

MODULO: VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS (VCPA)			CURSO:	2ºGM
RA 1: Establece los precios de los productos alimentarios elaborados, analizando costes y beneficios			Ponderación	
Ce a	Se han identificado los tipos de costes existentes.		15	
Ce b	Se han determinado las variables que intervienen en el coste y en el beneficio.		15	
Ce c	Se han interpretado las fórmulas y conceptos de interés, descuento y márgenes comerciales.		15	
Ce d	Se han identificado los condicionantes de los precios de venta de los productos alimenticios.		15	
Ce e	Se ha realizado el escandallo del producto elaborado.		20	
Ce f	Se ha fijado el precio de un producto con un beneficio establecido.		10	
Ce g	Se han actualizado los precios a partir de la variación de los costes.		10	
RA 2: Aplica las técnicas de venta relacionándolas con los diferentes canales de comercialización.			Ponderación	
Ce a	Se han identificado las características de los productos, la imagen de marca y el posicionamiento de la empresa y de la competencia.		20	
Ce b	Se ha especificado la documentación necesaria de la operación de venta		20	
Ce c	Se han reconocido los sistemas de comunicación presencial y no presencial, aplicando las técnicas que facilitan la empatía con el cliente.		15	
Ce d	Se han reconocido las variables que intervienen en la conducta y motivación de la compra por parte del cliente.		15	
Ce e	Se ha identificado la tipología de cliente y sus necesidades de compra		15	
Ce f	Se han adaptado las técnicas de venta al medio de comunicación empleado (presencial, teléfono, Internet, televisión interactiva, telefonía móvil, correo postal, correo electrónico).		15	
RA 3: Realiza la operación de venta, justificando las fases y variables que intervienen.			Ponderación	
Ce a	Se han enumerado las fases de la operación de venta.		15	
Ce b	Se han descrito las variables que intervienen en el precio de venta.		15	
Ce c	Se ha calculado el interés de aplazamiento, las cuotas de pago y el precio de la operación según las condiciones del proceso pactado.		15	
Ce d	Se han calculado los descuentos, el precio de venta total y las ratios comerciales en función de las condiciones de pago e impuestos que gravan la operación de venta.		15	
Ce e	Se ha identificado y cumplimentado la documentación asociada al cobro y al pago.		15	
Ce f	Se ha descrito el proceso de anulación de operaciones de cobro.		15	
Ce g	Se ha reconocido el potencial de las nuevas tecnologías como elemento de consulta y apoyo.		10	
RA 4: Atiende al cliente, describiendo las técnicas de comunicación empleadas.			Ponderación	
Ce a	Se han descrito las variables que influyen en el proceso de atención al cliente.		15	
Ce b	Se ha descrito la forma y actitud en la atención y asesoramiento al cliente.		15	
Ce c	Se han explicado las técnicas de venta básicas para captar la atención, y despertar el interés en función del tipo de cliente.		15	
Ce d	Se han seleccionado los argumentos adecuados ante las objeciones planteadas por el cliente.		15	
Ce e	Se han analizado las estrategias para identificar la satisfacción del cliente.		15	
Ce f	Se han descrito las técnicas que potencian el vínculo con el cliente.		15	
Ce g	Se ha valorado el potencial de las nuevas tecnologías en la atención al cliente.		10	
RA 5: Resuelve quejas y reclamaciones, valorando sus implicaciones en la satisfacción del cliente.			Ponderación	
Ce a	Se han identificado las técnicas para prever conflictos.		10	
Ce b	Se han descrito las técnicas utilizadas para afrontar quejas y reclamaciones de los clientes.		15	

CRITERIOS DE EVALUACION DEL CICLO FORMATIVOS DE INDUSTRIAS
ALIMENTARIAS

CURSO 2021/2022



Ce c	Se ha reconocido el proceso que se debe seguir ante una reclamación.	15
Ce d	Se han identificado los elementos formales que contextualizan una reclamación.	15
Ce e	Se ha identificado la documentación asociada a las reclamaciones.	15
Ce f	Se han analizado las consecuencias de una reclamación no resuelta.	15
Ce g	Se ha valorado la importancia del servicio post-venta en los procesos comerciales.	15