

GUÍA DIDÁCTICA

MÓDULO FORMATIVO DISPOSICIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS (CFGM TÉCNICO EN FARMACIA Y PARAFARMACIA)

CURSO ACADÉMICO 2016-2017

1- IDENTIFICACIÓN DEL MÓDULO

Titulo: Técnico en Farmacia y Parafarmacia. ORDEN de 15 de octubre de 2009, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Farmacia y Parafarmacia. (BOJA)

Familia profesional: Sanidad.

Nivel: Formación Profesional de Grado Medio. Código: SANM01

Módulo profesional: DISPOSICIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS (Código 0099)

Duración: 96 horas

Profesor: Antonio Almagro Del Moral

2- OBJETIVOS GENERALES

Los objetivos generales que se corresponde con el módulo profesional DISPOSICIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS son:

d) Reconocer las características y la presentación de los productos farmacéuticos y parafarmacéuticos relacionándolos con sus aplicaciones para asistir en la dispensación de productos.

e) 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.

o) 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.

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

2.-COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES

La formación de este módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:

c) Realizar la venta de productos parafarmacéuticos, atendiendo las demandas e informando con claridad a los usuarios.

n) Apoyar psicológicamente a los usuarios, manteniendo discreción, y un trato cortés y de respeto.

ñ) Intervenir con prudencia y seguridad respetando las instrucciones de trabajo recibidas.

o) Seleccionar residuos y productos caducados para su eliminación de acuerdo con la normativa vigente.

p) Aplicar procedimientos de calidad y de prevención de riesgos laborales y ambientales, de acuerdo con lo establecido en los procesos de farmacia

3.-RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Aplica técnicas de atención a usuarios describiendo y aplicando procedimientos y protocolos de comunicación.

Criterios de evaluación:

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.

Criterios de evaluación:

- 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.

Criterios de evaluación:

- 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 han descrito los tipos de embalaje y empaquetado según el producto, las características del mismo y la imagen que quiere transmitir la empresa.

- 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.
- g) Se ha valorado la importancia de reposición del stock de acuerdo con el procedimiento establecido por la empresa.
- h) Se han analizado diferentes sistemas antihurto

4. Atiende reclamaciones presentadas por los usuarios reconociendo y aplicando criterios y procedimientos de actuación.

Criterios de evaluación:

- 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

3- CONTENIDOS

-Información y comunicación.Elementos y proceso de la comunicación.Tipos y barreras en la comunicación.Elementos comunicativos en la O.F.

-Los clientes: características y tipos.Los ficheros y bases de datos de los clientes.La compra: factores condicionantes y tipos.Derechos básicos del consumidor.

-Habilidades comunicativas y telefónicas en la atención al cliente de la O.F.

-La venta: factores y fases.El vendedor: cualidades.

-El plan de acción de la empresa. El marketing.Plan de marketing.

-El merchandising.El exterior e interior de la O.F.

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

- Embalaje y envasado.Funciones.Los envases y su diseño.El etiquetado.
- Las reclamaciones y sus causas.Procedimiento de actuación ante una queja.Normativa relativa a quejas y reclamaciones.
- La calidad y su mejora.Gestión de la calidad.Fidelización de los clientes.

Todos estos contenidos se desarrollan en el libro de la editorial Mc Graw Hill en las siguientes unidades didácticas:

- UD1 La comunicación.
- UD2 Los consumidores, clientes y usuarios.
- UD3 La atención al cliente.
- UD4 La venta. Técnicas de venta.
- UD5 Plan de acción empresarial. Plan de marketing.
- UD6 El merchandisin: exterior e interior de la oficina de farmacia..
- UD7 Los productos en la oficina de farmacia: organización y colocación.
- UD8 Embalaje y empaquetado de productos..
- UD9 Las reclamaciones en la oficina de farmacia.
- UD10 La calidad en el servicio. Indicadores de calidad.

A dividir, según horas lectivas, 3 unidades en dos de los trimestres académicos y en uno 4 unidades.

5- PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

La evaluación será continua, a lo largo del curso.

La asistencia a clase es obligatoria, teniéndose en cuenta su no cumplimiento repercutirá en la calificación final.

Con el fin de no interrumpir la buena marcha del curso se realizará una sola convocatoria de prueba escrita por trimestre, y una recuperación del 1º y 2º trimestre.

