



CURSO ESCOLAR:	2011-2012
ETAPA:	CICLOS FORMATIVOS
NIVEL:	1º G.M. GESTIÓN ADMINISTRATIVA
ÁREA	GESTIÓN DE COMPRAVENTA

ELABORADO POR: Vanesa Linares	REVISADO POR: Jefe Departamento	APROBADO POR: Dirección CCFF
FECHA:	FECHA:	FECHA:

INTRODUCCIÓN

Para realizar esta programación se ha tenido en cuenta **el Real Decreto 1662/94, de 22 de Julio**, por el que se establece el Título de Técnico en gestión administrativa y las correspondientes enseñanzas mínimas. **(LOE 2/2006)**

El objetivo principal de esta asignatura es iniciar y dirigir a los alumnos en la comprensión del marco en el que se desenvuelven las operaciones comerciales de las empresas y de los documentos que se generan en el proceso administrativo, que son estudiados de forma encadenada, tal y como surgen en la vida real de las empresas, para que al final del proceso los alumnos sepan confeccionarlos, de forma lógica y correcta.

Las actividades que se van a llevar a cabo en este módulo permiten secuenciar los documentos administrativos que puedan surgir en una operación comercial, de tal manera que permita que los alumnos se formen una visión clara del conjunto y se posibilite la potenciación de su iniciativa y el desarrollo de las capacidades de comprensión, análisis, relación y búsqueda, propias del proceso de autoaprendizaje.

Todo ello pretende alcanzar los objetivos del módulo establecidos en los decretos del currículo correspondientes al título de Técnico en Gestión Administrativa.

El desarrollo de las sesiones que se especifican son totalmente de clase o trabajos. No se han anotado los días en los que hay Actividades complementarias, que pueden afectar al cumplimiento o no de la programación. Si alguna actividad complementaria atrasara la programación se solucionará a lo largo de las sesiones correspondientes a esa U.D.

OBJETIVOS GENERALES “OP. ADM. DE COMPRA-VENTA GM”	
Nº	DESCRIPCIÓN
1	Aplicar técnicas de comunicación adecuadas en las relaciones de clientes y proveedores.
2	Elaborar la documentación derivada de las operaciones de compraventa según la legislación mercantil vigente.
3	Aplicar métodos de control de existencias.
4	Utilizar aplicaciones informáticas de gestión de almacén y facturación
5	Seleccionar datos y cumplimentar documentos derivados del área comercial, interpretando normas mercantiles y fiscales para realizar las gestiones administrativas correspondientes.

ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD
En CCFF según la legislación, Orden de 14 de marzo de 2005 (DOGV) a los alumnos no se les puede realizar adaptaciones curriculares significativas, ni no significativas. Sólo se pueden realizar adaptaciones curriculares de acceso. A un alumno con adaptaciones se le exigirá el cumplimiento de los contenidos mínimos de cada materia fijados por ley.

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DEL ÁREA DE: “ OP. ADM. DE COMPRA-VENTA GM”

- Las pruebas escritas computarán el **80%** de la nota del módulo.
- La **asistencia** a clase el **10%**.(Al 15% de inasistencia, no contará nada).
- Los alumnos que superen un 20% de faltas de **asistencia** a clase, (justificadas o no), perderán el derecho a la convocatoria del examen, según criterio del profesor.
- La **actitud**, comportamiento y participación activa en clase el **10%** restante. (valores que se obtendrán de la observación del día a día y de los datos obtenidos de la ficha de asistencia y comportamiento). Cada negativo en actitud o comportamiento, en entrega de ejercicios... será **un 0'25 menos** en la nota de ese punto del 10%
- Cualquier trabajo o supuesto que se mande, será calificado y complementará la nota de la evaluación. Es decir, los trabajos simplemente eliminarán materia para examen cuando se entreguen en el plazo correspondiente (no contarán como nota) sólo aquellos trabajos que estén bien hechos subirán entre 1 y 2 puntos la nota del examen de la evaluación.
- Si un trabajo no es entregado por el alumno en el plazo establecido, la materia del trabajo entrará a formar parte del temario del examen de ese trimestre.
- La nota del examen recuperado aparecerá en el boletín de la evaluación siguiente
- La nota media se obtendrá siempre y cuando cada prueba o trabajo haya superado un mínimo de 4'5.
- Si no se entrega un trabajo o no se presenta a un examen, se colocará no presentado.
- La nota de la evaluación será numérica sin decimales, los cuales se guardarán para sacar la media final, dejando a decisión del profesor de la asignatura su redondeo al alza o a la baja, según la trayectoria del alumno el resto del año
- Si el alumno falta a un examen, perderá esa convocatoria y realizará el examen en la recuperación, salvo que llame al profesor ese mismo día y justifique su falta.(el profesor elegirá el día conveniente para repetir la prueba, normalmente el mismo día que el alumno acuda a clase)

