

IES Salvador Allende

Curso 1º

CFGM Farmacia y Parafarmacia

Disposición y ventas de productos

Programación Curso 2009-2010

Índice

Introducción	2
1. Objetivos	2
2. Contenidos	2
3. Temporalización	3
4. Criterios de evaluación	4
5. Procedimientos de evaluación y criterios de calificación	6
6. Sistema de recuperación	6
7. Actividades de recuperación para alumnos con la materia pendiente	7
8. Recursos didácticos	7

INTRODUCCIÓN

Este módulo está incluido entre los que conforman el currículo del Primer curso del Ciclo de Grado Medio “Técnico en Farmacia y Parafarmacia” según el Real Decreto 1689/2007 del Ministerio de Educación y Ciencia así como el Decreto 13/2009 de la Consejería de Educación de la Comunidad de Madrid. Tiene una duración de 100 horas, distribuidas en 3 semanales a lo largo de tres trimestres.

1. OBJETIVOS

Las Unidades de Competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales relacionadas con este módulo son:

UC0363_2: Controlar los productos y materiales, la facturación y la documentación en establecimientos y servicios de farmacia.

UC0365_2: Asistir en la dispensación de productos sanitarios y parafarmacéuticos, informando a los usuarios sobre su utilización, bajo la supervisión del facultativo.

UC0368_2: Colaborar en la promoción, protección de la salud, prevención de enfermedades y educación sanitaria, bajo la supervisión del facultativo.

Y se conseguirán alcanzando los siguientes de entre los Objetivos Generales, recogidos en el Dec. 1689/2007 del MEC:

- 1) Reconocer las características y la presentación de los productos farmacéuticos y parafarmacéuticos relacionándolos con sus aplicaciones para asistir en su dispensación
- 2) Informar sobre la utilización adecuada del producto interpretando la información técnica suministrada para dispensar productos farmacéuticos y para parafarmacéuticos, atendiendo a las consultas e informando con claridad a los usuarios sobre las características y uso racional de los productos
- 3) Identificar situaciones de riesgo seleccionando informaciones recibidas del usuario para fomentar hábitos de vida saludables
- 4) Sensibilizar a los usuarios seleccionando la información, según sus necesidades, para fomentar hábitos de vida saludables para mantener o mejorar su salud y evitar la enfermedad
- 5) Valorar la diversidad de opiniones como fuente de enriquecimiento, reconociendo otras prácticas, ideas o creencias, para resolver problemas y tomar decisiones

Igualmente se pretende alcanzar las siguientes Competencias del título:

- 1) Realizar la venta de productos parafarmacéuticos, atendiendo las demandas e informando con claridad a los usuarios
- 2) Fomentar en los usuarios hábitos de vida saludable para mantener o mejorar su salud y evitar la enfermedad
- 3) Apoyar psicológicamente a los usuarios, manteniendo discreción y un trato cortés y de respeto
- 4) Intervenir con prudencia y seguridad respetando las instrucciones de trabajo recibidas
- 5) Seleccionar residuos y productos caducados para su eliminación de acuerdo con la normativa vigente
- 6) Participar de una forma activa en la vida económica, social y cultural, con una actitud crítica y responsable.

2. CONTENIDOS

Teniendo en cuenta lo establecido en el Decreto 13/2009 de la Comunidad de Madrid, los contenidos serán los siguientes, estructurados en varios bloques:

Bloque I: MARKETING Y MERCHANDISING

Unidad de Trabajo 1: MARKETING: Conceptos y Modalidades.(3 h)
U.T. 2: PLAN DE MARKETING. Fases de la elaboración del plan.(3h)
U.T. 3: Introducción al MERCHANDISING.(3 h)

Bloque II: ATENCIÓN AL USUARIO

U.T. 4: PRINCIPIOS BÁSICOS de la atención al usuario. Psicología del cliente.(3 h)
U.T. 5: Habilidades sociales en la atención al usuario (I): COMUNICACIÓN VERBAL. Escucha. Asertividad.(6 h)
U.T. 6: Habilidades sociales en la atención al usuario (II): COMUNICACIÓN NO VERBAL.(6 h)
U.T. 7: Compradores. CONSUMIDORES. Clientes. Conceptos. Tipología.(3 h)
U.T. 8: FIDELIZACIÓN de CLIENTES: Estrategias. Programas. Marketing Relacional.(6 h)

Bloque III: ACTIVIDADES DE VENTA

U.T. 9: Concepto de VENTA en la Oficina de Farmacia. Técnicas de venta.(3 h)
U.T. 10: FASES de la Venta-Consejo. Servicio postventa.(6 h)
U.T. 11: PUBLICIDAD en el punto de venta. PROMOCIONES.(6 h)

