

**1. Identificación da programación**
**Centro educativo**

Código	Centro	Concello	Ano académico
15026376	Punta Candieira	Cedeira	2023/2024

**Ciclo formativo**

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
COM	Comercio e márketing	CMCOM01	Actividades comerciais	Ciclos formativos de grao medio	Réxime de adultos

**Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (\*)**

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesións semanais	Horas anuais	Sesións anuais
MP1231	Dinamización do punto de venda	2023/2024	4	160	192
MP1231_12	Organización da superficie comercial e merchandising	2023/2024	4	110	132
MP1231_22	Rotulación, cartelería e escaparatismo	2023/2024	4	50	60

(\*) No caso de que o módulo profesional estea organizado en unidades formativas de menor duración

**Profesorado responsable**

Profesorado asignado ao módulo	PEDRO COBO DOMÍNGUEZ
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión inspector

## 2. Concreción do currículo en relación coa súa adecuación ás características do ámbito produtivo

Este currículo toma como base o Decreto polo que se establece o currículo do ciclo formativo de grado medio correspondente ó título de técnico en Actividades Comerciais.

A Comarca de Ferrolterra dispoñen dun amplo catálogo de empresas que requiren o perfil de Técnico en Actividades Comerciais.

As persoas que cursan este ciclo aprenden a:

- Desenvolver actividades de distribución e comercialización de bens e/ou servizos
- Xestionar un pequeno establecemento comercial, aplicando as normas de calidade e seguridade establecidas e respectando a lexislación.

E poderán traballar en:

Calquera sector produtivo dentro da área de comercialización ou nas seccións de establecementos comerciais, realizando actividades de venda de produtos e/ou servizos a través de diversas canles de comercialización, ou ben realizando funcións de organización e xestión do seu propio comercio.

Trátase de traballadores e traballadoras por conta propia que xestionan un pequeno comercio ou unha tenda tradicional, ou por conta allea que exercen a súa actividade nos departamentos ou nas seccións de comercialización de calquera empresa ou organización, en diversos subsectores:

- En establecementos comerciais pequenos, medianos ou grandes, traballando por conta allea en diferentes seccións comerciais.
- Na comercialización de produtos e servizos por conta propia e allea, fóra do establecemento comercial.
- No departamento comercial de pequenas e medianas empresas (PME) e empresas industriais.
- No departamento de atención á clientela e ás persoas consumidoras e usuarias de organismos públicos.
- En empresas industriais e comerciais grandes e medianas.
- No sector do comercio polo miúdo.

As ocupacións e os postos de traballo máis salientables son:

Vendedor/ora; vendedor/ora técnico/a; representante comercial; orientador/ora comercial; promotor/ora; televendedor/ora; vendedor/ora a distancia; teleoperador/ora (en "call centers"); axente de información e atención á clientela; caixeiro/a ou repoñedor/ora; operador/ora de "contact centers"; administrador/ora de contidos en liña; comerciante de tenda; xerente de pequeno comercio; técnico/a en xestión de existencias e almacén; xefe/a de almacén; responsable de recepción de mercadorías; responsable de expedición de mercadorías; técnico/a en loxística de almacéns; técnico/a de información e atención á clientela en empresa

Esta programación foi elaborada tendo en conta as características das empresas e os sectores produtivos onde os nosos alumnos poden integrarse laboralmente. Como na bisbarra as empresas son de pequeno tamaño en xeral, a formación irá dedicada a este sector en particular.

**3. Relación de unidades didácticas que a integran, que contribuirán ao desenvolvemento do módulo profesional, xunto coa secuencia e o tempo asignado para o desenvolvemento de cada unha**

U.D.	Título	Descrición	Duración (sesións)	Peso (%)
1	Formación en empresa.	Formación curricular que se adquirirá na empresa.	58	30
2	organización da superficie comercial		22	11
3	colocación, exposición e reposición na zona de venda		20	10
4	determinación de accións promocionais		17	8
5	aplicación de métodos de control de accións de merchandising		15	7
6	Formación en empresa.	Formación curricular que se adquirirá na empresa.	26	16
7	Realización de publicidade no lugar de venda		18	10
8	Realizaación de escaparates e coidado de elementos exteriores		16	8