CRITERIOS DE RECUPERACIÓN DEL ÁREA DE: “OP. ADM. DE COMPRA-VENTA GM”

- Cada examen no superado se podrá recuperar mediante un nuevo control que normalmente se realizará en la evaluación siguiente.
- Si en una misma evaluación se realizan varios exámenes, tan sólo habrá una única recuperación donde se recuperará toda la materia suspendida de forma conjunta.
- En las recuperaciones la nota obtenida será la que se tendrá posteriormente en cuenta para el boletín. La nota obtenida en la recuperación de un examen no podrá alcanzar el 10, redondeando a la baja. Se tendrá en cuenta la trayectoria del alumno y su esfuerzo.
- Los alumnos que lo soliciten podrán presentarse a las recuperaciones para subir nota (pudiendo llegar a 10), pero corren el riesgo de obtener una nota inferior o incluso suspender.
- **Septiembre:** Si tras las recuperaciones de junio el alumno no superara alguna evaluación, tendrá que recuperar toda la materia en septiembre, esto como norma general, pero si en la recuperación de junio tuviera una **nota de 4** y la trayectoria del alumno durante el curso hubiera sido bastante buena, se le respetará sólo para recuperar en septiembre la parte pendiente,(y sólo le quede 1 trimestre).

CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL ÁREA DE: “OP. ADM. DE COMPRA-VENTA GM”

- Se valorarán no sólo los contenidos, sino también procedimientos, actitudes, destrezas desarrolladas, capacidad de investigación y asistencia a las clases.
- Se realizarán pruebas escritas de cada unidad didáctica que constarán de parte práctica.
- Se tendrá en cuenta también para la evaluación de la asignatura, las preguntas realizadas en clase sobre la materia explicada, pues demuestran el trabajo diario del alumno por la asignatura.
- Los ejercicios que se tienen que realizar en casa serán valorados, de tal manera que formarán parte de la nota de cada evaluación.
- La evaluación ha de ser coherente con las características del ciclo formativo y con los objetivos. Además ha de ser formativa, ha de servir para fomentar la reflexión y para orientar. Por tanto el proceso de evaluación tendrá que ser: continuo, integral, individualizado y orientador.
- Cuando se evalúe se tendrán en cuenta los siguientes aspectos:
 - * adecuación de los objetivos a las características de cada grupo
 - * idoneidad de los productos de evaluación utilizados
 - * adecuación de los criterios de calificación.

METODOLOGÍA GENERAL DEL ÁREA DE: “OP. ADM. DE COMPRA-VENTA GM”

- Los temas son explicados por el profesor, acompañados de ejemplos de ejercicios prácticos a fin de que el alumno asimile con más facilidad los conceptos que se están desarrollando.
- Todos los ejercicios que se realicen tanto en clase como en casa serán corregidos y revisados en la pizarra por los propios alumnos.
- Los alumnos tendrán libro de texto de la editorial Mc-Graw Hill y para los ejercicios prácticos el libro de documentos de la misma editorial.
- Las explicaciones se desarrollarán en la pizarra mediante esquemas, y se complementarán las clases con ejercicios que aclararán las explicaciones teóricas.
- Realización de esquemas y resúmenes de las formulas utilizadas en cada tema.
- Internet será un importante apoyo en cuestiones que puedan ser investigados por los alumnos.
- ACTIVIDADES ENSEÑANZA-APRENDIZAJE: Serán las propuestas según el libro de Mc Graw Hill y de los apuntes del profesor.