Bloque IV: ORGANIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DE PARAFARMACIA

U.T. 12: Análisis de la UBICACIÓN de la Oficina de Farmacia.(3 h)
U.T. 13: DISEÑO del PUNTO de VENTA. Circulación de clientes. Puntos “calientes” y “fríos”.(6 h)
U.T. 14: Análisis EXTERNO de la Oficina de Farmacia: Imagen, Fachada, Escaparate.(6 h)
U.T. 15: Análisis INTERNO de la Oficina de Farmacia: Lineales, Góndolas.(9 h)
U.T. 16: Estructura del SURTIDO. Gestión por categorías. Merchandising aplicado.(9h)

BLOQUE V: ATENCIÓN DE RECLAMACIONES

U.T. 17: TRATAMIENTO de Quejas y Reclamaciones. Procedimiento. Legislación.(3h)

U.T. 18: Indicadores de Control de Calidad. Sistema de Gestión de Incidencias.(3 h)

Los CONTENIDOS BÁSICOS que deben asimilar los alumnos son los siguientes:

* Respecto a los Conceptos teóricos:

- Explicar el concepto de Marketing y distinguir sus modalidades
- Reconocer y aplicar el concepto de Merchandising

* Respecto a Atención al usuario:

- Conocer las Habilidades Sociales que mejoran la comunicación interpersonal
- Aplicar diversas Técnicas de comunicación
- Reconocer y practicar diversas Fases de atención al usuario, información y asesoramiento
- Saber elaborar y utilizar un Fichero de usuarios
- Conocer y promover planes de Fidelización de clientes

* Respecto a las Actividades de Venta:

- Establecer y realizar las distintas Fases de la venta
- Aplicar un plan de acción de empresa y Técnicas de venta
- Llevar a cabo diversos sistemas de Promoción

* Respecto a la Organización de los productos de Parafarmacia:

- Reconocer y saber establecer “puntos calientes” y fríos” en una Oficina de Farmacia según sus características
- Colocar adecuadamente el Surtido y saber manejar los niveles de lineal.
- Realizar la gestión del surtido por Categorías

* Respecto a la Atención a Reclamaciones:

- Describir los diversos Procedimientos para reclamar
- Establecer Indicadores de Calidad del establecimiento

3. TEMPORALIZACIÓN

Según las fechas de Evaluación aprobadas en el Claustro de inicio de curso, la temporización sería la siguiente:

- Las U.T. 1 a U.T. 8 se evaluarán en la Primera Evaluación, es decir, los Bloques I y II completos.
- Las U.T. 9 a U.T. 13. se evaluarán en la Segunda Evaluación (Bloque III y parte del IV), aunque se comenzará a impartir la U.T. 14 durante el segundo trimestre.
- Las U.T.14 a U.T. 18 (resto de Bloque IV y el V) se impartirán y evaluarán en la Tercera Evaluación.

Se ha dejado tiempo para exámenes, recuperaciones, exposiciones de trabajos,... y actividades complementarias y extraescolares que se pudieran organizar.

4. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Para valorar si el alumno ha alcanzado cada uno de los resultados de aprendizaje correspondientes se tendrán en cuenta los siguientes criterios, establecidos en el R.D. 1689/2007:

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

Criterios:

- 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 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 personales y sociales a desarrollar para lograr una perfecta comunicación.
- Se han distinguido los elementos fundamentales para transmitir la imagen de la empresa como un departamento de atención al usuario.
- Se ha simulado la obtención de la información necesaria de posibles usuarios y en diferentes situaciones.
- Se ha analizado el comportamiento de diferentes tipos de usuarios.
- Se han definido las características de la información (inmediatez, precisión) y el asesoramiento (claridad, exactitud).
- Se han descrito las fases que componen la atención al usuario según el plan de acción definido.

Resultado 2: Ejecuta actividades de venta de productos parafarmacéuticos describiendo y aplicando las fases de un proceso de venta.

Criterios:

- Se han analizado las cualidades y actitudes que debe desarrollar el vendedor hacia el usuario y la empresa (marketing interno).
- Se han identificado la tipología del usuario, sus motivaciones y sus necesidades de compra.
- Se ha descrito la importancia del conocimiento por parte del vendedor de las características del producto.
- Se han determinado las líneas de actuación en la venta según el plan de acción establecido por la empresa.
- 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).
- Se ha relacionado el concepto de marketing con la satisfacción de los deseos del consumidor.
- 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.
- Se ha definido la importancia de mantener actualizado el fichero de usuarios para la aplicación del plan de fidelización.

Resultado 3: Organiza los productos de parafarmacia en el punto de venta, aplicando técnicas de merchandising.

