

PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO PROFESIONAL

Disposición y Venta de Productos *Código: 0099*

Ciclo Formativo de Grado Medio
Técnico en Farmacia y Parafarmacia
(1º curso)

CURSO 2013/2014

PROFESORES: María A. Castillo González

Mª Ángeles Jiménez Aparicio

1. Justificación

1.1.Introducción

Este ciclo está regulado por el RD 1689/2007, de 14 de diciembre por el que se establece el Título y se fijan sus enseñanzas mínimas (BOE 17 de enero de 2008) y por la Orden de 15 de octubre de 2009, por la que se desarrolla el currículo en Andalucía (BOJA 11 de noviembre de 2009)

La práctica profesional del técnico en Farmacia, especialmente su desempeño en una oficina de farmacia demanda cada día más conocimientos y competencias profesionales ligadas al marketing y merchandising.

A través del módulo de **Disposición y Venta de productos** creado en la última reforma de la titulación se intenta responder a esta necesidad de formación.

Desde este módulo intentaremos comprender algunos conceptos que nos ayudarán en el desarrollo profesional, tales como: técnicas de merchandising, animación en el punto de venta, comportamiento del consumidor, habilidades sociales y personales, técnicas de comunicación, legislación en atención al cliente...

1.2.Competencia general del Título

La competencia general de este título consiste en asistir en la dispensación y elaboración de productos farmacéuticos y afines, y realizar la venta de productos parafarmacéuticos, fomentando la promoción de la salud y ejecutando tareas administrativas y de control de almacén, cumpliendo con las especificaciones de calidad, seguridad y protección ambiental.

1.3. Competencias profesionales, personales y sociales del módulo

- Realizar la venta de productos parafarmacéuticos, atendiendo las demandas e informando con claridad a los usuarios.
- Apoyar psicológicamente a los usuarios, manteniendo discreción, y un trato cortés y de respeto.
- Intervenir con prudencia y seguridad respetando las instrucciones de trabajo recibidas.
- Seleccionar residuos y productos caducados para su eliminación de acuerdo con la normativa vigente.
- Aplicar procedimientos de calidad y de prevención de riesgos laborales y ambientales, de acuerdo con lo establecido en los procesos de farmacia

2. Destinatarios: Características del alumnado.

Las características están recogidas en la programación general del Departamento

3. Objetivos generales, Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

3.1. Objetivos Generales

- Reconocer las características y la presentación de los productos farmacéuticos y parafarmacéuticos relacionándolos con sus aplicaciones para asistir en la dispensación de productos.
- Informar sobre la utilización adecuada del producto interpretando la información técnica suministrada para dispensar productos farmacéuticos y parafarmacéuticos, atendiendo las consultas e informando con claridad a los usuarios sobre las características y uso racional de los productos.
- Efectuar operaciones administrativas organizando y cumplimentando la documentación según la legislación vigente para tramitar la facturación de recetas y gestionar la documentación generada en el establecimiento.

- Valorar la diversidad de opiniones como fuente de enriquecimiento, reconociendo otras prácticas, ideas o creencias, para resolver problemas y tomar decisiones.

3.2.Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

Resultados de aprendizaje	Criterios de evaluación
1. Aplica técnicas de atención a usuarios describiendo y aplicando procedimientos y protocolos de comunicación.	a) Se han definido los tipos de usuarios. b) Se ha analizado el comportamiento de diferentes tipos de usuario. c) Se han descrito las fases que componen la atención al usuario según el plan de acción definido. d) Se ha simulado la obtención de la información necesaria de posibles usuarios y en diferentes situaciones e) Se ha descrito los ficheros de usuario y la legislación que los protege. f) Se han identificado conceptos, elementos, barreras, factores modificadores y tipos de comunicación. g) Se han analizado los diferentes tipos de lenguaje, las técnicas y las estrategias para una buena comunicación. 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 i) Se han definido las características de la información (inmediatez, precisión) y el asesoramiento (claridad, exactitud). j) Se han establecido las habilidades personales y sociales a desarrollar para lograr una perfecta comunicación. k) Se han distinguido los elementos fundamentales para transmitir la imagen de la empresa como un departamento de atención al usuario. l) Se han analizado los sistemas de calidad en atención al usuario.
2. Ejecuta actividades de venta de productos parafarmacéuticos describiendo y aplicando las fases de un proceso de venta.	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. b) Se han identificado la tipología del usuario, sus motivaciones y sus necesidades de compra. c) Se ha definido la importancia de mantener actualizado el fichero de usuarios para la aplicación del plan de fidelización. d) Se ha descrito la importancia del conocimiento por parte del vendedor de las características del producto. e) Se han desarrollado las fases de un proceso de venta (captar la atención, provocar el interés, despertar el deseo,

	mover a la acción del usuario). f) Se han analizado las cualidades y actitudes que debe desarrollar el vendedor hacia el usuario y la empresa (marketing interno). g) Se ha relacionado el concepto de marketing con la satisfacción de los deseos del consumidor. h) Se han determinado las líneas de actuación en la venta según el plan de acción establecido por la empresa. i) Se ha descrito la normativa y legislación nacional, autonómica y otras disposiciones.
3. Organiza los productos de parafarmacia en el punto de venta, aplicando técnicas de merchandising.	a) Se ha identificado la relación libre y personal que se establece entre usuario y productos expuestos según organización, colocación o decoración. b) Se han clasificado los productos de parafarmacia según su utilidad observando la normativa vigente. c) Se han establecido los parámetros físicos y comerciales que determinan la colocación (puntos calientes) del surtido (productos) en los niveles del lineal (mobiliario). d) Se han desarrollado procedimientos de etiquetaje y se han elaborado elementos publicitarios de apoyo para la información sobre los productos. e) Se ha valorado la importancia de reposición del stock de acuerdo con el procedimiento establecido por la empresa. f) Se han analizado diferentes sistemas antihurto. g) Se han descrito los tipos de embalaje y empaquetado según el producto, las características del mismo y la imagen que quiere transmitir la empresa. h) 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.
4. Atiende reclamaciones presentadas por los usuarios reconociendo y aplicando criterios y procedimientos de actuación.	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. b) Se han desarrollado las técnicas que se utilizan para la resolución de conflictos y reclamaciones. c) Se ha descrito el procedimiento para la presentación de reclamaciones. d) Se han identificado las alternativas al procedimiento que pueden ser ofrecidas al usuario ante reclamaciones fácilmente subsanables. e) Se han reconocido los aspectos de las reclamaciones en los que incide la legislación vigente. 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. 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. h) Se han establecido técnicas para mejorar los servicios prestados.
--	--

4. Contenidos

4.1 Selección de contenidos

Según la Orden de 15 de Octubre de 2009, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Farmacia y Parafarmacia, los contenidos básicos de este módulo son:

Atención al usuario:

- Tipos de usuarios.
 - Servicio al usuario. Elementos.
 - Calidad en la atención al usuario.
- Fases de atención. Principios.
 - El profesional de la atención al usuario.
 - Obtención de información. Técnicas.
 - Costes de no dar calidad al usuario.
 - Fichero de usuario. Caracterización y uso.
 - Ley de protección de datos.
- Técnicas de comunicación.
- Elementos y tipos de comunicación.
 - Técnicas de comunicación eficaz.
 - Barreras que modifican la comunicación.
 - Tipos de lenguaje (oral, escrito, de la imagen, gráfico o visual, textual, gestual).
 - Características de la información. Precisión, rapidez, claridad, exactitud entre otras.
- Habilidades personales y sociales que mejoran la comunicación interpersonal.
 - La conducta asertiva.
 - Habilidades comunicativas. Saber preguntar. La escucha activa. La empatía.
 - Calidad en atención al usuario.

