PROYECTO CURRICULAR

Y

PROGRAMACIÓN DE AULA

**OPERACIONES ADMINISTRATIVAS DE COMPRAVENTA**

“Técnico en Gestión Administrativa”

Administración y Gestión

**Índice**

[1. INTRODUCCIÓN. Técnico en Gestión Administrativa 4](#_Toc112749942)

[1.1. Perfil profesional 4](#_Toc112749943)

[1.2. Competencia general 4](#_Toc112749944)

[1.3. Entorno profesional 4](#_Toc112749945)

[1.4. Marco normativo del ciclo 5](#_Toc112749946)

[2. OBJETIVOS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE 6](#_Toc112749947)

[2.1. Objetivos generales 6](#_Toc112749948)

[2.2. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación 7](#_Toc112749949)

[2.3. Duración del módulo 10](#_Toc112749950)

[3. UNIDADES DE COMPETENCIA Y COMPETENCIAS PROFESIONALES 11](#_Toc112749951)

[3.1. Unidades de competencia 11](#_Toc112749952)

[3.2. Competencias profesionales, personales y sociales 12](#_Toc112749953)

[4. CONTENIDOS BÁSICOS 14](#_Toc112749954)

[5. ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS 16](#_Toc112749955)

[6. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS 17](#_Toc112749956)

[7. PROGRAMACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN DE LAS UNIDADES DE TRABAJO 18](#_Toc112749957)

[8. TRANSVERSALES 19](#_Toc112749958)

[9. EVALUACIÓN GENERAL 20](#_Toc112749959)

[9.1. El proceso de evaluación 20](#_Toc112749960)

[9.2. Instrumentos de evaluación 21](#_Toc112749961)

[10. METODOLOGÍA Y COORDINACIÓN PEDAGÓGICA 24](#_Toc112749962)

[11. UNIDADES DE TRABAJO 26](#_Toc112749963)

[UNIDAD DE TRABAJO 1. La empresa y su departamento comercial 26](#_Toc112749964)

[UNIDAD DE TRABAJO 2. Los contratos de compraventa 28](#_Toc112749965)

[UNIDAD DE TRABAJO 3. Selección de proveedores 30](#_Toc112749966)

[UNIDAD DE TRABAJO 4. La factura 32](#_Toc112749967)

[UNIDAD DE TRABAJO 5. El IVA (I) 34](#_Toc112749968)

[UNIDAD DE TRABAJO 6. El IVA (II) 36](#_Toc112749969)

[UNIDAD DE TRABAJO 7. El pago al contado 38](#_Toc112749970)

[UNIDAD DE TRABAJO 8. El pago aplazado 40](#_Toc112749971)

[UNIDAD DE TRABAJO 9. Gestión de existencias 42](#_Toc112749972)

[UNIDAD DE TRABAJO 10. Valoración de existencias 44](#_Toc112749973)

# 11. UNIDADES DE TRABAJO

El libro *Operaciones Administrativas de Compraventa* se estructura en diez unidades de trabajo, que se desarrollan a continuación.

### UNIDAD DE TRABAJO 1. La empresa y su departamento comercial

**OBJETIVOS**

Al finalizar esta unidad, el alumnado debe ser capaz de:

* Definir el concepto de empresa y clasificarlas.
* Reconocer las funciones del departamento comercial y distinguir distintas formas de organización de este departamento.
* Reconocer los tipos de mercados, de clientes y de productos o servicios.
* Identificar los conceptos de precio de compra del producto, gastos, precio de venta, descuentos, interés comercial, recargos y márgenes comerciales.
* Clasificar los tipos de descuento más habituales.
* Reconocer y cuantificar los gastos de compra o venta.
* Determinar los métodos para calcular el precio final de venta y los precios unitarios.
* Valorar la importancia de la función comercial de la empresa.
* Diferenciar las formas más usuales de organización del departamento comercial.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Unidad didáctica 1: la empresa y su departamento comercial | | Temporalización: 6 horas | |
| **Contenido** | **Criterios de evaluación** | **Resultados de aprendizaje** | **Instrumentos de evaluación**  **Criterios de calificación** |
| 1. La empresa y sus objetivos    1. Concepto de empresa    2. Objetivos empresariales    3. Tipos de empresas 2. La organización en las empresas    1. Funciones en la empresa    2. Funciones dentro del departamento comercial    3. Organización del departamento comercial 3. El mercado 4. Las 4 P’s. El marketing mix    1. El concepto de marketing    2. El marketing mix 5. Determinación del precio    1. Coste de adquisición o de producción    2. Tipos de costes    3. Determinación del precio | * 1. Definir una empresa, así como sus elementos principales, tipos y objetivos.   2. Se han reconocido las formas de organización comercial.   3. Se han reconocido las funciones del departamento de ventas o comercial y las del de compras.   4. Se han reconocido los tipos de mercados, de clientes y de productos o servicios.   5. Se han identificado los conceptos de precio de compra del producto, gastos, precio de venta, descuentos, interés comercial, recargos y márgenes comerciales.   6. Se han clasificado los tipos de descuento más habituales.   7. Se han reconocido y cuantificado los gastos de compra o venta.   8. Se han identificado los métodos para calcular el precio final de venta y los precios unitarios. | Calcula precios de venta y compra y descuentos aplicando las normas y usos mercantiles y la legislación fiscal vigente. | Los que cada docente considere según su entender y conforme a su criterio de calificación:  1. Proyecto.  2. Exámenes conceptuales.  3. Prácticas: Determinación de precios de venta. Punto muerto. Análisis de variables del marketing.  4. Test de conocimientos teórico-prácticos.  5. Recogida de trabajos en grupo y/o exposiciones teórico-prácticas. |
| **Metodología** | | | |
| Participativa y colaborativa. Basada en el aprendizaje cooperativo, funcional y significativo. Se abordarán todas las actividades propuestas en el manual de Editex una vez vistos sus contenidos teóricos. Para ello se tendrá presente la siguiente secuencia de actividades:   * Actividades de iniciación: motivación y conocimientos previos y actividades basadas en ejemplos. * Actividades de desarrollo de contenidos. * Actividades finales de resumen de contenidos vistos. * Evaluación.   Cada tipo de actividad supondrá una organización grupal diferente, según el ritmo y desarrollo que cada profesor se encuentre. | | | |
| **Recursos TIC** | | | |
| Ordenadores con procesadores de texto, aplicaciones ofimáticas, de gestión empresarial y conexión a Internet. | | | |