Criterios:

- 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 han desarrollado procedimientos de etiquetaje y se han elaborado elementos publicitarios de apoyo para la información sobre los productos.
- Se ha valorado la importancia de reposición del stock de acuerdo con el procedimiento establecido por la empresa.
- Se han analizado diferentes sistemas antihurto.
- Se han descrito los tipos de embalaje y empaquetado según el producto, las características del mismo y la imagen que quiere transmitir la empresa.
- 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.

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

Criterios:

- 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.
- 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 posventa, de incidencias, de peticiones y de reclamaciones de usuarios como indicadores para mejorar la calidad del servicio prestado y aumentar la fidelización.

5. PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

La evaluación es continua puesto que los diversos conceptos y técnicas van siendo utilizados paulatinamente a medida que se aprenden. De todas formas, hay que valorar el trabajo realizado y el grado de consecución de los diversos objetivos del módulo.

Se tendrán en cuenta las actitudes, procedimientos y contenidos conceptuales; cada uno de estos apartados se valorará según la siguiente distribución:

- **CONTENIDOS CONCEPTUALES:** mediante la realización de diversos tipos de pruebas escritas (preguntas tipos test, verdadero/falso, preguntas cortas,...) relacionadas con los contenidos correspondientes a cada evaluación. Se realizará al menos una prueba de este tipo en cada evaluación. Supondrá un **35 %** de la nota de la evaluación y será imprescindible aprobarlos para superar la evaluación.

- **PROCEDIMIENTOS:** se realizará al menos una prueba (práctica ó escrita) de resolución de Supuestos Prácticos referidas a las técnicas realizadas durante la evaluación para determinar si han sido adecuadamente asimiladas. Supondrá el **35 %** de la nota de la evaluación.
Asimismo incluirá la realización y presentación de diversos trabajos (individuales o en grupo) propuestos a lo largo de la evaluación. Además se valorará la adecuada cumplimentación del Cuaderno de Trabajo citado en la Metodología didáctica. Todo ello supondrá un **20 %** de la nota de la evaluación. Quienes no hayan entregado los trabajos y el cuaderno a tiempo, realizados correctamente o subsanado los errores en el tiempo indicado, no podrán superar la evaluación.
- **ACTITUDES:** se valorará la asistencia, el orden, corrección, interés, grado de participación y colaboración, capacidad de organización, comportamiento, capacidad de trabajo en equipo, orden y limpieza en el aula, hábitos adecuados, cumplimiento de las normas, etc... Supondrá el **10%** del total de la nota.

Según el Reglamento de Régimen Interno, la asistencia a clase es obligatoria y un número de faltas no justificadas superior al 12,5% (13 h/curso; 5 h/ evaluación) del total de las horas lectivas supondrá la pérdida del derecho a la evaluación continua y la obligación de realizar pruebas globales; con faltas sin justificar que supongan un 6,25% (7 h/curso; 3 h/evaluación) del total de horas, se enviará un aviso de posible pérdida de evaluación continua.

6. SISTEMAS DE RECUPERACIÓN

RECUPERACIÓN DE EVALUACIONES:

Cuando un alumno no haya superado una evaluación tendrá la posibilidad de recuperarla realizando una prueba teórica y/o práctica de características similares a las realizadas anteriormente (la nota de recuperación será la resultante de valorar en un 80% la nota obtenida en dicha prueba y en un 20% la obtenida previamente y sumar ambos valores) de los contenidos conceptuales y/o los procedimentales no alcanzados. Además deberá presentar todos los trabajos y el Cuaderno correspondientes al periodo evaluado.

Los alumnos que hayan perdido el derecho a la evaluación continua realizarán una prueba similar a las llevadas a cabo a lo largo del curso por sus compañeros, correspondiente a cada una de las evaluaciones; asimismo deberán presentar todos los trabajos que éstos hayan realizado.

EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA:

En la convocatoria extraordinaria (Septiembre) los alumnos deberán realizar una prueba escrita y práctica de los contenidos correspondientes a las capacidades que no hayan alcanzado, sean contenidos conceptuales y/o supuestos prácticos.

7. ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN PARA LOS ALUMNOS CON MATERIAS PENDIENTES

Dado que es el primer año que se cursa este módulo, no hay alumnos con la materia pendiente.

8. RECURSOS DIDÁCTICOS

Para impartir la parte teórica de la asignatura, podemos contar con diverso material audiovisual: reproductor de vídeos, televisor, proyector de opacos, retroproyector, ordenador y videoprojector,... así como diversa bibliografía. Y se requiere contar con acceso a Internet, que se procurará conseguir lo antes posible.

Contaremos con un aula que hay que adaptar para introducir el mobiliario adecuado que simule, de la manera más real posible, una Oficina de Farmacia para desarrollar la parte práctica del módulo, así como reproducciones de los productos de parafarmacia con los que deben trabajar.