Actividades de venta:

- Comportamientos de compra y venta.
 - El vendedor. Cualidades. Habilidades sociales.
- Metodología del conocimiento de los usuarios.
 - Plan de fidelización.
- Técnicas de venta.
 - La venta y los sistemas de venta.
 - El producto.
 - El precio.
- Fases de la venta.
 - Fase preventa, venta y postventa.
 - Fases psicológicas de la venta, atención, interés, deseo y acción (AIDA).
- Marketing interno y externo.
 - Actitudes del vendedor en la empresa.

- Plan de acción de la empresa.
Análisis del entorno externo e interno de la empresa.
Toma de decisiones y puesta en práctica del plan.
- Normativa y legislación nacional y autonómica relativa a productos parafarmacéuticos.

Organización de los productos de parafarmacia:

- El merchandising como técnica de marketing.
- Clasificación de los productos parafarmacéuticos.
- «Puntos calientes» y «puntos fríos» en el establecimiento-comercial.
Conceptos y objetivos.
Niveles del lineal.
Colocación de productos.
- Parámetros para colocación del surtido en niveles del lineal.
Situación de las secciones.
La circulación, el itinerario, velocidad de circulación y tiempo de permanencia.
- Tipos de empaquetado y embalaje.
- Etiquetas. Normativa y carácter de las etiquetas.
- Elementos publicitarios de apoyos.
- Informe comercial del vendedor.
Demandas de los usuarios.
- Sistemas de control de existencias.
Stock. Reposición de stock.
- Sistemas de protección antihurtos.

Atención de reclamaciones:

- El conflicto, la queja y la reclamación. Descripción y características.
Escucha activa al usuario.
Estilos de respuestas.
Estrategias para solucionar conflictos, la queja y la reclamación.
- Procedimientos para reclamar.
- Sistemas de información
- Legislación relativa a las reclamaciones.
- Indicadores para el control de calidad del establecimiento.
Establecimiento de objetivos. Interpretación y gestión de los indicadores.
Tipos de indicadores de control centralizados en el usuario. Gestión de los procesos.
Mejora continua.
Control de calidad del servicio.
- Registro manual y automatizado de documentos. Tramitación de documentación.
Control de calidad.
- Mejora del servicio prestado.

4.2 Temas transversales. Educación en valores

En el desarrollo de las clases los temas transversales que trataremos para el módulo de Disposición y venta de productos y las acciones que vamos a realizar serán:

- **Educación Moral y Cívica:** En el día a día, abogaremos por un comportamiento correcto que forme no sólo a profesionales, si no a personas con unos valores definidos.

Acciones: Realizaremos juegos de autoconocimiento y de conocimiento del grupo, de manera que los alumnos puedan ver tanto sus deficiencias como sus puntos positivos en el trato con otros.

- **Educación para la Democracia y la Participación Social:** el aula todos los alumnos deben aportar, es por lo que incidiremos en una participación colectiva, aprendiendo unos de otros.

Acciones: Dinámicas de grupo y debates sobre temas actuales.

- **Educación en los Derechos Humanos.**
- **Educación para la Paz y la No Violencia:** No generación de conflictos en el puesto de trabajo.
- **Educación para la Cooperación y la Resolución de Conflictos:** Que vean que ayudando todo es más fácil y también se aprende.

Acción: Fomento del trabajo en grupo.

- **Educación para la Solidaridad y Educación para el Desarrollo:**

Acción: Hacer ver a los alumnos que ser solidario nos puede beneficiar laboralmente, de manera que desarrollen experiencias que les sirvan en un futuro profesional.

- **Educación Ambiental:** Favorecer una conducta de cuidado del medio ambiente.

Acción: Tratar de utilizar lo menos posible fotocopias en clase y recibir los trabajos de los alumnos en soporte digital. Vigilar el uso y reciclado de los productos en el laboratorio.

- **Educación para la Salud:** Promover hábitos de vida saludable y deportiva. Educación y Prevención sobre drogodependencias. Educación del Consumidor y Usuario. Prevención de accidentes y Seguridad e Higiene Laboral.

- **Educación para la igualdad de oportunidades entre ambos sexos, Coeducación.**

Acciones: Pondremos ejemplos de profesionales del campo de la atención farmacéutica de ambos sexos, mostrándoles así que las salidas laborales son iguales tanto para mujeres y como para hombres.

- **Educación para el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación:** Que se haga un uso correcto de ellas.

Acciones: Serán de uso frecuente en las distintas unidades didácticas: uso de Internet para recabar información, uso de procesadores de texto, presentaciones con Power Point y bases de datos.

Siempre que se planeen actividades con ordenadores o Internet se tendrá prevista una actividad alternativa en caso de fallo en los sistemas informáticos.

- **Cultura Andaluza:** por estar en Andalucía se efectuarán referencias a distintos aspectos locales, comarcales, provinciales y regionales, con objeto de integrar el aprendizaje tecnológico-práctico del módulo con un mejor conocimiento de nuestra Comunidad Autónoma

4.3. Interdisciplinaridad

El módulo 0099 de Disposición y Venta posee unidades didácticas que pueden complementarse con otros módulos que se impartan el mismo año o que pueden servir de introducción a otros módulos que se vayan a impartir al año siguiente. Es el caso del módulo:

Módulo 0100: Oficina de Farmacia. Impartido en segundo curso

Por ello el profesorado se pondrá de acuerdo para tratar de evitar la repetición de conceptos quedando reflejados en la programación general de Departamento los acuerdos tomados.

También podemos considerar su relación con el módulo de “*Formación en Centros de Trabajo*” donde pondrán en práctica en un entorno de trabajo real los aprendizajes realizados en este y otros módulos profesionales que componen este Ciclo,

4.4. Secuenciación de contenidos y Temporalización

La secuenciación de los contenidos se adecúa a las capacidades de los alumnos/as y a sus conocimientos previos.

Los contenidos de este Módulo aparecen secuenciados en 13 unidades didácticas, de tipo temático, una *Unidad Inicial* y una *Unidad didáctica 0* en forma de cuadro en la página siguiente.

En la tabla se recoge también la **temporalización** que se va a emplear en el desarrollo de las distintas unidades didácticas, haciendo notar que esta temporalización es aproximada, y que puede ser modificada en función de factores que puedan ir surgiendo a lo largo del proceso de enseñanza-aprendizaje.

Este módulo tiene una duración de 96 horas al año con una distribución de 3 horas semanales agrupadas en bloques de 1 hora.

