



# Catálogo de Especialidades Formativas

## PROGRAMA FORMATIVO

### PSICOLOGÍA DE VENTAS EN PEQUEÑOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES

**Versión 1**

Septiembre 2025



## IDENTIFICACIÓN DE LA ESPECIALIDAD Y PARÁMETROS DEL CONTEXTO FORMATIVO

<b>Denominación de la especialidad:</b>	PSICOLOGÍA DE VENTAS EN PEQUEÑOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES
<b>Familia Profesional:</b>	COMERCIO Y MARKETING
<b>Área Profesional:</b>	COMPRAVENTA
<b>Código:</b>	COMT0107
<b>Nivel de cualificación profesional:</b>	2

### Objetivo general

Mejorar la interacción y efectividad en el proceso de venta mediante el análisis de roles y comportamientos, la aplicación de principios psicológicos, técnicas de comunicación y estrategias de venta personalizadas.

### Relación de módulos de formación

<b>Módulo 1</b>	Roles y comportamientos en la compraventa	30 horas
<b>Módulo 2</b>	Psicología aplicada a la venta	30 horas
<b>Módulo 3</b>	Comunicación efectiva en el proceso de compraventa	30 horas
<b>Módulo 4</b>	Técnicas de venta	30 horas
<b>Módulo 5</b>	Comprensión de los productos y de la clientela en la estrategia de venta	30 horas
<b>Módulo 6</b>	Marco jurídico y normativa comunitaria en el proceso de venta	30 horas

### Modalidades de impartición

**Presencial**

**Teleformación**

### Duración de la formación

**Duración total en cualquier modalidad de impartición** 180 horas

**Teleformación** Duración total de las tutorías presenciales: 0 horas

### Requisitos de acceso del alumnado

<b>Acreditaciones / titulaciones</b>	Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos: <ul style="list-style-type: none"><li>-Certificado de profesionalidad de nivel 1</li><li>-Título Profesional Básico (FP Básica)</li><li>-Título de Graduado en Educación Secundaria Obligatoria (ESO) o equivalente</li><li>-Título de Técnico (FP Grado medio) o equivalente</li><li>-Certificado de profesionalidad de nivel 2</li><li>-Haber superado la prueba de acceso a Ciclos Formativos de Grado Medio</li><li>-Haber superado cualquier prueba oficial de acceso a la universidad</li></ul>
--------------------------------------	--

<b>Acreditaciones / titulaciones</b>	
<b>Experiencia profesional</b>	No se requiere
<b>Modalidad de teleformación</b>	Además de lo indicado anteriormente, los participantes han de tener las destrezas suficientes para ser usuarios de la plataforma virtual en la que se apoya la acción formativa.

### Prescripciones de formadores y tutores

<b>Acreditación requerida</b>	<p>Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o Título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes, preferiblemente, en el ámbito de conocimiento de Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, marketing, comercio, contabilidad y turismo.</li> <li>- Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o el Título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes, preferiblemente, en el ámbito de conocimiento de Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, marketing, comercio, contabilidad y turismo.</li> <li>- Técnico Superior, preferiblemente de la familia profesional de Comercio y marketing.</li> <li>- Certificados de profesionalidad de nivel 3, preferiblemente de la familia profesional de Comercio y marketing.</li> </ul>
<b>Experiencia profesional mínima requerida</b>	Se requiere 1 año en el ámbito de Compraventa, en caso de disponer de formación. Se requieren 3 años en el ámbito de Compraventa, en caso de no disponer de formación.
<b>Competencia docente</b>	<p>Se requiere cumplir como mínimo con alguno de los siguientes requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Experiencia docente acreditable de, al menos, 150 horas, en los últimos 2 años, relacionada con la Familia Profesional de Comercio y Marketing.</li> <li>- Seis meses de experiencia docente en el sector o en su defecto, aportar una de las siguientes titulaciones: Máster del profesorado, Certificado de Aptitud Pedagógica (CAP), Certificado Profesional de Docencia de la Formación Profesional para el Empleo SSCE0110.</li> <li>- Titulaciones universitarias de Psicología/Pedagogía o Psicopedagogía, Máster universitario de Formación de formadores u otras acreditaciones oficiales equivalentes.</li> </ul>

