

# COMERCIALIZACIÓN Y LOGÍSTICA EN LA INDUSTRIA ALIMENTARIA.

PROFESORA: CRISTINA SANCHEZ PEÑA

## CRITERIOS DE EVALUACIÓN

<b>RA1.</b>	
<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>%</b>
a) Se han establecido las variables a considerar en el plan de abastecimiento de mercancías.	15
b) Se han utilizado los sistemas de cálculo de necesidades de aprovisionamiento a partir de los consumos.	10
c) Se han determinado las variables que intervienen en la realización de un inventario.	10
d) Se han evaluado las posibles causas de discordancia entre las existencias registradas y los recuentos realizados.	10
e) Se han descrito los procedimientos de gestión y control de existencias.	20
f) Se han establecido los sistemas de catalogación de productos para facilitar su localización	5
g) Se han identificado las variables que determinan el coste de almacenamiento.	2
h) Se han calculado los niveles de stock y sus índices de rotación	18
i) Se ha valorado la importancia de la logística en la optimización de los recursos	10
<b>RA2.</b>	
<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>%</b>
a) Se han descrito los procedimientos de control sobre materias primas, consumibles y productos terminados en la recepción y expedición.	7
b) Se han programado las fases del proceso de almacenamiento, identificando las tareas asociadas a cada puesto de trabajo	7
c) Se han identificado las diferentes zonas de un almacén y descrito sus características.	5
d) Se ha representado el flujo de productos para optimizar el espacio, tiempo y uso.	16
e) Se han determinado los datos e información que deben aparecer en rótulos y etiquetas de los productos	16
f) Se han reconocido los medios y procedimientos de manipulación en el almacenamiento de productos alimentarios, especificando las medidas de seguridad e higiene.	16
g) Se han determinado las condiciones ambientales para el almacenamiento de los productos	10
h) Se ha reconocido e interpretado la normativa sobre protección en el transporte de productos en la industria alimentaria.	14
i) Se ha identificado y especificado los tipos de embalajes asociados al medio de transporte	9
<b>RA3.</b>	
<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>%</b>
a) Se han identificado las etapas en un proceso de compraventa.	10
b) Se han identificado las técnicas de negociación en la compraventa de productos alimentarios.	20

c) Se ha interpretado la normativa mercantil que regula los contratos de compraventa	20
d) Se han reconocido los criterios para la selección de proveedores.	10
e) Se han descrito las funciones y aptitudes de un agente de ventas	10
f) Se han identificado y valorado las funciones del servicio postventa.	20
g) Se han descrito las técnicas de información y comunicación en la atención a proveedores	10

#### **RA4.**

<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>%</b>
a) Se han identificado y aplicado las técnicas de recogida de información en la investigación comercial.	14 %
b) Se han interpretado y valorado los resultados de la investigación comercial.	16 %
c) Se han reconocido productos y técnicas de la competencia.	9 %
d) Se han identificado los nuevos nichos de mercado.	9 %
e) Se han descrito los tipos, medios y soportes publicitarios y promocionales utilizados en la práctica comercial	8 %
f) Se han reconocido los objetivos generales de la publicidad y la promoción.	6 %
g) Se han definido las variables a controlar en las campañas publicitarias y promocionales.	9 %
h) Se ha diferenciado entre comprador y consumidor y su influencia en el diseño de la publicidad.	9 %
i) Se han identificado y explicado las técnicas de merchandising.	8 %
j) Se ha valorado la promoción y venta a través de canales especializados.	10 %

#### **RA5.**

<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>%</b>
a) Se han identificado las aplicaciones informáticas utilizadas en la gestión logística y comercia	12 %
b) Se han identificado los datos que deben figurar en un fichero de clientes y proveedores.	15 %
c) Se han utilizado las bases de datos para el archivo y manejo de la información procedente de los procesos de compraventa.	15 %
d) Se han integrado datos, textos y gráficos, presentando la información de acuerdo con formatos requeridos.	10 %
e) Se ha justificado la necesidad de conocer y utilizar mecanismos de protección de la información	14 %
f) Se ha reconocido la importancia de las páginas web corporativas para la competitividad empresarial.	14 %
g) Se ha valorado la relevancia de Internet y las nuevas tecnologías en la promoción y venta.	14 %
h) Se ha reconocido la importancia de la aplicación de las nuevas tecnologías en la imagen corporativa de la empresa.	6 %