4.5. Desarrollo y Programación de unidades didácticas

UNIDADES DIDACTICAS	TEMPORALIZACIÓN
INICIAL	1h
0	15h
La comunicación	8h
Los consumidores, clientes y usuarios	7h
La atención al cliente	9h
La venta. Técnicas de venta	9h
Plan de acción empresarial. Plan de Marketing	7h
El Merchandising: exterior e interior de una OF	9h
Los productos: organización y colocación	8h
Embalaje y etiquetado de productos	9h
Las reclamaciones en la OF	7h
La calidad en el servicio. Indicadores	7h

La distribución por evaluaciones será la siguiente:

- 1ª Evaluación: Unidades Didácticas 1, 2, 3, 4,.
- 2ª Evaluación: Unidades Didácticas 5, 6 y 7
- 3ª Evaluación: Unidades Didácticas 8, 9 y 10

4.5. Desarrollo de las unidades didácticas

U.D. INICIAL

Presentación del grupo, información sobre como se van a desarrollar las clases, sobre programación e información sobre el material escolar que necesitarán utilizar durante el desarrollo del curso

académico, así como información sobre normativa del ciclo formativo y normas de funcionamiento del Centro Educativo.

U.D. 0

Conjunto de actividades relacionadas con la evaluación, tanto inicial, a lo largo del curso y evaluación final, así como a las actividades de cohesión de grupo, seguimiento del rendimiento del alumnado, incluyendo las horas de actividades de examen, recuperación y análisis de los resultados de las evaluaciones.

U.D. 1 La comunicación

Objetivos (resultados de aprendizaje)

- Reconoce los conceptos de información y comunicación.
- Identifica los distintos elementos de la comunicación.
- Diferencia los tipos de comunicación.
- Detecta barreras y errores en el proceso de comunicación.
- Describe y aplica procedimientos y protocolos de comunicación.
- Aplica los elementos comunicativos en la oficina de farmacia

Contenidos

- La información y comunicación.
- Los elementos de la comunicación.
- Proceso de comunicación.
- Tipos de comunicación.
- Barreras en la comunicación.
- Elementos comunicativos en la oficina de farmacia.

Actividades

- Identificación de los elementos que intervienen en el proceso de comunicación.
- Identificación de los factores que intervienen en la formación, recepción o transmisión de mensajes.
- Explicación de la finalidad de la comunicación.
- Conocimiento de los distintos tipos de comunicación oral.
- Dinámicas de grupo sobre comunicación.

Metodología.

Según apartado 5.2 de esta programación

Criterios de evaluación

- Se han identificado conceptos, elementos, barreras, factores modificadores y tipos de comunicación.
- Se han analizado los diferentes tipos de lenguaje, las técnicas y las estrategias para una buena comunicación.
- Se han definido las características de la información y el asesoramiento.

Recursos

Según apartado 5.3 de esta programación

Adaptación a la diversidad.

Según apartado 5.4.4 de esta programación

U.D. 2 Los consumidores, clientes y usuarios

Objetivos (resultados de aprendizaje)

- Reconoce las características que definen el perfil del cliente.
- Define los tipos de clientes.
- Conoce los tipos de compra.
- Analiza los factores que condicionan la compra.
- Maneja ficheros y bases de datos de clientes.
- Aplica técnicas de atención a usuarios en la OF

Contenidos

- Los clientes.
- Las características que definen el cliente.
- Los tipos de clientes.
- Ficheros de clientes y bases de datos.
- La compra y tipos de compras.

Actividades

- Distinción de las diferentes clases de necesidades que puede tener el consumidor.
- Conocimiento de las variables que influyen en el consumo, y como el consumo se modifica a través del marketing.
- Diferenciación de los distintos tipos de compradores.
- Valoración de las características de los consumidores de la zona.
- Manejo de ficheros y bases de datos de registro y gestión de clientes.

Metodología.

Según apartado 5.2 de esta programación

Criterios de evaluación

- Se ha analizado el comportamiento de diferentes tipos de usuarios.
- Se ha simulado la obtención de la información necesaria de posibles usuarios y en diferentes situaciones.
- Se han identificado la tipología del usuario, sus motivaciones y sus necesidades de compra.

Recursos

Según apartado 5.3 de esta programación

Adaptación a la diversidad.

Según apartado 5.4.4 de esta programación

U.D. 3 La atención al cliente

Objetivos (resultados de aprendizaje)

- Describe los principios básicos de la atención al cliente en la oficina de farmacia.
- Reconoce las diferentes fases de la atención al cliente.
- Aplica las pautas de conducta : empatía, entrevista, escucha activa, asertividad en la atención al cliente.
- Domina las actitudes positivas hacia los clientes.
- Conoce las técnicas de solución de problemas.

Contenidos

- La atención al cliente en la oficina de farmacia.
- Las habilidades comunicativas en la atención al cliente.
- La atención telefónica en la oficina de farmacia.

Prácticas y actividades

- Simulación de atención a diferentes tipos de clientes.
- Valoración de simulaciones identificando sus características, adecuación al cliente y factores que favorecen la satisfacción de los clientes.

Metodología.

Según apartado 5.2 de esta programación

Criterios de evaluación

- Se ha identificado el objetivo principal de la atención al cliente.
- Se han descrito las fases que componen la atención al usuario según el plan de acción definido.
- 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.
- Se han establecido las habilidades comunicativas a desarrollar para lograr una perfecta comunicación.
- Se han revisado las diferencias fundamentales entre una atención al cliente presencial y telefónica.

Recursos

Según apartado 5.3 de esta programación

Adaptación a la diversidad.

Según apartado 5.4.4 de esta programación

U.D. 4 La venta. Técnicas de venta

Objetivos (resultados de aprendizaje)

- Define aspectos básicos de la venta.
- Domina las cualidades que debe poseer un buen vendedor.
- Conoce los factores que condicionan la venta.
- Ejecuta actividades de venta de productos.
- Describe y aplica las fases de un proceso de venta.

Contenidos

- Define aspectos básicos de la venta.
- Domina las cualidades que debe poseer un buen vendedor.
- Conoce los factores que condicionan la venta.
- Ejecuta actividades de venta de productos.
- Describe y aplica las fases de un proceso de venta.

Actividades

- Búsqueda de métodos para conseguir una cartera de clientes.
- Preparación de prospección de ventas.
- Análisis del perfil del vendedor profesional.
- Análisis de las cualidades que se exigen a un vendedor.

- Realización de presentaciones y demostraciones de productos en el aula.
-

Metodología.

Según apartado 5.2 de esta programación

Criterios de evaluación

- Se han definido aspectos básicos de la venta.
- Se han analizado las cualidades y actitudes que debe desarrollar el vendedor hacia el usuario y la empresa (marketing interno).
- Se ha descrito la importancia del conocimiento por parte del vendedor de las características del producto.
- Se han desarrollado las fases del proceso de venta (captar la atención, provocar el interés, despertar el deseo, mover a la acción del usuario).

Recursos

Según apartado 5.3 de esta programación

Adaptación a la diversidad.