<b>Modalidad de teleformación</b>	Además de cumplir con las prescripciones establecidas anteriormente, los tutores-formadores deben acreditar una formación, de al menos 30 horas, o experiencia, de al menos 60 horas, en esta modalidad y en la utilización de las tecnologías de la información y comunicación.
-----------------------------------	--

### Requisitos mínimos de espacios, instalaciones y equipamientos

<b>Espacios formativos</b>	<b>Superficie m<sup>2</sup> para 15 participantes</b>	<b>Incremento Superficie/participante (Máximo 30 participantes)</b>
Aula de gestión	45.0 m <sup>2</sup>	2.4 m <sup>2</sup> / participante

<b>Espacio formativo</b>	<b>Equipamiento</b>
Aula de gestión	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mesa y silla para el formador</li> <li>- Mesas y sillas para el alumnado</li> <li>- Material de aula</li> <li>- Pizarra</li> <li>- PC instalado en red con posibilidad de impresión de documentos, cañón con proyección e Internet para el formador</li> <li>- PCs instalados en red e Internet con posibilidad de impresión para los participantes</li> <li>- Software específico para el aprendizaje de cada acción formativa.</li> </ul> Software de gestión de marketing digital como HubSpot, SEMrush, Google Analytics, y Mailchimp o similares.

La superficie de los espacios e instalaciones estarán en función de su tipología y del número de participantes. Tendrán como mínimo los metros cuadrados que se indican para 15 participantes y el equipamiento suficiente para los mismos.

En el caso de que aumente el número de participantes, hasta un máximo de 30, la superficie de las aulas se incrementará proporcionalmente (según se indica en la tabla en lo relativo a m<sup>2</sup>/participante) y el equipamiento estará en consonancia con dicho aumento.

No debe interpretarse que los diversos espacios formativos identificados deban diferenciarse necesariamente mediante cerramientos.

Las instalaciones y equipamientos deberán cumplir con la normativa industrial e higiénico-sanitaria correspondiente y responderán a medidas de accesibilidad y seguridad de los participantes.

En el caso de que la formación se dirija a personas con discapacidad se realizarán las adaptaciones y los ajustes razonables para asegurar su participación en condiciones de igualdad.

### Aula virtual

## Características

- La impartición de la formación mediante aula virtual se ha de estructurar y organizar de forma que se garantice en todo momento que exista conectividad sincronizada entre las personas formadoras y el alumnado participante así como bidireccionalidad en las comunicaciones.
- Se deberá contar con un registro de conexiones generado por la aplicación del aula virtual en que se identifique, para cada acción formativa desarrollada a través de este medio, las personas participantes en el aula, así como sus fechas y tiempos de conexión.

Para impartir la formación en **modalidad de teleformación**, se ha de disponer del siguiente equipamiento.

### Plataforma de teleformación

La plataforma de teleformación que se utilice para impartir acciones formativas deberá alojar el material virtual de aprendizaje correspondiente, poseer capacidad suficiente para desarrollar el proceso de aprendizaje y gestionar y garantizar la formación del alumnado, permitiendo la interactividad y el trabajo cooperativo, y reunir los siguientes requisitos técnicos de infraestructura, software y servicios:

#### • Infraestructura:

Tener un rendimiento, entendido como número de alumnos que soporte la plataforma, velocidad de respuesta del servidor a los usuarios, y tiempo de carga de las páginas Web o de descarga de archivos, que permita:

- a) Soportar un número de alumnos equivalente al número total de participantes en las acciones formativas de formación profesional para el empleo que esté impartiendo el centro o entidad de formación, garantizando un hospedaje mínimo igual al total del alumnado de dichas acciones, considerando que el número máximo de alumnos por tutor es de 80 y un número de usuarios concurrentes del 40% de ese alumnado.
- b) Disponer de la capacidad de transferencia necesaria para que no se produzca efecto retardo en la comunicación audiovisual en tiempo real, debiendo tener el servidor en el que se aloja la plataforma un ancho de banda mínimo de 300 Mbs, suficiente en bajada y subida.