#### 4. Por cada unidade didáctica

##### 4.1.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
1	Formación en empresa.	58

##### 4.1.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Coloca, expón e repón os produtos na zona de venda, atendendo a criterios comerciais, a condicións de seguridade e á normativa	NO

##### 4.1.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA2.2 Estableceuse o número de referencias segundo características dos produtos, espazo dispoñible e tipo de lineal

##### 4.1.e) Contidos

Contidos
Sistemas de repartición e de reposición do lineal.
Tipos de exposicións do lineal.
Tempos de exposición.
Elección de referencias.
Limiar de supresión de referencias.

**4.2.a) Identificación da unidade didáctica**

N.º	Título da UD	Duración
2	organización da superficie comercial	22

**4.2.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan**

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Organiza a superficie comercial, aplicando técnicas de aproveitamento óptimo de espazos e criterios de seguridade e hixiene	SI

**4.2.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado**

Criterios de avaliación
CA1.1 Identifícanse os trámites oportunos para a obtención de licenzas e autorizacións de elementos externos na vía pública
CA1.2 Dispuxéronse os elementos da tenda, da moblaxe e de exposición, segundo as necesidades da superficie de venda
CA1.3 Determináronse as principais técnicas de merchandising que se utilizan na distribución dunha superficie de venda
CA1.4 Definíronse as características dunha zona fría e dunha zona quente nun establecemento comercial
CA1.5 Determináronse métodos para reducir barreiras psicolóxicas e físicas de acceso ao establecemento comercial
CA1.6 Descríbense as medidas que se aplican nos establecementos comerciais para conseguir que a circulación da clientela sexa fluída e poida permanecer o máximo tempo posible no interior
CA1.7 Descríbense os criterios que se utilizan na distribución lineal do solo por familia de produtos, explicando vantaxes e inconvenientes
CA1.8 Identificouse a normativa de seguridade e hixiene referida á distribución en planta dunha superficie comercial

**4.2.e) Contidos**

Contidos
Normativa e trámites administrativos na apertura e na implantación.
Recursos humanos e materiais no punto de venda.
Técnicas de merchandising.
Distribución dos corredores.
Implantación das seccións.
Comportamento da clientela no punto de venda.
Determinantes do comportamento da poboación consumidora. Condicionantes externos.
Zonas quentes e zonas frías.
Normativa aplicable ao deseño de espazos comerciais.

**4.3.a) Identificación da unidade didáctica**

N.º	Título da UD	Duración
3	colocación, exposición e reposición na zona de venda	20

**4.3.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan**

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Coloca, expón e repón os produtos na zona de venda, atendendo a criterios comerciais, a condicións de seguridade e á normativa	NO

**4.3.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado**

Criterios de avaliación
CA2.1 Delimitáronse as dimensións da variedade de produtos
CA2.3 Realizáronse simulacións de rotación dos produtos nos lineais dun establecemento comercial
CA2.4 Analizáronse os efectos que producen na poboación consumidora os modos de colocación de produtos nos lineais
CA2.5 Clasifícaronse os produtos en familias, consonte a normativa
CA2.6 Identifícaronse os parámetros físicos e comerciais que determinan a colocación dos produtos en diversos niveis, zonas do lineal e posicións
CA2.7 Interpretáronse planogramas de implantación e reposición de produtos no lineal
CA2.8 Realizouse a distribución e a colocación dos produtos no lineal, aplicando técnicas de merchandising

**4.3.e) Contidos**

Contidos
Estrutura e caracterización da variedade de produtos.
0Zonas e niveis do lineal.
Lineal óptimo e lineal mínimo.
Características técnicas, comerciais e psicolóxicas dos produtos.
Facings: regras de implantación.
Normativa.
Obxectivos, criterios de clasificación e tipos de variedade de produtos.
Métodos de determinación da variedade de produtos.
Amplitude da variedade de produtos: largura e profundidade.
Disposición da moblaxe.
Clasificación de produtos por familias, gamas, categorías, posicionamento, acondicionamento e codificación.
Definición e funcións do lineal.