Según apartado 5.4.4 de esta programación

U.D. 5 Plan de acción empresarial. Plan de Marketing

Objetivos (resultados de aprendizaje)

- Define los pasos a seguir en un plan de acción empresarial.
- Reconoce los objetivos a conseguir con técnicas de marketing.
- Identifica las características que definen el marketing.
- Conoce aspectos claves en las técnicas de merchandising.

Contenidos

- El plan de acción de la empresa.
- Marketing. Plan de marketing.
 - Análisis del entorno.
 - Análisis de la empresa.
 - Sistema DAFO.
 - Estrategias de marketing.
 - Recursos.
 - Plan de acción.

Actividades

- Elaboración de un mapa conceptual sobre marketing.
- Elaboración de un esquema de etapas de plan de acción empresarial.
- Diseño de un plan de marketing.

Metodología.

Según apartado 5.2 de esta programación

Criterios de evaluación

- Se han determinado las líneas de actuación en la venta según el plan de acción establecido por la empresa.
- Se ha descrito el concepto de marketing y los elementos que lo integran.
- Se ha relacionado el concepto de marketing con la satisfacción de los deseos del consumidor.

Recursos

Según apartado 5.3 de esta programación

Adaptación a la diversidad.

Según apartado 5.4.4 de esta programación

U.D. 6 El Merchandising: exterior e interior de una OF

Objetivos (resultados de aprendizaje)

- Conoce los aspectos generales que caracterizan la imagen exterior e interior de la farmacia.
- Analiza los factores del entorno que condicionan la gestión en la oficina de farmacia.
- Describe los elementos que componen la fachada y el escaparate de la farmacia.
- Identifica los elementos claves en cuanto a mobiliario, espacios y circulación en la oficina de farmacia.

Contenidos

- El *merchandising* en la oficina de farmacia.
- El exterior de la oficina de farmacia.
- El interior de la oficina de farmacia

Actividades

- Valoración de las características del entorno geográfico, fachada y escaparate de distintas farmacias de la zona.
- Diseño de un escaparate siguiendo los puntos tratados.

- Diseño funcional del interior de una farmacia

Metodología.

Según apartado 5.2 de esta programación

Criterios de evaluación

- Se ha revisado el concepto de *merchandising* y sus tipos.
- Se han aplicado técnicas de *merchandising* en la oficina de farmacia.
- Se han descrito las características generales del exterior e interior de la farmacia.
- Se han analizado los factores relativos al entorno de emplazamiento de la oficina de farmacia.
- Se han aplicado técnicas de diseño de escaparates.
- Se han estudiado los diferentes espacios de la oficina de farmacia para una correcta distribución del mobiliario.

Recursos

Según apartado 5.3 de esta programación

Adaptación a la diversidad.

Según apartado 5.4.4 de esta programación

U.D. 7 Los productos: organización y colocación

Objetivos (resultados de aprendizaje)

- Conoce los productos de venta en una oficina de farmacia.
- Define las categorías de clasificación de productos.
- Identifica puntos calientes y fríos de la oficina de farmacia.
- Organiza los productos en el punto de venta.

Contenidos

- Tipos de productos.
- Organización y colocación de productos.
- Animación de la venta

Actividades

- Colocación y exposición de los distintos productos en islas y góndolas.
- Clasificación de productos y colocación en lineales.
- Planificación de la promoción de un producto, indicando temporalización, características y exposición.
- Estudio de la presentación de un producto para su introducción en el mercado.

Metodología.

Según apartado 5.2 de esta programación

Criterios de evaluación

- Se ha identificado la relación libre y personal que se establece entre usuario y productos expuestos según organización, colocación o decoración.
- Se han clasificado los productos de parafarmacia según su utilidad observando la normativa vigente.
- Se han establecido los parámetros físicos y comerciales que determinan la colocación (puntos calientes) del surtido (productos) en los niveles del lineal (mobiliario).
- Se ha valorado la importancia de reposición del stock de acuerdo con el procedimiento establecido por la empresa.
- Se han desarrollado procedimientos de etiquetaje y se han elaborado elementos publicitarios de apoyo para la información de los productos.

Recursos

Según apartado 5.3 de esta programación

Adaptación a la diversidad.

Según apartado 5.4.4 de esta programación

U.D. 8 Embalaje y etiquetado de productos

Objetivos (resultados de aprendizaje)

- Conoce características y funciones de los embalajes y envases.
- Identifica los distintos tipos de envases.
- Aplica técnicas de diseño de envases.

Contenidos

- Embalaje y envasado. Funciones.
- Los envases.
- Diseño de envases.
- El etiquetado.

Actividades

- Análisis de distintos tipos de envases identificando sus características.
- Diseño de un envase secundario de un producto parafarmacéutico.

Metodología.

Según apartado 5.2 de esta programación

Criterios de evaluación

- Se han identificado los tipos de embalaje y empaquetado según el producto.
- Se han descrito las características de los envases.
- Se ha valorado la imagen que quiere transmitir la empresa mediante el envase y el etiquetado.
- Se han desarrollado procedimientos de etiquetaje y se han elaborado elementos publicitarios de apoyo para la información sobre los productos.

Recursos

Según apartado 5.3 de esta programación

Adaptación a la diversidad.

Según apartado 5.4.4 de esta programación

U.D. 9 Las reclamaciones en la OF

Objetivos (resultados de aprendizaje)

- Describe las diferentes causas de una reclamación.
- Conoce la normativa relativa a quejas y reclamaciones.
- Identifica los derechos que tiene el consumidor de una oficina de farmacia
- Atiende reclamaciones presentadas por los usuarios.
- Reconoce y aplica criterios y procedimientos de actuación ante una reclamación.

Contenidos

- Las reclamaciones.
- Causas de reclamaciones.
- Procedimiento de actuación ante una queja.
- Normativa relativa a quejas y reclamaciones.

Actividades

- Revisión de la normativa estatal y autonómica que rige las reclamaciones al consumo.
- Identificación de los derechos de los consumidores y usuarios.
- Identificación de los aspectos básicos que regulan el empleo de las Hojas de Reclamaciones.

Metodología.

Según apartado 5.2 de esta programación

Criterios de evaluación

- 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.
- Se han desarrollado las técnicas que se utilizan para la resolución de conflictos y reclamaciones.
- Se han reconocido los aspectos de las reclamaciones en los que incide la legislación vigente.
- Se ha descrito el procedimiento para la presentación de reclamaciones.
- Se han identificado las alternativas al procedimiento, que pueden ser ofrecidas al usuario ante reclamaciones fácilmente subsanables.

Recursos

Según apartado 5.3 de esta programación

Adaptación a la diversidad.

Según apartado 5.4.4 de esta programación

U.D. 10 La calidad en el servicio. Indicadores

Objetivos (resultados de aprendizaje)

- Diferencia los distintos tipos de calidad.
- Aplica acciones de mejora del servicio de calidad.
- Conoce los diferentes sistemas de información y registro.
- Diseña programas de fidelización de clientes

Contenidos

- La calidad.
- Gestión de la calidad en la oficina de farmacia.
- Mejora de la calidad.
- Fidelización de clientes.