Estar en funcionamiento 24 horas al día, los 7 días de la semana.

#### • Software:

- Compatibilidad con el estándar SCORM y paquetes de contenidos IMS.
- Niveles de accesibilidad e interactividad de los contenidos disponibles mediante tecnologías web que como mínimo cumplan las prioridades 1 y 2 de la Norma UNE 139803:2012 o posteriores actualizaciones, según lo estipulado en el capítulo III del Real Decreto 1494/2007, de 12 de noviembre.
- El servidor de la plataforma de teleformación ha de cumplir con los requisitos establecidos en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, por lo que el responsable de dicha plataforma ha de identificar la localización física del servidor y el cumplimiento de lo establecido sobre transferencias internacionales de datos en los artículos 40 a 43 de la citada Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, así como, en lo que resulte de aplicación, en el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas respecto del tratamiento de datos personales y la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE.

- Compatibilidad tecnológica y posibilidades de integración con cualquier sistema operativo, base de datos, navegador de Internet de los más usuales o servidor web, debiendo ser posible utilizar las funciones de la plataforma con complementos (plug-in) y visualizadores compatibles. Si se requiriese la instalación adicional de algún soporte para funcionalidades avanzadas, la plataforma debe facilitar el acceso al mismo sin coste.
- Disponibilidad del servicio web de seguimiento (operativo y en funcionamiento) de las acciones formativas impartidas, conforme al modelo de datos y protocolo de transmisión establecidos en el anexo V de la Orden/TMS/369/2019, de 28 de marzo.

• **Servicios y soporte:**

- Sustentar el material virtual de aprendizaje de la especialidad formativa que a través de ella se imparta.
- Disponibilidad de un servicio de atención a usuarios que de soporte técnico y mantenga la infraestructura tecnológica y que, de forma estructurada y centralizada, atienda y resuelva las consultas e incidencias técnicas del alumnado. Las formas de establecer contacto con este servicio, que serán mediante teléfono y mensajería electrónica, tienen que estar disponibles para el alumnado desde el inicio hasta la finalización de la acción formativa, manteniendo un horario de funcionamiento de mañana y de tarde y un tiempo de demora en la respuesta no superior a 48 horas laborables.
- Personalización con la imagen institucional de la administración laboral correspondiente, con las pautas de imagen corporativa que se establezcan.

Con el objeto de gestionar, administrar, organizar, diseñar, impartir y evaluar acciones formativas a través de Internet, la plataforma de teleformación integrará las herramientas y recursos necesarios a tal fin, disponiendo, específicamente, de herramientas de:

- Comunicación, que permitan que cada alumno pueda interaccionar a través del navegador con el tutor-formador, el sistema y con los demás alumnos. Esta comunicación electrónica ha de llevarse a cabo mediante herramientas de comunicación síncronas (aula virtual, chat, pizarra electrónica) y asíncronas (correo electrónico, foro, calendario, tablón de anuncios, avisos). Será obligatorio que cada acción formativa en modalidad de teleformación disponga, como mínimo, de un servicio de mensajería, un foro y un chat.
- Colaboración, que permitan tanto el trabajo cooperativo entre los miembros de un grupo, como la gestión de grupos. Mediante tales herramientas ha de ser posible realizar operaciones de alta, modificación o borrado de grupos de alumnos, así como creación de «escenarios virtuales» para el trabajo cooperativo de los miembros de un grupo (directorios o «carpetas» para el intercambio de archivos, herramientas para la publicación de los contenidos, y foros o chats privados para los miembros de cada grupo).
- Administración, que permitan la gestión de usuarios (altas, modificaciones, borrado, gestión de la lista de clase, definición, asignación y gestión de permisos, perfiles y roles, autenticación y asignación de niveles de seguridad) y la gestión de acciones formativas.
- Gestión de contenidos, que posibiliten el almacenamiento y la gestión de archivos (visualizar archivos, organizarlos en carpetas –directorios- y subcarpetas, copiar, pegar, eliminar, comprimir, descargar o cargar archivos), la publicación organizada y selectiva de los contenidos de dichos archivos, y la creación de contenidos.