**4.4.a) Identificación da unidade didáctica**

N.º	Título da UD	Duración
4	determinación de accións promocionais	17

**4.4.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan**

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA3 - Determina accións promocionais para rendibilizar os espazos de establecementos comerciais, aplicando técnicas para incentivar a venda, e para a captación e fidelización de clientela	SI

**4.4.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado**

Criterios de avaliación
CA3.1 Descríbense os medios promocionais que habitualmente se utilizan nun pequeno establecemento comercial
CA3.2 Enumeráronse as principais técnicas psicolóxicas que se aplican nunha acción promocional
CA3.3 Consideráronse as situacións susceptibles de introducir unha acción promocional
CA3.4 Programáronse, segundo as necesidades comerciais e o orzamento, as accións máis axeitadas
CA3.5 Seleccionouse a acción promocional máis axeitada para os obxectivos comerciais

**4.4.e) Contidos**

Contidos
Proceso de comunicación comercial: elementos básicos.
Execución das campañas.
Efectos psicolóxicos e sociolóxicos das promocións na poboación consumidora.
Normativa de seguridade e hixiene na realización de promocións de vendas.
Mix de comunicación: tipos e formas.
Políticas de comunicación.
Promocións de fábrica, de distribución e dirixidas á poboación consumidora.
Produtos gancho e produtos estrela.
Publicidade no lugar de venda.
Promoción de vendas.
Relacións públicas.
Elaboración de informes sobre política de comunicación utilizando aplicacións informáticas.

**4.5.a) Identificación da unidade didáctica**

N.º	Título da UD	Duración
5	aplicación de métodos de control de accións de merchandising	15

**4.5.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan**

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA4 - Aplica métodos de control de accións de merchandising e avalía os resultados obtidos	SI

**4.5.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado**

Criterios de avaliación
CA4.1 Estableceuse o procedemento de obtención do valor das razóns de control
CA4.2 Descríbense os instrumentos de medida que se utilizan para valorar a eficacia dunha acción promocional
CA4.3 Calculáronse as razóns que se utilizan para o control das accións de merchandising
CA4.4 Avaliouse a eficacia da acción promocional, utilizando as principais razóns que a cuantifican
CA4.5 Realizáronse informes onde se interpreten e se argumenten os resultados obtidos

**4.5.e) Contidos**

Contidos
Adecuación promocional ao establecemento e á planificación anual, mensual ou semanal.
Criterios de control das accións promocionais.
Razóns e índices económico-financeiros: marxe bruta, taxa de marca, existencias medias, rotación do existencias, rendibilidade bruta, etc.
Análise de resultados.
Razóns de control de eficacia de accións promocionais.
Aplicación de medidas correctoras.



**4.6.a) Identificación da unidade didáctica**

N.º	Título da UD	Duración
6	Formación en empresa.	26

**4.6.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan**

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Realiza os escaparates adecuados ás características esenciais dos establecementos e coida os elementos exteriores, aplicando técnicas profesionais	NO

**4.6.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado**

Criterios de avaliación
CA2.8 Montáronse escaparates con obxectivos comerciais diversos

**4.6.e) Contidos**

Contidos
Aspectos esenciais do escaparate.

**4.7.a) Identificación da unidade didáctica**

N.º	Título da UD	Duración
7	Realización de publicidade no lugar de venda	18

**4.7.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan**

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Realiza traballos de decoración, sinalética, rotulación e cartelaría, aplicando técnicas de publicidade e animación no punto de venda	SI

**4.7.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado**

Criterios de avaliación
CA1.1 Animouse e decorouse o establecemento segundo a planificación anual, dinamizándoo segundo a política comercial do establecemento
CA1.2 Elaborouse papelaría segundo o libro de estilo corporativo dun establecemento
CA1.3 Asociáronse tipografías cos efectos que producen na poboación consumidora
CA1.4 Elaboráronse formas de cartelaría acordes con cada posicionamento e coa sinalética
CA1.5 Creáronse mensaxes que se lle queiran transmitir á clientela mediante as técnicas de rotulación, combinando materiais que consigan a harmonización entre forma, textura e cor
CA1.6 Utilizáronse programas informáticos de edición ao realizar carteis para o establecemento
CA1.7 Montáronse os elementos decorativos en condicións de seguridade e prevención de riscos laborais

**4.7.e) Contidos**

Contidos
Publicidade no lugar de venda.
Formas publicitarias específicas da publicidade no lugar de venda.
Cartelaría no punto de venda.
Tipos de elementos de publicidade: stoppers, pancartas, displays, carteis, etc.
Normativa de seguridade e prevención de riscos laborais.