Actividades

- Análisis de los elementos fundamentales en la percepción y evaluación de la calidad por parte de los clientes de la zona.
- Revisión y análisis de la normativa de calidad.
- Diseño de un programa de mejora.
- Elaboración de un programa de fidelización de clientes.

Metodología.

Según apartado 5.2 de esta programación

Criterios de evaluación

- Se ha comprendido el concepto de calidad.
- 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.
- 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.
- Se ha establecido la información registrada del seguimiento postventa, de incidencias, de peticiones y de reclamaciones de usuarios como indicadores para mejorar la calidad del servicio prestada y aumentar la fidelización.

Recursos

Según apartado 5.3 de esta programación

Adaptación a la diversidad.

Según apartado 5.4.4 de esta programación

5. Metodología

5.1. Principios Metodológicos

Constituye el conjunto de normas y decisiones que se han de tomar para organizar de forma global la acción didáctica. En el caso de la Formación Profesional, estas decisiones han de adoptarse con la finalidad de contribuir al logro de los resultados de aprendizaje de este módulo, y orientadas siempre al aprendizaje significativo de los contenidos.

Esta programación se basará en los siguientes principios:

- 1 Partir del nivel de desarrollo del alumno/a, de sus conocimientos previos y sus capacidades, para así propiciar la construcción de aprendizajes significativos. Esto se conseguirá partiendo de la evaluación inicial que haremos al comienzo del curso y de cada unidad didáctica.
- 2 Favorecer la motivación por el aprendizaje, asegurándose de que los alumnos saben lo que hacen y por qué lo hacen (encontrarle sentido a la tarea),
- 3 Planteamiento metodológico flexible, adecuando las estrategias a cada alumno, atendiendo a la diversidad, estableciendo orientaciones de refuerzo y ampliación de contenidos.
- 4 Cambios preventivos, tratando de desarrollar en el alumno/a nuevas actitudes para adaptarse a los cambios del mercado laboral.
- 5 Enseñanza realista y funcional, partiendo siempre que sea posible de las experiencias que el alumno/a posee, e intentando proporcionarle oportunidades para poner en práctica los nuevos conocimientos adquiridos en el aula realizando prácticas de simulación y manejo de material original.
- 6 Aprendizaje cooperativo en grupos, fomentando el trabajo en equipo, facilitando la cooperación entre ellos/as y favoreciendo la relación entre iguales.

- 7 Procurar que el alumnado participe activamente en clase, propiciando el diálogo en clase a través de planteamiento de debates y exposiciones. Con ello se podrán detectar los errores que se vayan cometiendo, para así hacérselos ver y que ellos/as mismas se corrijan, posibilitando que realicen aprendizajes significativos por sí solos, haciéndoles capaces de “aprender a aprender”.
- 8 Realizar una evaluación formativa del proceso, y en función de los resultados (retroalimentación), modificar la intervención del profesor, aspectos organizativos, temporalización...

5.2. Estructura de Unidad Didáctica

Dependiendo de los contenidos incluidos, el desarrollo de cada unidad didáctica se estructurará en los siguientes aspectos:

- 1 Explicación por parte de la profesora de los contenidos teóricos de la unidad didáctica, ayudada de esquemas en la pizarra, presentaciones gráficas, y demás recursos audiovisuales e informáticos disponibles y adecuados. Las clases se seguirán con el libro de texto y/o con apuntes dados por el profesorado. Los alumnos/as se turnarán para realizar la lectura en voz alta de las unidades didácticas que se expliquen por el libro como medida para potenciar la **lectura**. Parte de los apuntes se dictarán con el objetivo de que **escriban**.
- 2 Trabajo de los alumnos/as de forma individual y/o en grupo en función de la actividad propuesta, bajo la supervisión del profesorado, que dirigirá, coordinará . controlará y corregirá el desarrollo de la actividad que se lleve a cabo, que será del tipo resolución de supuestos prácticos, cumplimentación de documentos, realización de prácticas, cuestionarios de aplicación, búsqueda y presentación de información, etc.
- 3 Realización de un cuaderno de actividades
- 4 Presentación y corrección en clase de las actividades realizadas, con el objetivo de corregir aprendizajes, aclarar conceptos y englobar y relacionar los conocimientos adquiridos.

5 Preguntas en clase. Se utilizarán a lo largo del desarrollo de todo el proceso de enseñanza-aprendizaje, con objeto de motivar la participación del alumnado, detección de errores, aclaración de dudas.

Las clases se impartirán en el laboratorio, en el aula taller o en alguna de las aulas polivalentes donde se dispone de mobiliario ,material, reactivos y equipos necesarios (entre otros, ordenadores) para poder realizar las actividades.

Las actividades propuestas se realizarán tanto de forma individual como en grupos pequeños, de 2 a 6 alumnos/as como máximo.

5.3 Materiales y recursos didácticos

Los recursos didácticos empleados se pretende que sean variados y diversos, de manera que faciliten el trabajo del alumno/a tanto individualmente como en grupo, y adecuados a la intencionalidad y requerimientos de la programación didáctica.

- 1 Libro “Disposición y venta de productos “de editorial McGraw-hill. Este libro se le ha recomendado al alumnado como libro de consulta.

- 2 Apuntes elaborados por el profesorado con el fin de completar los contenidos del libro..
- 3 Biblioteca de aula: con distinto material bibliográfico como libros de consulta, Legislación, Farmacopea, Catálogos de Parafarmacia, Formulario Nacional, revistas especializadas, etc.
- 4 Impresos: distintos modelos de documentos.
- 5 CD/videos con películas sobre los contenidos del módulo.
- 6 Presentaciones en power point, diapositivas, transparencias, presentaciones gráficas de material relacionado con los contenidos del Módulo.
- 7 Materiales aportados por los alumnos/as relacionados con los contenidos tratados en las distintas unidades didácticas.
- 8 Prensa diaria escrita, para la búsqueda de noticias que puedan ser de interés para el desarrollo del temario.
- 9 Pizarra, televisión y vídeo.
- 10 Material informático:
 - Ordenadores con acceso a Internet y provistos de programas de procesamiento de textos e imágenes, así como de programas específicos de Oficina de Farmacia
 - Ordenador conectado a proyector multimedia para explicaciones, presentaciones de trabajos y proyecciones de material audiovisual..

5.4. Actividades

Son el conjunto de ejercicios, cuestiones, problemas y trabajos de toda índole que llevarán a cabo los alumnos/as y la profesora con el objeto de que el alumnado llegue a dominar los contenidos seleccionados y alcancen los objetivos propuestos.

5.4.1 Actividades de inicio

Al comenzar el curso se realizará una prueba diagnóstica que consistirá en un cuestionario donde se plantearán preguntas generales sobre los aspectos que se van a tratar a lo largo del curso. Dada la naturaleza de las enseñanzas, muchas de ellas quedarán sin contestar, pues como hemos dicho, son temas nuevos para gran número de nuestro alumnos/as, pero servirán como introducción y presentación de los contenidos del Módulo en cuestión, con el fin de que los alumnos/as tenga una idea general del contenido de dicho Módulo.