La nota final resultante será la media ponderada de cada evaluación

6.-CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Cada uno de estos apartados se valorará como sigue:

CONTENIDOS CONCEPTUALES: Resolver pruebas escritas .Estos contenidos supondrán un 80% de la calificación global.

CONTENIDOS PRÁCTICOS: Se plantearán supuestos prácticos del libro se valorará la capacidad de razonamiento y la integración global de los conocimientos adquiridos, se valorará con un 10%.

CONTENIDOS ACTITUDINALES: En este apartado se valorará asistencia y puntualidad, interés, respeto a las normas, regularidad en el trabajo, y participación activa en las actividades programadas. Estos contenidos tendrán una valoración del 10% del total.

Para las recuperaciones de los trimestres y la prueba final los criterios de calificación son 90% la prueba escrita y 10% cuaderno de clase con las actividades prácticas.

Para la nota final se hará una media ponderada.

- **ALUMNOS DE FP EN ALTERNANCIA.** Durante el **primer trimestre**, estos alumnos recibirán la FORMACIÓN INICIAL, que comprende conocimientos y conceptos necesarios para desarrollar en la empresa colaboradora además de aquellos que no recibirán en la misma, y que constituyen una visión global del módulo. Al finalizar esta formación, realizarán una prueba escrita cuya calificación, junto con la del trabajo diario y competencias desarrolladas, comprenderá la totalidad de la nota del primer trimestre. La prueba escrita deberá estar superada, al menos con un 4, para poder sumar la nota de los contenidos procedimentales y las competencias personales y sociales y poder considerarse aprobado el módulo y optar a la FP DUAL. Los porcentajes quedan como siguen:

- **Contenidos conceptuales 80% (prueba escrita)**
- **Contenidos procedimentales 10% (trabajo diario:** el cuaderno del alumnado, los ejercicios realizados en clase durante la evaluación correspondiente, preguntas tipo test, ejercicios propuestos por el profesor, manejo y uso de las TIC's)
- **Competencias personales y sociales 10% (PRESTA ATENCIÓN, TRABAJA, PARTICIPA, ASISTE y CUMPLE LAS NORMAS DE CONVIVENCIA, considerando siempre el cumplimiento REGULAR de los mismos).**

En el **segundo trimestre**, los alumnos aportarán el trabajo quincenal resumen de las actividades realizadas en la empresa que serán valoradas con el **50%** de la nota. El otro **50%** de la nota vendrá dada por la valoración del alumno obtenida en la empresa.

En el **tercer trimestre**, éstos aportarán quincenalmente, un resumen de las actividades realizadas en la empresa. La nota final del trimestre será al 50% la nota de la empresa y la nota del trabajo que entregarán quincenalmente, además de la nota de una entrevista con el profesor del módulo, responsable

de los conocimientos y competencias adquiridas por el alumno a lo largo del curso y de la evaluación del mismo. Los porcentajes quedan como siguen:

- **Nota de la empresa 50% (deberá resultar superada con un 5 como mínimo)**
- **Nota del trabajo quincenal entregado al centro 25%**
- **Nota de la entrevista en el centro 25%**

Al finalizar su periodo de formación en la empresa, los alumnos dispondrán de un periodo de formación en el centro que podrá ser usado para completar y/o complementar su formación, o para trabajar la recuperación del trimestre en caso de no haberlo superado, para lo cual se valorará el trabajo diario y pruebas relacionadas con las actividades realizadas a lo largo del curso y siempre que la nota de empresa sea igual o superior a 5.

7- SISTEMA DE RECUPERACIÓN DE EVALUACIONES PENDIENTES

Los alumnos que no superen alguna evaluación, podrán recuperar la primera o segunda evaluación durante el trimestre en curso, y la tercera evaluación se recuperará con la prueba final.

8- PRUEBA FINAL

A los alumnos que no superen el módulo en la convocatoria ordinaria de forma continua, deberán presentarse a una prueba final

9.- TUTORÍAS

Se establece una hora de tutoría individual para el alumnado. Lunes de 18 a 19 horas para cualquier tipo de dudas, previa cita con el profesor.

10.- FECHAS DE PRUEBAS PRÁCTICAS Y TEÓRICAS

1ª evaluación: Del 1 al 19 de diciembre de 2016

2ª evaluación: Del 20 de Febrero al 3 de marzo de 2017

3ª evaluación: Del 11 al 24 de mayo de 2017

11.- RECOMENDACIONES.

Es aconsejable, realizar un trabajo diario de estudio y repaso de los conceptos tratados en el aula.