**4.8.a) Identificación da unidade didáctica**

N.º	Título da UD	Duración
8	Realizaación de escaparates e coidado de elementos exteriores	16

**4.8.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan**

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Realiza os escaparates adecuados ás características esenciais dos establecementos e cuida os elementos exteriores, aplicando técnicas profesionais	NO

**4.8.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado**

Criterios de avaliación
CA2.1 Analizouse un estudo no que se analice o deseño e a montaxe de escaparates en establecementos comerciais de diferentes tipos
CA2.2 Explicáronse os efectos psicolóxicos que producen na poboación consumidora as técnicas utilizadas en escaparatismo
CA2.3 Argumentáronse as funcións e os obxectivos que pode ter un escaparate
CA2.4 Definíronse os criterios de valoración do impacto que pode producir un escaparate no volume de vendas
CA2.5 Especificáronse os criterios de selección dos materiais que se vaian utilizar e o orzamento dispoñible
CA2.6 Definíronse os criterios de composición e montaxe dos escaparates, atendendo a criterios comerciais
CA2.7 Deseñáronse escaparates aplicando os métodos axeitados e as técnicas precisas, segundo un bosquexo

**4.8.e) Contidos**

Contidos
Elementos exteriores.
0Imaxe.
Asimetría e simetría.
Formas xeométricas.
Eficacia do escaparate: razóns de control.
A cor na definición do escaparate: psicoloxía e fisioloxía da cor.
Iluminación en escaparatismo.
Elementos para a animación do escaparate: módulos, carteis, sinalización, etc.
Principios de utilización e reutilización de materiais de campañas de escaparates.
Bosquexos de escaparates.
Normativa e trámites administrativos na implantación externa.
0Programas informáticos de deseño e distribución de espazos.
Planificación de actividades.

Contidos

Materiais e medios.

Normativa de seguridade na montaxe dun escaparate e elementos exteriores.

Escaparate: clases.

Orzamento de implantación de escaparate.

Cronograma.

Criterios económicos e comerciais na implantación.

Incidencias na implantación e medidas correctoras.

O escaparate e a comunicación.

Percepción e memoria selectiva.

## 5. Mínimos exigibles para alcanzar a avaliación positiva e os criterios de cualificación

A formación do módulo contribúe a alcanzar os obxectivos xerais do ciclo formativo, e as competencias asociadas.

A valoración do grao de consecución dos resultados de aprendizaxe farase tomando como referencia inmediata os criterios de avaliación establecidos para o módulo.

Os mínimos exigibles que o alumno terá que dominar para poder ter unha calificación positiva son:

- Identificar os trámites oportunos para a obtención de licenzas e autorizacións de elementos externos na vía pública.
- Dispoñer os elementos da tenda, da moblaxe e de exposición, segundo as necesidades da superficie de venda.
- Determinar as principais técnicas de merchandising que se utilizan na distribución dunha superficie de venda.
- Definir as características dunha zona fría e dunha zona quente nun establecemento comercial.
- Determinar métodos para reducir barreiras psicolóxicas e físicas de acceso ao establecemento comercial.
- Describir as medidas que se aplican nos establecementos comerciais para conseguir que a circulación da clientela sexa fluída e poida permanecer o máximo tempo posible no interior.
- Describir os criterios que se utilizan na distribución lineal do solo por familia de produtos, explicando vantaxes e inconvenientes.
- Identificar a normativa de seguridade e hixiene referida á distribución en planta dunha superficie comercial.
- Delimitar as dimensións da variedade de produtos.
- Establecer número de referencias segundo características dos produtos, espazo dispoñible e tipo de lineal.
- Realizar simulacións de rotación dos produtos nos lineais dun establecemento comercial.
- Analizar os efectos que producen na poboación consumidora os modos de colocación de produtos nos lineais.
- Clasificar os produtos en familias, consonte a normativa.
- Identificar os parámetros físicos e comerciais que determinan a colocación dos produtos en diversos niveis, zonas do lineal e posicións.
- Interpretar planogramas de implantación e reposición de produtos no lineal.
- Realizar a distribución e a colocación dos produtos no lineal, aplicando técnicas de merchandising.
- Describir os medios promocionais que habitualmente se utilizan nun pequeno establecemento comercial.
- Enumerar as principais técnicas psicolóxicas que se aplican nunha acción promocional.
- Considerar as situacións susceptibles de introducir unha acción promocional.
- Programar, segundo as necesidades comerciais e o orzamento, as accións máis axeitadas.
- Seleccionar a acción promocional máis axeitada para os obxectivos comerciais.
- Establecer o procedemento de obtención do valor das razóns de control.
- Describir os instrumentos de medida que se utilizan para valorar a eficacia dunha acción promocional.
- Calcular as razóns que se utilizan para o control das accións de merchandising.
- Avaliar a eficacia da acción promocional, utilizando as principais razóns que a cuantifican.
- Realizar informes onde se interpreten e se argumenten os resultados obtidos.
- Animar e decorar o establecemento segundo a planificación anual, dinamizándoo segundo a política comercial do establecemento.
- Elaborar papelaría segundo o libro de estilo corporativo dun establecemento.
- Asociar tipografías cos efectos que producen na poboación consumidora.
- Elaborar formas de cartelaría acordes con cada posicionamento e coa sinalética.
- Crear mensaxes que se lle queiran transmitir á clientela mediante as técnicas de rotulación, combinando materiais que consigan a harmonización entre forma, textura e cor.

- Utilizar programas informáticos de edición ao realizar carteis para o establecemento.
- Montar os elementos decorativos en condicións de seguridade e prevención de riscos laborais.
- Analizar un estudo en que se analice o deseño e a montaxe de escaparates en establecementos comerciais de diferentes tipos.
- Explicar os efectos psicolóxicos que producen na poboación consumidora as técnicas utilizadas en escaparatismo.
- Argumentar as funcións e os obxectivos que pode ter un escaparate.
- Definir os criterios de valoración do impacto que pode producir un escaparate no volume de vendas.
- Especificar os criterios de selección dos materiais que se vaian utilizar e o orzamento dispoñible.
- Definir os criterios de composición e montaxe dos escaparates, atendendo a criterios comerciais.
- Deseñar escaparates aplicando os métodos axeitados e as técnicas precisas, segundo un bosquexo.
- Montar escaparates con obxectivos comerciais diversos.

A avaliación realizarase conforme aos seguintes instrumentos de avaliación:

- Probas obxectivas: 80% da nota de acordo á ponderación fixada para cada un dos exames que se vaian realizando. Consistirá nunha proba escrita teórico-práctica. Puntuaranse do 1 ao 10. A calificación total desta parte será a media das diferentes probas.

Para poder avaliar ao alumnado neste módulo este deberá ter aprobado con un mínimo de 5 cada unha destas probas escritas.

Poderá constar de preguntas tipo test, de resposta única ou múltiple, de resposta curta, de resposta longa, de desenvolvemento, etc.

En cada avaliación realizaranse probas obxectivas de contidos teóricos e prácticos nas que se valorarán aspectos como os contidos asimilados, a linguaxe técnica, a corrección e a presentación.

Calcularase a media dos exames feitos durante o trimestre, aplicaráselle a ponderación correspondente (80%), e sumarállese a parte dos exercicios e traballos da aula (tarefas) (20%), para conformar a nota final de trimestre ou de curso.

Considérase aprobada unha proba (exame) teórica ou práctica si está ten unha puntuación igual ou superior a 5 puntos sobre 10.

- Traballos e actividades realizadas na aula e na aula virtual: 20%. En función do número de traballos feitos, asignaráselle unha valoración a cada un deles, podendo asignarlle a algún dos traballos unha nota maior pola súa complexidade, segundo criterio do docente.

Realizárase ao menos 1 proba por avaliación.