Al comienzo de cada unidad didáctica se realizarán también con dos fines, indagar las ideas previas que sobre los contenidos propios de la unidad didáctica pose el alumnado y como motivación para nuevos aprendizajes. Para ello se utilizarán fundamentalmente cuestionarios y preguntas orales en clase, sin excluir otros métodos como debate sobre un tema relacionado, utilización de recortes de prensa que traten sobre el tema a desarrollar, presentación de videos con contenidos relacionados con la unidad didáctica y, en todo momento, aportaciones fundamentadas de los propios alumnos/as.

5.4.2 Actividades de desarrollo

A lo largo de cada unidad didáctica se podrán realizar actividades que permitan afianzar los conocimientos adquiridos, trabajar las destrezas y habilidades asociadas a la unidad didáctica así como procedimientos prácticos. Para ello se podrán proponer actividades como:

- 1 Exposición oral por parte de la profesora de los contenidos conceptuales y procedimentales.
- 2 Planteamiento, resolución y corrección supuestos prácticos de aplicación de los conceptos estudiados.

- 3 Cumplimentación de documentos relacionados con los contenidos y actividades (gráficas, cuaderno de actividades...)
- 4 Elaboración de trabajos de búsqueda y ampliación de aspectos relacionados con los temas tratados.
- 5 Exposiciones orales de trabajos realizados.
- 6 Presentación y corrección de los trabajos elaborados por el alumnado y de cualquier otra actividad realizada con objeto de corregir incoherencias y aclarar dudas y conceptos.
- 7 Charlas por personal especialista y visitas a establecimientos relacionados con la unidad didáctica.
- 8 Cumplimentación de cuestionarios relativos a la charla recibida o visita realizada.

Con las actividades propuestas se pretenden fomentar tanto el trabajo individual como en equipo, procurando en todo momento la participación activa del alumnado, el trabajo entre iguales y el manejo de diferentes fuentes de información, no sólo informática sino también bibliográfica y del mundo real.

5.4.3. Actividades de cierre

Al final de cada unidad didáctica, con el fin de que el alumno/a obtenga una visión de conjunto de los contenidos tratados, a la vez que le sirva de repaso general, relacionar conceptos y globalizarlos, se podrán realizar actividades del tipo:

- 1 Elaboración de esquemas y resúmenes de los contenidos tratados.
- 2 Elaboración de mapas conceptuales, para ver relaciones entre conceptos estudiados.
- 3 Cuestionarios de preguntas sobre los contenidos desarrollados. Estos pueden ser los mismos que los utilizados como actividad inicial. De esta forma se podrá observar el aprovechamiento y progreso en el aprendizaje del alumno/a.

5.4.4. Actividades de refuerzo y ampliación

Dada la diversidad natural del alumnado, nos podremos encontrar diferentes ritmos de aprendizaje, así como diferentes dificultades a las que se pueden enfrentar los alumnos/as. Para ayudar a superarlas se plantearán **actividades de refuerzo**, del mismo tipo que las enumeradas en el apartado de actividades de desarrollo y cierre, pero adaptadas a las dificultades encontradas o se plantearán nuevos tipos de actividades que permitan superar estas dificultades.

De la misma forma, para los alumnos/as que avancen más deprisa en la realización y comprensión de las actividades propuestas se plantearán **actividades de ampliación** de aquellos aspectos que hayan despertado su interés. En este caso se incluirán actividades de investigación que amplíen aspectos de los temas tratados o los completen, bien a indicación del profesorado o bien a propuesta de los propios alumnos, planteamiento de problemas o supuestos de mayor dificultad... y todas aquellas que se consideren oportunas.

5.4.5. Actividades complementarias y extraescolares

Sería interesante para el alumnado que realizara visitas a distintas Oficinas de Farmacia con el fin de complementar determinados conceptos del módulo de Disposición y Venta de Productos.

Actividad Complementaria	Fecha
Concurso de escaparates de Oficinas de	Abril

Farmacia	
----------	--

6. Evaluación

La evaluación debe responder al qué, cómo y cuándo evaluar. Así, en función de la finalidad y el momento de la evaluación hablamos de evaluación diagnóstica o inicial, formativa o continua y sumativa o final, lo que nos permite conocer el punto del que partimos y los progresos conseguidos, dando una nota global que refleje el resultado del proceso de aprendizaje. Además, la evaluación debe ser global e integradora, y debe constituir un instrumento de acción pedagógica que contribuya a la mejora del proceso educativo del alumno/a y del proceso de enseñanza del profesor, para lo cual deberemos establecer unos criterios que sirvan de guía y unos instrumentos por medio de los cuales llevaremos a cabo la evaluación, respondiendo así a las cuestiones, de qué y cómo evaluar.

La evaluación la realizará el profesorado que imparte el módulo, teniendo como referencia los resultados de aprendizaje, criterios de evaluación, contenidos de cada módulo, competencias y objetivos generales del Ciclo

6.1. Evaluación del proceso de aprendizaje

6.1.1 Técnicas e instrumentos de evaluación

Deberán emplearse técnicas variadas, que permitan evaluar de manera eficaz los distintos tipos de contenidos, y ser aplicadas a lo largo de todo el proceso de evaluación, como son:

1. Cuaderno o fichas del profesor: Donde se recogerá información de forma continua sobre asistencia, grado de realización de las tareas propuestas, anotando notas de exámenes, corrección de trabajos individuales o en grupo, valoración del aprovechamiento de la charla recibida o de la visita realizada, valoración de actividades y casos prácticos, valoración de las exposiciones, anotaciones sobre contenidos teóricos y prácticos, así como cualquier circunstancia que pueda influir en el rendimiento del alumno y cualquier dato que pueda ser significativo.
2. Para la valoración de los contenidos teóricos se realizarán pruebas escritas parciales, de manera que en cada evaluación se realizarán una o varias de estas pruebas que incluirán una o más unidades didácticas dependiendo de la extensión de la unidad didáctica.

El superar con 5 o más puntos sobre 10 cada prueba parcial, da derecho a la eliminación de la materia contenida en esa prueba para el examen de evaluación. De esta forma un alumno/a que vaya superando con calificaciones de 5 o más las diferentes pruebas parciales, sólo tendrá que examinarse en el examen de evaluación de la materia que se haya impartido desde la realización de la última prueba parcial. Además, los alumnos/as que hayan obtenido calificaciones inferiores a 5 puntos en alguna de estas pruebas parciales, o bien no se hayan presentado a las mismas, tienen la posibilidad de recuperarlas en el examen de evaluación.

Para aquellos alumnos/as que no superen alguna de las evaluaciones, la recuperación se llevará a cabo a principios de la evaluación siguiente, con la excepción de la tercera evaluación cuya recuperación se realizará a la semana siguiente de la entrega de notas.

Las pruebas realizadas, tanto parciales como de evaluación, podrán incluir cuestiones teóricas, supuestos prácticos, test de respuesta múltiple sobre contenidos teóricos y prácticos, desarrollo de un tema, identificación de material y consignación de datos en fichas y documentos farmacéuticos.

Se valorará el cuaderno de actividades, así como las actividades y trabajos realizados.

