



CRITERIOS DE EVALUACIÓN, DE PROMOCIÓN Y DE TITULACIÓN. HERRAMIENTAS/INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN. CURSO 2023-24

DEPARTAMENTO	SANIDAD
CURSO/MODALIDAD	1º FARMACIA Y PARAFARMACIA DUAL

MATERIA

DISPOSICIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS

PROFESORADO

MARI CARMEN RUEDA MONROY

1. Criterios de evaluación

- **Ley Orgánica 3/2022**, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional.
- **Real Decreto 1147/2011**, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo.
- **Real Decreto 1689/2007**, de 14 de Diciembre, por el que se establece el título de Técnico en Farmacia y Parafarmacia y se fijan sus enseñanzas mínimas.
- **Orden de 15 de octubre de 2009**, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Farmacia y Parafarmacia, donde se contempla el módulo profesional de "Disposición y Venta de Productos
- **Orden de 29 de septiembre de 2010**, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.



RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
1. Aplica técnicas de atención a usuarios describiendo y aplicando procedimientos y protocolos de comunicación.	<p>a) Se han definido los tipos de usuarios.</p> <p>b) Se ha analizado el comportamiento de diferentes tipos de usuario.</p> <p>c) Se han descrito las fases que componen la atención al usuario según el plan de acción definido</p> <p>d) Se ha simulado la obtención de la información necesaria de posibles usuarios y diferentes situaciones</p> <p>e) Se ha descrito los ficheros de usuario y la legislación que los protege</p> <p>f) Se han identificado conceptos, elementos, barreras, factores modificadores y tipos de comunicación.</p> <p>g) Se han analizado los diferentes tipos de lenguaje, las técnicas y las estrategias para una buena comunicación</p> <p>h) Se ha valorado la importancia de la cortesía, la amabilidad, el respeto, la discreción, la cordialidad y el interés en la interrelación con el usuario</p> <p>i) Se han definido las características de la información, (inmediatez, precisión) y el asesoramiento (claridad, exactitud)</p> <p>j) Se han establecido las habilidades personales y sociales a desarrollar para lograr una perfecta comunicación.</p> <p>k) Se han distinguido los elementos fundamentales para transmitir la imagen de la empresa como un departamento de atención al usuario</p> <p>l) Se han analizado los sistemas de calidad en atención al usuario</p>
2. Ejecuta actividades de venta de productos parafarmacéuticos describiendo y aplicando las fases de un proceso de venta.	<p>a) Se han valorado como facilitadores, en el proceso de decisión de compra, la información, el asesoramiento, el ambiente acogedor, la educación, la comunicación y las habilidades sociales del vendedor.</p> <p>b) Se ha definido la importancia de mantener actualizado el fichero de usuarios para la aplicación del plan de fidelización</p> <p>c) Se han identificado la tipología del usuario, sus</p>



	<p>motivaciones y sus necesidades de compra.</p> <p>d) Se ha descrito la importancia del conocimiento por parte del vendedor de las características del producto</p> <p>e) Se han desarrollado las fases de un proceso de venta (captar la atención, provocar el interés, despertar el deseo, mover la acción del usuario).</p> <p>f) Se han analizado las cualidades y actitudes que debe desarrollar el vendedor hacia el usuario y la empresa (marketing interno)</p> <p>g) Se ha relacionado el concepto de marketing con la satisfacción de los deseos del consumidor.</p> <p>h) Se han determinado las líneas de actuación en la venta según el plan de acción establecido por la empresa</p> <p>i) Se ha descrito la normativa y legislación nacional, autonómica y otras disposiciones.</p>
3. Organiza los productos de parafarmacia en el punto de venta, aplicando técnicas de merchandising.	<p>a) Se ha identificado la relación libre y personal que se establece entre usuario y productos expuestos según organización, colocación o decoración.</p> <p>b) Se han clasificado los productos de parafarmacia según su utilidad observando la normativa vigente.</p> <p>c) Se han establecido los parámetros físicos y comerciales que determinan la colocación (puntos calientes) del surtido (productos) en los niveles del lineal (mobiliario).</p> <p>d) Se han desarrollado procedimientos de etiquetaje y se han elaborado elementos publicitarios de apoyo para la información sobre los productos.</p> <p>e) Se han descrito los tipos de embalaje y empaquetado según el producto, las características del mismo y la imagen que quiere transmitir la empresa.</p> <p>f) Se han valorado las sugerencias que el vendedor puede aportar basándose en la información recopilada acerca de las demandas o sugerencias de los posibles usuarios.</p> <p>g) Se ha valorado la importancia de reposición del stock de acuerdo con el procedimiento establecido por la empresa.</p> <p>h) Se han analizado diferentes sistemas antihurto.</p>
4. Atiende reclamaciones presentadas por los usuarios reconociendo y aplicando criterios y procedimientos de actuación.	<p>a) Se han tipificado la actitud, la postura y el interés que deben adoptarse ante quejas y reclamaciones, utilizando un estilo asertivo para informar al usuario.</p> <p>b) Se han desarrollado las técnicas que se utilizan para la resolución de conflictos y reclamaciones.</p> <p>c) Se ha descrito el procedimiento para la presentación de reclamaciones.</p> <p>d) Se han identificado las alternativas al procedimiento</p>



	<p>que pueden ser ofrecidas al usuario ante reclamaciones fácilmente subsanables.</p> <p>e) Se han reconocido los aspectos de las reclamaciones en los que incide la legislación vigente.</p> <p>f) Se ha establecido la información registrada del seguimiento posventa, de incidencias, de peticiones y de reclamaciones de usuarios como indicadores para mejorar la calidad del servicio prestado y aumentar la fidelización</p> <p>g) Se ha valorado la importancia que, para el control de calidad del servicio, tienen los sistemas de información manuales e informáticos que organizan la información.</p>
--	---

2. Criterios de promoción y titulación

Se seguirá lo establecido en la normativa y en el Proyecto Educativo del IES Juan de Aréjula:

- PROYECTO EDUCATIVO IES JUAN DE ARÉJULA:

[PLAN DE CENTRO 2023.pdf](#)

FORMACIÓN PROFESIONAL:

- **ORDEN de 29 de septiembre de 2010**, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía (BOJA 15-10-2010).

3. Herramientas / Instrumentos de evaluación

Los instrumentos de evaluación que se utilizan para la evaluación criterial son los que se detallan a continuación:

- PRUEBA ESCRITA.
- PRUEBA PRÁCTICA.
- TRABAJO DE CLASE.
- TRABAJOS GRUPALES.