No suposto de que a nota total da avaliación non chegase ao 5 ( suma da ponderación 80% exames máis o 20% tarefas) darase por suspensa a avaliación, aínda que se acadasen os 5 puntos sobre 10 no exame, ou exames, que se ten en conta para a nota final da avaliación, debendo de recuperar, neste caso, a parte non superada das tarefas encomendadas nesa avaliación. De producirse este caso, e unha vez avaliadas as mesmas que se propoñan, ao final de curso, engadiráselle o seu resultado á nota dos exames citados para conformar a nota final disa avaliación e que será a que se teña en conta para a nota final do módulo, e sempre e cando acade a puntuación total 5 ou máis puntos.

A nota de cada avaliación será un número enteiro entre 1 e 10 puntos No caso de non resultar un número enteiro, e, polo tanto, existindo decimais, todo o que sexa igual ou exceda a 0,50 redondearase ao número posterior, salvo que sexa para acadar o 5.

Se un/ha alumno/a non se presenta a un exame, só terá dereito á repetición do exame aportando un xustificante oficial que xustifique a devandita ausencia.

Considéranse causas xustificadas da non asistencia a un exame as seguintes:

- a) Enfermidade grave ou hospitalización que impida fisicamente a asistencia ou realización do exame.
- b) Morte ou hospitalización dun familiar con relación de parentesco de primeiro grado ocorrida dentro das 48 horas anteriores á celebración do exame.
- c) Citación xudicial inaprazable que impida a asistencia ao exame.

d) Calquera outra libremente apreciada polo profesor, da que o alumno deberá aportar a xustificación debida.

Sancionárase coa cualificación de 1 cando se comprobe que o/a alumno/a non actuou de boa fe ao realizar as probas porque copiara ou realizara condutas similares.

A superación dos controis, exames, tarefas e traballos deberá obterse de forma lícita. Polo tanto, o feito de copiar nun exame, permitir que outras persoas copien, levar teléfono móbil, auriculares, apuntamentos, etc. (aínda que non sexan usados) ou participar en calquera actividade ou estratexia para mellorar os resultados propios ou alleos mediante procedementos deshonestos, suporá a retirada inmediata do citado exame, obtendo un cero na cualificación do mesmo, sen dereito a repetición, o que suporá unha nota de suspenso nas unidades que compoñan esa avaliación.

O profesor tamén poderá rexeitar un exame ou traballo se a súa presentación ou caligrafía o fan ilexible.

Cualificación da avaliación final:

A nota final do módulo será a ponderación das notas das avaliacións, sendo necesario ter aprobadas cada unha das avaliacións trimestrais para o cálculo da nota.

## **6. Procedemento para a recuperación das partes non superadas**

### **6.a) Procedemento para definir as actividades de recuperación**

Si o alumnado foi avaliado negativamente nas probas trimestrais faráselle unha recuperación da parte non superada antes da conclusión do seguinte trimestre.

Si chegado ó mes previo á incorporación á empresa, o alumno/a ten algunha proba trimestral suspensa faráselle unha recuperación das partes non superadas nas semanas adicadas as clases de recuperación antes da avaliación final.

Repetiranse explicacións e exercicios que ó alumno non entendera, procurando facer incidencia nos mínimos exisibles para acadar a avaliación positiva.

### **6.b) Procedemento para definir a proba de avaliación extraordinaria para o alumnado con perda de dereito a avaliación continua**

Aquel alumnado que perdese o dereito á avaliación continua, terá que realizar unha proba escrita única na que se avaliará dos contidos e procedementos totais do módulo.

A nota final será ponderada da mesma forma que os alumnos que superan o módulo sen incidencias, considerándose que o alumno superou o procedemento extraordinario de avaliación cuando obtivo unha calificación final igual ou superior a 5 puntos.

## **7. Procedemento sobre o seguimento da programación e a avaliación da propia práctica docente**

O procedemento fundamental para levar a cabo o seguimento da programación e a avaliación da práctica docente será a autoavaliación da práctica educativa.

- A avaliación corresponde, en primeiro lugar, ó profesor, que se enfrontará a todas as súas tarefas e funcións cunha actitude crítica permanente.