Las fechas para la realización de las distintas pruebas y exámenes se decidirán de forma democrática con la participación de todo el alumnado presente en el momento de la elección. Una vez fijada una fecha, no se cambiará si no hay un motivo justificado y todo el alumnado está de acuerdo y siempre a criterio del profesorado.

Si un alumno/a no puede presentarse a alguno de los exámenes parciales previstos, no se le realizará un examen individual posteriormente, sino que podrá examinarse de la materia correspondiente en el examen de evaluación fijado.

En cuanto a las faltas de asistencia se tendrá en cuenta lo recogido en el punto 9 del ROF sobre faltas de asistencia a clase: En el caso de que un alumno/a acumule un número de faltas injustificadas igual o superior a 18 h o un número de faltas justificadas igual o superior a 27 h dará lugar, a propuesta del profesorado del módulo, del equipo educativo o del tutor/a del grupo, a la pérdida del derecho a la evaluación continua.

Esta evaluación se recuperará en la evaluación final, aplicando el porcentaje de valoración que se indica en las programaciones de los distintos módulos y valorándose como negativos los instrumentos de observación directa.

La pérdida de evaluación continua supone que se perderá el derecho a examinarse en los exámenes de evaluación parcial teniendo que realizar un examen de evaluación final específico que será distinto al del resto de sus compañeros.

El sistema de evaluación específico para estos alumnos/as será el siguiente:

- 1- Examen escrito teórico de todos los contenidos reflejados en la programación con la aplicación del tanto por ciento correspondiente.
- 2- Elaboración del cuaderno de actividades.
- 3- Realización de trabajos.

6.1.2. Garantías de objetividad

- Los alumnos/as serán informados sobre los instrumentos y criterios de evaluación.
- Los alumnos/as estarán informados en todo momento respecto a cuando serán la realización de las pruebas y en lo referente a los contenidos que estas abarcarán.
- Las pruebas se devolverán momentáneamente al alumno/a una vez corregidas, puntuadas y comentadas para que este compruebe sus errores. Una vez comentados los errores los alumnos/as devolverán las pruebas al profesor/a que los guardará en el Departamento el plazo reglamentario. Los alumnos tendrán también derecho a revisar su prueba junto con la profesora de forma individual. Los cuadernos y trabajos serán revisados y puntuados por la profesora y devueltos a los alumnos.
- los alumnos/as tendrán derecho a reclamar en caso de duda o error de calificación siguiendo el procedimiento que para ello se tiene establecido

6.1.3. Sistema de calificación

Las pruebas escritas se valorarán de 0 a 10 siendo necesario obtener un 5 para aprobar.

Para poder ser calificado en prácticas debe tener realizadas un 80% del total de las actividades que se hayan llevado a cabo hasta el momento en que se evalúe.

Para la obtención de la nota final del alumno/a se aplicarán los porcentajes recogidos en la siguiente tabla:

Instrumentos	Valoración (%)
Pruebas escritas	80
-Trabajo en clase. -Realización de las actividades. -Realización de trabajos propuestos. -Cuaderno de actividades. -Asistencia y aprovechamiento de actividades complementarias y extraescolares.	15
Observación directa (interés, predisposición, participación en clase, destreza, responsabilidad, capacidad de adaptación, buen comportamiento, respeto por alumnado y profesorado, etc)	5

Para obtener una calificación positiva, los alumnos/as deberán mostrar un dominio global de la materia: para ello será necesario que obtenga un 5 sobre 10 como mínimo en cada uno de los tres apartados, si no es así el alumno tendrá la evaluación suspensa.

6.1.4. Sistema de recuperación

Para aquellos alumnos/as que no superen alguna de las evaluaciones, la recuperación se llevará a principios de la evaluación siguiente, con la excepción de la recuperación de la tercera evaluación que se realizará a la semana siguiente de la entrega de notas de la tercera evaluación.

Los alumnos/as que, a pesar de este proceso de recuperación sigan sin superar alguna de las evaluaciones irán a la evaluación final con la evaluación suspensa, siendo obligatoria la asistencia a clase hasta la realización del examen. En este periodo de recuperación se valorará una actitud positiva de superación de las deficiencias detectadas, la asistencia a las clases extraordinarias, la realización de las actividades propuestas, y la presentación en tiempo y forma adecuada de los trabajos que deba realizar, así como otros aspectos que se consideren oportunos.

En el caso de aquellos alumno/as que deseen **subir nota**, se les hará un **examen específico**, que comprenderá toda la materia. Este examen será un compendio de todas las pruebas realizadas .

A esta convocatoria también deberán acudir todos aquellos alumnos y alumnas que hayan perdido el derecho de evaluación continua siendo indispensable la presentación de los trabajos y actividades realizadas por el resto de los compañeros/as durante el curso.

6.2. Evaluación del proceso de enseñanza

La evaluación no sería completa si no se incluyera la evaluación de práctica del docente. Se analizará si la metodología empleada y las actividades planteadas han sido las adecuadas por medio de la **observación directa** del trabajo de los alumnos/as y las dificultades que se hayan encontrado. De igual modo, se podrá saber si los objetivos y contenidos planteados han sido adecuados para ellos/as. Así, se podrán introducir cambios o correcciones durante el desarrollo del trabajo de la unidad didáctica sin esperar a que la hayamos finalizado.

Además, durante el proceso de enseñanza-aprendizaje, se le pedirá explícitamente a los alumnos/as una vez terminada la unidad didáctica, mediante el **diálogo en clase**, qué parte ha resultado más difícil, cual más interesante y útil y si el tiempo les ha parecido suficiente. Finalmente, al concluir cada trimestre se pasará un **cuestionario** donde se les preguntará por el trabajo del docente, si han entendido las explicaciones, cuando la actuación ha sido más dinámica y cuando les ha resultado más difícil mantener la atención en el trabajo o explicaciones, también expondrá las dificultades encontradas durante el desarrollo de las actividades del trimestre y de los exámenes y controles, así como realizará una valoración de su propio trabajo.

7. Atención al alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo (Atención a la diversidad)

Durante el proceso de enseñanza-aprendizaje podemos encontrarnos con alumnos/as con distinto ritmo de aprendizaje. Esto se ha tenido en cuenta programando en cada unidad didáctica actividades de refuerzo y de ampliación para ser realizadas en lugar de o junto a las actividades de desarrollo de cada unidad didáctica.

El **alumnado con un ritmo más lento de aprendizaje**, se atenderá a través de las actividades de refuerzo, insistiendo básicamente en los contenidos mínimos, planteando actividades que incidan precisamente en los conceptos básicos, modificando la metodología, materiales y agrupamientos para que así alcancen los objetivos propuestos.

En el caso del **alumnado con un ritmo más acelerado** se organizarán actividades que impliquen una mayor elaboración y profundización de los contenidos seleccionados, en las que pueda poner en juego su creatividad, aumentar su motivación, su capacidad cognitiva, así como su autoestima.

A pesar de estas medidas, puede ocurrir que algunos alumnos/as no superen los objetivos mínimos establecidos para el módulo. Para ellos/as se establecerá un **periodo extraordinario de recuperación** durante el mes de **Junio**, donde se planificarán individualmente las actividades de recuperación en función de los aspectos responsables de la nota negativa del módulo: repaso de contenidos teóricos, realización de ejercicios de aplicación y supuestos prácticos, realización de esquemas o resúmenes para ayudar al estudio, repetición actividades y trabajos o realización de aquellas que le falten.