CONTENIDOS TRIMESTRALES DEL ÁREA DE: "OP. ADM. DE COMPRA-VENTA GM"

N°	DESCRIPCIÓN
1°	<p>1° TRIMESTRE</p> <p>UNIDAD 1: "ORGANIZACIÓN COMERCIAL DE LA EMPRESA" UNIDAD 2: "BÚSQUEDA Y SELECCIÓN DE PROVEEDORES" (Apuntes) - Introducción de Selección Proveedores. - Búsqueda de posibles proveedores. - Criterios de selección de prov.</p> <p>UNIDAD 3: "PEDIDO Y ENTREGA DE LA MERCANCÍA (ALBARÁN) " UNIDAD 4: "LA FACTURA " CONTROL T.1, T.2, T.3 y T. 4 (TEORÍA Y PRÁCTICA DEL T.2)</p> <p>UNIDAD 5 : "EL IVA Y SUPUESTOS PRÁCTICOS (T.8 pag 139)" CONTROL T.5 (TEORÍA) CONTROL T.5 (PRÁCTICA Completa: Incluye Pedido, Albarán, Fra y Mod-303 IVA)</p>
2°	<p>2° TRIMESTRE</p> <p>UNIDAD 6: "LOS REGÍMENES ESPECIALES DEL IVA" UNIDAD 7: "LIBROS REGISTRO. MOD-347 DECLARAC. ANUAL OP. CON 3° PERSONAS" CONTROL T.6 y T.7 (TEORÍA) CONTROL T.6 y T.7 (PRÁCTICA)</p> <p>UNIDAD 8: "MEDIOS DE PAGO AL CONTADO" UNIDAD 9: "MEDIOS DE PAGO APLAZADO" UNIDAD 10: "EL PAGARÉ Y EL RECIBO NORMALIZADO" CONTROL T.8, T.9 y T.10 (TEORÍA) CONTROL T.8, T.9 y T.10 (PRÁCTICA: Incluye pedido, albarán y Fra/)</p>
3°	<p>3° TRIMESTRE</p> <p>UNIDAD 11: "LOS CONTRATOS MERCANTILES" UNIDAD 12: "GESTIÓN DE EXISTENCIAS: VOLUMEN ÓPTIMO PEDIDO" UNIDAD 13: "VALORACIÓN-CONTROL DE EXISTENCIAS: FIFO y PMP" CONTROL T.11, T.12 y T.13 (TEORÍA) CONTROL T.11, T.12 y T.13 (PRÁCTICA: Incluye VOP, FIFO y PMP)</p> <p>UNIDAD 14: "LA COMERCIALIZACIÓN" (El estudio del mercado) <i>Por Apuntes</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El estudio del mercado (Mk y Vtas.) 2. El mercado <ul style="list-style-type: none"> - El tamaño del mercado y Segmentación del mercado 3. Nuestros clientes 4. La competencia 5. <i>Marketing</i> estratégico y <i>marketing mix</i> .. 6. El Producto <ul style="list-style-type: none"> - Niveles del producto - Ciclo de vida del producto - Dimensiones del producto: La forma, diseño y color; La calidad y garantía; El envase y La etiqueta: La marca 7. El Precio <ul style="list-style-type: none"> - Métodos para la fijación de precios - Descuentos 8. Distribución del producto <ul style="list-style-type: none"> - Tipos de intermediarios <ul style="list-style-type: none"> • Mayoristas / Minoristas y Otros interm. 9. Promoción del producto <ul style="list-style-type: none"> - Canales de comunicación: Venta personal; Promoción de ventas; Relaciones públicas ; Publicidad. <p>CONTROL T.14 (TEORÍA)</p>