- Evaluación y control del progreso del alumnado, que permitan la creación, edición y realización de pruebas de evaluación y autoevaluación y de actividades y trabajos evaluables, su autocorrección o su corrección (con retroalimentación), su calificación, la asignación de puntuaciones y la ponderación de las mismas, el registro personalizado y la publicación de calificaciones, la visualización de información estadística sobre los resultados y el progreso de cada alumno y la obtención de informes de seguimiento.

### **Material virtual de aprendizaje:**

El material virtual de aprendizaje para el alumnado mediante el que se imparta la formación se concretará en el curso completo en formato multimedia (que mantenga una estructura y funcionalidad homogénea), debiendo ajustarse a todos los elementos de la programación (objetivos y resultados de aprendizaje) de este programa formativo que figura en el Catálogo de Especialidades Formativas y cuyo contenido cumpla estos requisitos:

- Como mínimo, ser el establecido en el citado programa formativo del Catálogo de Especialidades Formativas.
- Estar referido tanto a los objetivos como a los conocimientos/ capacidades cognitivas y prácticas, y habilidades de gestión, personales y sociales, de manera que en su conjunto permitan conseguir los resultados de aprendizaje previstos.
- Organizarse a través de índices, mapas, tablas de contenido, esquemas, epígrafes o titulares de fácil discriminación y secuenciarse pedagógicamente de tal manera que permiten su comprensión y retención.
- No ser meramente informativos, promoviendo su aplicación práctica a través de actividades de aprendizaje (autoevaluables o valoradas por el tutor-formador) relevantes para la adquisición de competencias, que sirvan para verificar el progreso del aprendizaje del alumnado, hacer un seguimiento de sus dificultades de aprendizaje y prestarle el apoyo adecuado.
- No ser exclusivamente textuales, incluyendo variados recursos (necesarios y relevantes), tanto estáticos como interactivos (imágenes, gráficos, audio, video, animaciones, enlaces, simulaciones, artículos, foro, chat, etc.). de forma periódica.
- Poder ser ampliados o complementados mediante diferentes recursos adicionales a los que el alumnado pueda acceder y consultar a voluntad.
- Dar lugar a resúmenes o síntesis y a glosarios que identifiquen y definan los términos o vocablos básicos, relevantes o claves para la comprensión de los aprendizajes.
- Evaluar su adquisición durante y a la finalización de la acción formativa a través de actividades de evaluación (ejercicios, preguntas, trabajos, problemas, casos, pruebas, etc.), que permitan medir el rendimiento o desempeño del alumnado.

### **Ocupaciones y puestos de trabajo relacionados**

- 52101034 ENCARGADOS DE TIENDA

- 53001012 COMERCIANTES PROPIETARIOS DE TIENDAS

- 58401013 TRABAJADORES PROPIETARIOS DE PEQUEÑOS ALOJAMIENTOS

### **Requisitos oficiales de las entidades o centros de formación**

Estar inscrito en el Registro de entidades de formación (Servicios Públicos de Empleo).

### **Centro Móvil**

Es posible impartir esta especialidad en centro móvil.

### MÓDULO DE FORMACIÓN 1: Roles y comportamientos en la compraventa

#### OBJETIVO

Analizar los roles y comportamientos de vendedores/as y compradores/as para mejorar la interacción y efectividad en el proceso de venta.

#### DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN:

30 horas

#### Teleformación:

Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE

---

##### Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Descripción e interpretación del papel de la persona comercial
  - Características del/la comercial exitoso/a
  - Ética y profesionalismo en ventas
  - Adaptación a diferentes tipos de clientes
- Descripción e interpretación de la figura de la persona compradora
  - Tipologías de compradores/as
  - Factores que influyen en la decisión de compra
  - Comportamiento postventa
- Análisis y explicación del proceso de compra y venta
  - Etapas del proceso de compra y venta en la negociación comercial
  - Ciclo de vida de la clientela
  - Estrategias para la fidelización del/la cliente/a
- Identificación y análisis de los factores psicológicos en la venta
  - Percepción y atención
  - Emociones y su impacto en la compra
  - Influencia social y cultural
- Diseño de técnicas de observación y análisis
  - Observación del comportamiento del/la cliente/a
  - Análisis de patrones de compra
  - Uso de herramientas de análisis

##### Habilidades de gestión, personales y sociales

- Responsabilidad en la aplicación de estrategias éticas y profesionales en ventas y en la promoción de relaciones comerciales de confianza.
- Curiosidad por explorar factores psicológicos como emociones e influencias sociales y por su impacto en el proceso de compra.
- Implicación con el diseño y aplicación de técnicas de observación y análisis.

### OBJETIVO

Identificar principios psicológicos para influir positivamente en el proceso de venta y mejorar la relación con el/la cliente/a.

### DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN:

30 horas

### Teleformación:

Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE

---

#### Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Conceptualización y análisis de la Teoría del Análisis Transaccional
  - Caracterización del análisis transaccional
  - Aplicación en ventas
- Interpretación de la acción sobre el otro
  - Técnicas de persuasión
  - Influencia y manipulación ética
  - Estrategias de negociación
- Explicación y aplicación del estudio de la motivación
  - Teorías de la motivación
  - Identificación de motivaciones del/la cliente/a
  - Técnicas para motivar la compra
- Descripción y análisis de la relación comprador-vendedor
  - Construcción de relaciones de confianza
  - Manejo de conflictos
  - Técnicas de cierre de ventas
- Interpretación y aplicación de la psicología del precio
  - Percepción del valor
  - Estrategias de fijación de precios
  - Impacto del precio en la decisión de compra

#### Habilidades de gestión, personales y sociales

- Espíritu crítico en la definición y el diseño de estrategias de negociación y cierre.
- Disposición y actitud hacia el autocontrol y manejo del estrés.
- Integración de habilidades para la construcción de relaciones y el manejo de conflictos.
- Compromiso con la aplicación de teorías psicológicas en ventas.

## **OBJETIVO**

Distinguir las diferentes técnicas de comunicación efectiva para mejorar la interacción con la clientela y aumentar las ventas.

## **DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN:**

30 horas

### **Teleformación:**

Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

## **RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

---

### **Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas**

- Descripción de nociones básicas de comunicación
  - Elementos de la comunicación
  - Barreras y facilitadores
  - Comunicación verbal y no verbal
- Identificación e interpretación de los principales elementos de la comunicación
  - Emisor, receptor y mensaje
  - Canales de comunicación
  - Feedback y su importancia
- Explicitación y análisis del proceso de la comunicación
  - Modelos de comunicación
  - Comunicación en el contexto de ventas
  - Técnicas para mejorar la comunicación
- Identificación de las dificultades en la comunicación y estrategias para superarlas
  - Identificación de barreras en la comunicación
  - Estrategias para superar las barreras en la comunicación
- Análisis y diseño de técnicas de comunicación efectiva
  - Escucha activa
  - Preguntas efectivas
  - Comunicación asertiva

### **Habilidades de gestión, personales y sociales**

- Atención al diseño de técnicas de comunicación efectiva, como la escucha activa y el uso de preguntas claras y estructuradas.
- Compromiso con la implementación de la comunicación asertiva.
- Rigor en el análisis de los elementos fundamentales de la comunicación, asegurando una interacción efectiva y fluida.

### OBJETIVO

Implementar técnicas de venta efectivas para diferentes contextos y tipos de productos.

### DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN:

30 horas

### Teleformación:

Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE

---

#### Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Análisis y diseño de técnicas de venta en tienda
  - Técnicas de merchandising
  - Merchandising y productos sostenibles en el proceso de venta
  - Organización del espacio de venta
  - Atención a la clientela en tienda
- Análisis y diseño de técnicas de venta en ferias y exposiciones
  - Preparación y planificación
  - Técnicas de presentación
  - Seguimiento post-evento
- Análisis y diseño de técnicas de venta de productos de consumo inmediato
  - Estrategias para productos de alta rotación
  - Técnicas de promoción
  - Gestión de inventarios
- Análisis y diseño de técnicas de venta de productos de consumo duradero
  - Estrategias para productos de larga duración
  - Técnicas de demostración
  - Servicio postventa
- Análisis y diseño de técnicas de venta online
  - Estrategias de e-commerce
  - Marketing digital
  - Atención a la clientela online

#### Habilidades de gestión, personales y sociales

- Compromiso con la planificación y ejecución de estrategias de venta.
- Disposición y actitud adaptativa y flexible.
- Hábito de persuasión respetuosa.

## **OBJETIVO**

Comparar, distinguir y analizar el producto y la clientela para personalizar y mejorar las estrategias de venta.

## **DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN:**

30 horas

### **Teleformación:**

Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

## **RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

---

### **Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas**

- Análisis y conocimiento del producto
  - Características y beneficios
  - Ciclo de vida del producto
  - Innovación y desarrollo de productos
  - Productos ecológicos en la estrategia de ventas
- Análisis y conocimiento del mercado
  - Segmentación de mercado
  - Posicionamiento del producto
  - Análisis de la competencia
- Análisis y conocimiento del/la cliente/a
  - Perfil del/la cliente/a ideal
  - Comportamiento del público consumidor
  - Técnicas de segmentación
- Descripción y aplicación de estudios cuantitativos y cualitativos
  - Métodos de investigación de mercado
  - Análisis de datos
  - Interpretación de resultados
- Análisis, definición y adaptación de la estrategia de venta
  - Personalización de la oferta
  - Técnicas de upselling y cross-selling
  - Evaluación y ajuste de estrategias

### **Habilidades de gestión, personales y sociales**

- Interés por el análisis y la segmentación del mercado.
- Integración de habilidades para el análisis crítico.
- Disposición y actitud adaptativas a diferentes perfiles de cliente.

## **OBJETIVO**

Analizar y aplicar la normativa contractual y comunitaria de compraventa, garantizando la protección de las personas compradoras, la resolución de conflictos y la fijación ética de precios, fomentando prácticas comerciales justas y responsables.

## **DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN:**

30 horas

### **Teleformación:**

Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

## **RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

---

### **Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas**

- Descripción y análisis del contrato de compraventa
  - Elementos del contrato
  - Derechos y obligaciones de las partes
  - Resolución de conflictos
- Delimitación y aplicación de la responsabilidad contractual
  - Responsabilidad del/la vendedor/a
  - Garantías y devoluciones
  - Protección del público consumidor
- Análisis de la normativa de protección de la persona compradora
  - Leyes de protección del público consumidor
  - Derechos de la persona compradora
  - Procedimientos de reclamación
- Análisis y aplicación de la reglamentación en materia de precios
  - Fijación de precios
  - Prácticas discriminatorias
  - Competencia desleal
- Descripción y análisis de la Normativa Comunitaria aplicable a la venta
  - Directivas europeas
  - Armonización legislativa
  - Impacto en la venta

### **Habilidades de gestión, personales y sociales**

- Rigor para el cumplimiento normativo y la gestión de riesgos.
- Disposición y actitud ética y responsable.
- Integración de habilidades de comunicación de términos legales al cliente.

## EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE EN LA ACCIÓN FORMATIVA

- La evaluación tendrá un carácter teórico-práctico y se realizará de forma sistemática y continua, durante el desarrollo de cada módulo y al final del curso.
- Puede incluir una evaluación inicial de carácter diagnóstico para detectar el nivel de partida del alumnado.
- La evaluación se llevará a cabo mediante los métodos e instrumentos más adecuados para comprobar los distintos resultados de aprendizaje, y que garanticen la fiabilidad y validez de la misma.
- Cada instrumento de evaluación se acompañará de su correspondiente sistema de corrección y puntuación en el que se explicita, de forma clara e inequívoca, los criterios de medida para evaluar los resultados alcanzados por los participantes.
- La puntuación final alcanzada se expresará en términos de Apto/ No Apto.