En este periodo de recuperación se valorará una actitud positiva de superación de las deficiencias detectadas, la asistencia a las clases extraordinarias, la realización de las actividades y trabajos propuestos y la presentación en tiempo y forma adecuada de los trabajos que deba realizar, así como otros aspectos que se consideren oportunos.

Para atender estas necesidades educativas de apoyo se contará con la colaboración del departamento de orientación.

8. Bibliografía

- Disposición y Venta de Productos. Monserrat Chao Millor y Sabel Fernández Vila. Ed. McGraw-Hill.
- Disposición y Venta de productos Tocino, Recasens, Torralba, Giménez. Ed. Altamar 2010
- Marketing Farmacéutico D. Frías Pirámide, ESIC 2007
- Marketing y Venta en la Oficina de Farmacia A. Merinero Díaz de Santos 1997
- Además de todos los libros de consulta de que dispone el departamento y que están recogidos en el inventario de libros.
- Páginas web como www.mhe.es/cf/sanidad, portalfarma.com, Farma.com, acofarma.com, farmacia.org, roigfarma.com, etc

9. Prueba inicial Disposición y Venta de Productos

NOMBRE:

FECHA:

1 - La oficina de farmacia es

- a* - Una empresa pública.
- b* - Una entidad de salud pública.
- c* - Una empresa parcialmente privada.
- d* - Un centro en el que se presta un servicio público de asistencia sanitaria.

2 - Las habilidades sociales son una serie de conductas mediante las cuales las personas, en sus relaciones interpersonales

- a* - Interpretan de manera adecuada los sentimientos, deseos y derechos de los demás.
- b* - Expresan de manera educada sus sentimientos, deseos y derechos.
- c* - Reclaman de manera clara sus derechos y resuelven satisfactoriamente para sus intereses sus conflictos con los demás.
- d* - Expresan de manera adecuada sus sentimientos, deseos y derechos y resuelven satisfactoriamente sus conflictos con los demás.

3 - Cuando hablamos de retroalimentación en un proceso comunicativo nos referimos a

- a* - La correcta transmisión de la información.
- b* - El uso de un mismo código por parte de emisor y receptor.

c - La respuesta del receptor. .

d - La interacción comunicativa entre emisor y receptor

4 - Es comunicación verbal

a - La sirena de una ambulancia.

b - El tono de una conversación.

c - Decir que “no” con el dedo.

d - Los horarios de la farmacia expuestos en un cartel.

5 - Es comunicación no verbal oral

a - Sonrisa.

b - Negar con la cabeza.

c - Cantar.

d - Risa.

6 - El precio de un producto fijado en función de la demanda de un producto según la época del año o del tipo de cliente, es un precio

a - Basado en la competencia.

b - Psicológico.

c - Por línea de productos.

d - Diferencial.

7 - Cuando se fija el precio en base en la competencia

a - Se realizará con todos los productos, sin distinción.

b - Siempre se pondrá un precio algo inferior al de la competencia.

c - Se hará con todos los productos de parafarmacia, ya que los de farmacia tienen los precios regulados.

d - Se hará en función del posicionamiento que tenga el establecimiento.

8 - La publicidad

a - Está totalmente prohibida en las farmacias.

b - Se hace exclusivamente para productos en promoción.

c - La hacen solo las empresas proveedoras.

d - En las oficinas de farmacia debe ser informativa.

9 - No es una característica de las promociones

a - Incluir un incentivo.

b - Tener carácter temporal.

c - Buscar resultados rápidos.

d - Buscar que los productos se vendan por sí mismos.

10 - En marketing entendemos como “valor” de un producto

a - El coste de ese producto.

b - El precio de ese producto menos su coste.

c - La capacidad de generar beneficios de ese producto.

d - La capacidad de satisfacer la necesidad de los clientes tiene el producto.

11 - Una de las siguientes características no corresponde a las técnicas de merchandising

a - Pretenden influir en los clientes provocando su compra.

b - Presentan los productos y su entorno de forma atractiva.

c - Intentan aumentar la rentabilidad del espacio.

d - Se aplican dentro y fuera del establecimiento.

12 - Al pasar por el escaparate, María ve la crema que usa habitualmente en promoción. Aún no la necesita pero entra y la compra. ¿Qué tipo de compra ha realizado?

a - Prevista modificada.

b - Impulsiva pura.

c - Prevista necesaria.

d - Impulsiva planificada.

13 - La aplicación de técnicas de merchandising en la oficina de farmacia la podemos organizar a partir de la combinación de diversas variables, entre las cuales no está

a - La elección y distribución del mobiliario en el espacio de que disponemos.

b - La disposición de los productos en el mobiliario.

c - La animación del entorno.

d - El precio de los productos.

14 - Señala la opción incorrecta respecto a lo que conviene hacer para cuantificar el margen del producto por unidad de superficie

a - Conviene calcularlo para todos los productos expuestos.

b - Permitirá seleccionar aquellos que ofrecen mejores resultados.

c - Podemos modificar la exposición sustituyendo los que den bajos resultados.

d - Debemos calcular el margen comercial mensual de cada producto por la superficie que ocupa.

15 - El margen total anual de un producto es

a - El coste unitario por el número de unidades vendidas en un año.

b - El coste neto por el número de unidades vendidas en un año.

c - El PVP menos el coste unitario, multiplicado por el número de unidades vendidas en un año.

d - El PVP menos el coste neto, multiplicado por el número de unidades vendidas en un año.

16 - Con un surtido amplio y poco profundo

a - Se cubren el máximo de necesidades y se ofrece un amplio rango de elección para cada necesidad.

b - Se cubren pocas necesidades pero con un amplio rango de elección dentro de éstas.

c - Se cubren pocas necesidades y con pocas posibilidades de elección.

d - Se cubre un amplio abanico de necesidades pero se limita la elección dentro de cada necesidad.

17 - La estrategia basada en la especialización en alguna sección determinada y la reducción de las referencias de otras secciones se llama

a - Mucha amplitud + mucha profundidad.

b - Mucha amplitud + poca profundidad.

c - Poca amplitud + poca profundidad.

d - Poca amplitud + mucha profundidad.

18 - Las reclamaciones de consumo no se presentan en

a - Oficinas municipales de consumidores.

b - Oficinas autonómicas de consumidores.

c - Asociaciones de consumidores.

d - Comisarías de Policía.

19 - En la Constitución Española se ordena a los poderes públicos que

a - Garanticen la defensa de los consumidores y usuarios.

b - Protejan su seguridad, salud e intereses económicos.

c - Promuevan la información y la educación de consumidores y usuarios.

d - Todas son correctas.

20 - Es falso respecto a la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios que

a - Recoge el derecho a la protección de la salud de los consumidores.

b - Recoge el derecho a reclamar, pero no el derecho a la indemnización y reparación de daños.

c - Regula las funciones de las Asociaciones de Consumidores.

d - Recoge el derecho a la educación para el consumo.