos básicos del derecho del trabajo.
- Se han distinguido los principales organismos que intervienen en las relaciones entre empresarios o empresarias y trabajadores o trabajadoras.
- Se han determinado los derechos y obligaciones derivados de la relación laboral.
- Se han clasificado las principales modalidades de contratación, identificando las medidas de fomento de la contratación para determinados colectivos.
- Se han valorado las medidas establecidas por la legislación vigente para la conciliación de la vida laboral y familiar.
- Se han identificado las causas y efectos de la modificación, suspensión y extinción de la relación laboral.
- Se ha analizado el recibo de salarios, identificando los principales elementos que lo integran.
- Se han analizado las diferentes medidas de conflicto colectivo y los procedimientos de solución de conflictos.
- Se han determinado las condiciones de trabajo pactadas en un convenio colectivo aplicable a un sector profesional relacionado con el Título.
- Se han identificado las características definitorias de los nuevos entornos de organización del trabajo.

2. Determina la acción protectora del sistema de la Seguridad Social ante las distintas contingencias cubiertas, identificando las distintas clases de prestaciones.

Criterios de evaluación:

- Se ha valorado el papel de la Seguridad Social como pilar esencial para la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía.
- Se han enumerado las diversas contingencias que cubre el sistema de la Seguridad Social.
- Se han identificado los regímenes existentes en el sistema de la Seguridad Social.
- Se han identificado las obligaciones de la figura de empresario o empresaria y trabajador o trabajadora dentro del sistema de la Seguridad Social.
- Se han identificado, en un supuesto sencillo, las bases de cotización de un trabajador o trabajadora, y las cuotas correspondientes a la figura de trabajador o trabajadora y empresario o empresaria.
- Se han clasificado las prestaciones del sistema de la Seguridad Social, identificando los requisitos.
- Se han determinado las posibles situaciones legales de desempleo.
- Se ha realizado el cálculo de la duración y cuantía de una prestación por desempleo de nivel contributivo básico.

CONTENIDOS

1. CONDICIONES LABORALES DERIVADAS DEL CONTRATO DE TRABAJO

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de fuentes del derecho laboral y clasificación según su jerarquía. - Análisis de las características de las actividades laborales reguladas por el TRLET. - Formalización y comparación, según sus características, de las modalidades de contrato más habituales. - Interpretación de la nómina. - Análisis del convenio colectivo de su sector de actividad profesional.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Fuentes básicas del derecho laboral: Constitución, Directivas comunitarias, Estatuto de los Trabajadores, Convenio Colectivo. - El contrato de trabajo: elementos del contrato, características y formalización, contenidos mínimos, obligaciones del empresario o la empresaria, medidas generales de empleo. - Tipos de contrato: indefinidos, formativos, temporales, a tiempo parcial. - La jornada laboral: duración, horario, descansos (calendario laboral y fiestas, vacaciones, permisos). - El salario: tipos, abono, estructura, pagas extraordinarias, percepciones no salariales, garantías salariales. - Deducciones salariales: bases de cotización y porcentajes, IRPF. - Modificación, suspensión y extinción del contrato. - Representación sindical: concepto de "sindicato", derecho de sindicación, asociaciones empresariales, conflictos colectivos, la huelga, el cierre patronal. - El convenio colectivo. Negociación colectiva. - Nuevos entornos de organización del trabajo: externalización, teletrabajo...
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de necesidad de la regulación laboral. - Interés por conocer las normas que se aplican en las relaciones laborales de su sector de actividad profesional. - Reconocimiento de los cauces legales previstos como modo de resolver conflictos laborales. - Rechazo de prácticas poco éticas e ilegales en la contratación de trabajadores o trabajadoras, especialmente, en los colectivos más desprotegidos. - Reconocimiento y valoración de la función de los sindicatos como agentes de mejora social.

2. SEGURIDAD SOCIAL, EMPLEO Y DESEMPLEO

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de la importancia de la universalidad del sistema general de la Seguridad Social. - Resolución de casos prácticos sobre prestaciones de la Seguridad Social
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - El sistema de la Seguridad Social: campo de aplicación, estructura, regímenes, entidades gestoras y colaboradoras. - Principales obligaciones de empresarios o empresarias y trabajadores o trabajadoras en materia de Seguridad Social: afiliación, altas, bajas y cotización.

	<ul style="list-style-type: none"> - Acción protectora: asistencia sanitaria, maternidad, incapacidad temporal y permanente, lesiones permanentes no invalidantes, jubilación, desempleo, muerte y supervivencia. - Clases, requisitos y cuantía de las prestaciones. - Sistemas de asesoramiento de los trabajadores y de las trabajadoras respecto a sus derechos y deberes.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Reconocimiento del papel de la Seguridad Social en la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía. - Rechazo hacia las conductas fraudulentas, tanto en cotización como en las prestaciones de la Seguridad Social.

CRÉDITO FORMATIVO	Prevención de riesgos	Duración	40
Código	161633		
Familia profesional	Comercio y Marketing / Hostelería y Turismo		
Título	Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios	Nivel	2
Módulo profesional	Formación y orientación laboral	Duración	105
Resto de créditos formativos que completan el módulo	Orientación profesional y trabajo en equipo	Duración	35
	Marco normativo de las relaciones laborales		30

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Evalúa los riesgos derivados de su actividad, analizando las condiciones de trabajo y los factores de riesgo presentes en su entorno laboral.

Criterios de evaluación:

- Se ha valorado la importancia de la cultura preventiva en todos los ámbitos y actividades de la empresa.
- Se han relacionado las condiciones laborales con la salud del trabajador o trabajadora.
- Se han clasificado los factores de riesgo en la actividad y los daños derivados de los mismos.
- Se han identificado las situaciones de riesgo más habituales en los entornos de trabajo asociados al perfil profesional del Título.
- Se ha determinado la evaluación de riesgos en la empresa.
- Se han determinado las condiciones de trabajo con significación para la prevención en los entornos de trabajo relacionados con el perfil profesional.
- Se han clasificado y descrito los tipos de daños profesionales, con especial referencia a accidentes de trabajo y enfermedades profesionales relacionados con el perfil profesional del Título.

2. Participa en la elaboración de un plan de prevención de riesgos en una pequeña empresa, identificando las responsabilidades de todas y todos los agentes implicados.

Criterios de evaluación:

- Se han determinado los principales derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.
- Se han clasificado las distintas formas de gestión de la prevención en la empresa, en función de los distintos criterios establecidos en la normativa sobre prevención de riesgos laborales.
- Se han determinado las formas de representación de los trabajadores y de las trabajadoras en la empresa, en materia de prevención de riesgos.
- Se han identificado los organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.
- Se ha valorado la importancia de la existencia de un plan preventivo en la empresa, que incluya la secuenciación de actuaciones que se deben realizar en caso de emergencia.
- Se ha definido el contenido del plan de prevención en un centro de trabajo relacionado con el sector profesional del titulado o titulada.
- Se ha proyectado un plan de emergencia y evacuación de una pequeña o mediana empresa.

3. Aplica las medidas de prevención y protección, analizando las situaciones de riesgo en el entorno laboral asociado al Título.

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido las técnicas de prevención y de protección individual y colectiva que deben aplicarse para evitar los daños en su origen y minimizar sus consecuencias, en caso de que sean inevitables.
- b) Se ha analizado el significado y alcance de los distintos tipos de señalización de seguridad.
- c) Se han analizado los protocolos de actuación en caso de emergencia
- d) Se han identificado las técnicas de clasificación de personas heridas, en caso de emergencia donde existan víctimas de diversa gravedad.
- e) Se han identificado las técnicas básicas de primeros auxilios que han de ser aplicadas en el lugar del accidente ante distintos tipos de daños, y la composición y uso del botiquín.
- f) Se han determinado los requisitos y condiciones para la vigilancia de la salud de los trabajadores y de las trabajadoras, y su importancia como medida de prevención.

CONTENIDOS

1. EVALUACIÓN DE RIESGOS PROFESIONALES

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis y determinación de las condiciones de trabajo. - Análisis de factores de riesgo. - Análisis de riesgos ligados a las condiciones de seguridad. - Análisis de riesgos ligados a las condiciones ambientales. - Análisis de riesgos ligados a las condiciones ergonómicas y psicosociales. - Identificación de los ámbitos de riesgo en la empresa. - Establecimiento de un protocolo de riesgos según la función profesional. - Distinción entre accidente de trabajo y enfermedad profesional.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - El concepto de "riesgo profesional". - La evaluación de riesgos en la empresa como elemento básico de la actividad preventiva. - Riesgos específicos en el entorno laboral asociado al perfil. - Daños a la salud del trabajador o de la trabajadora que pueden derivarse de las situaciones de riesgo detectadas.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Importancia de la cultura preventiva en todas las fases de la actividad preventiva. - Valoración de la relación entre trabajo y salud. - Interés en la adopción de medidas de prevención. - Valoración en la transmisión de la formación preventiva en la empresa.

2. PLANIFICACIÓN DE LA PREVENCIÓN DE RIESGOS EN LA EMPRESA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Proceso de planificación y sistematización como herramientas básicas de prevención. - Análisis de la norma básica de PRL. - Análisis de la estructura institucional en materia PRL. - Elaboración de un plan de emergencia en el entorno de trabajo. - Puesta en común y análisis de distintos planes de emergencia.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - El desarrollo del trabajo y sus consecuencias sobre la salud e integridad humanas. - Derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.

	<ul style="list-style-type: none"> - Responsabilidades en materia de prevención de riesgos laborales. - Agentes intervinientes en materia de PRL y salud, y sus diferentes roles. - Gestión de la prevención en la empresa. - Representación de los trabajadores y de las trabajadoras en materia preventiva (Técnico Básico o Técnica Básica en PRL). - Organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales. - Planificación de la prevención en la empresa. - Planes de emergencia y de evacuación en entornos de trabajo.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de la importancia y necesidad de la PRL. - Valoración de su posición como agente de PRL y Salud Laboral. - Valoración de los avances para facilitar el acceso a la SL por parte de las instituciones públicas y privadas. - Valoración y traslado de su conocimiento a los planes de emergencia del colectivo al que pertenece.

3. APLICACIÓN DE MEDIDAS DE PREVENCIÓN Y PROTECCIÓN EN LA EMPRESA

procedimentales	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de diversas técnicas de prevención individual. - Análisis de las obligaciones empresariales y personales en la utilización de medidas de autoprotección. - Aplicación de técnicas de primeros auxilios. - Análisis de situaciones de emergencia. - Realización de protocolos de actuación en caso de emergencia. - Vigilancia de la salud de los trabajadores y de las trabajadoras.
conceptuales	<ul style="list-style-type: none"> - Medidas de prevención y protección individual y colectiva. - Protocolo de actuación ante una situación de emergencia. - Urgencia médica / Primeros auxilios. Conceptos básicos. - Tipos de señalización.
actitudinales	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración de la previsión de emergencias. - Valoración de la importancia de un plan de vigilancia de la salud. - Participación activa en las actividades propuestas.