De igual xeito, no equipo docente e no departamento, en actitude recíproca de participación colectiva, intercambiaranse puntos de vista, analizarase, deliberarase e chegarase a acordos que enriquezan mutuamente a práctica docente. Este procedemento pode estar complementado coas estimacións que o alumnado realice.

- Memoria de fin de curso, na que, entre outros temas, trátase das futuras modificacións na mesma e as propostas de mellora para o seguinte curso académico.

Ademais, na reunión de departamento, ao longo do curso, realizarase o seguimento da programación, tomando as medidas oportunas se é o caso.

- Reunións do equipo docente, cando así se estime preciso, onde se prantexarán todas aquelas cuestións pertinentes para o bo desenvolvemento do curso académico

## 8. Medidas de atención á diversidade

### 8.a) Procedemento para a realización da avaliación inicial

Ao comezo das actividades do curso académico, o profesor realizará unha avaliación inicial do alumnado, que terá por obxecto coñecer as características e a formación previa de cada alumno e de cada alumna, así como as súas capacidades.

Así mesmo, deberá servir para orientar e situar ao alumnado en relación co perfil profesional correspondente. Procurarase obter información sobre as características xerais do grupo ou sobre as circunstancias especificamente académicas ou persoais, coincidencia educativa, de cantos alumnos e alumnas o compoñan.

Tamén se consultará con outras figuras do centro para coñecer se existen dificultades co alumnado respecto á expresión oral ou escrita, a capacidade de abstracción, a correcta utilización das fontes de información, a utilización da lóxica na resolución de problemas, o dominio das técnicas de estudo máis elementais, etc.

No inicio do curso é importante coñecer a cada alumno, en particular, e ao grupo, en xeral; concretamente, a información persoal, ocupacional, os intereses, as expectativas, limitacións, etc., que cambiarán ao longo do curso e permitirán ó profesor reorientar a programación.

Trátase de información que afecta ao proceso de ensino-aprendizaxe. Como instrumentos de avaliación utilizaranse:

- Informes do Departamento de Orientación.
- Observación do alumnado nos primeiros días de clase

### 8.b) Medidas de reforzo educativo para o alumnado que non responda globalmente aos obxectivos programados

Entendemos como reforzo educativo o conxunto de medidas educativas deseñadas polo profesorado e dirixidas a axudar ao alumnado nas súas dificultades escolares ordinarias, tratándose sobre todo de medidas que requiren flexibilidade metodolóxica.

- Situar ao alumnado con necesidades específicas nos grupos nos que mellor poida traballar cos seus compañeiros.



Para iso deben aproveitarse as interaccións e axudas que de forma espontánea se producen en todos os grupos; pero ademais será necesario potenciar e desenvolver intencionalmente estas interaccións.

- Introducir métodos e técnicas de ensino-aprendizaxe específicas para traballar determinados contidos, sexan individuais ou compartidos co grupo.
- Utilizar técnicas, procedementos e instrumentos de avaliación distintos dos do grupo de referencia.
- Incorporar, nas actividades de ensino-aprendizaxe e avaliación, o tipo de axuda máis axeitado para o/a alumno/a.

Por exemplo, axudas visuais, axudas persoais (compañeiros, profesores, auxiliares educativos, intérpretes, expertos, etc...).

- Introducir actividades individuais, ben alternativas ou ben complementarias, para conseguir obxectivos comúns ao grupo de referencia.
- Eliminar aquelas nas que non se beneficie ou non poida ter unha participación activa e real.
- Situar o/a alumno/a no lugar da aula no que se compensen ao máximo as súas dificultades e no que participe, o máis posible, na dinámica do grupo.

En calquera caso, as medidas deberán ser individualizadas e polo tanto adaptadas ás necesidades concretas de cada caso, polo que despois da avaliación inicial ou en calquera momento do curso no que se detecte unha dificultade poranse en marcha os preceptivos mecanismos de reforzo, ou de ser o caso, solicitarase a axuda do equipo educativo e do departamento de información e orientación por se fose necesario dar un paso máis na concreción das medidas e promover unha adaptación curricular.

## 9. Aspectos transversais

### 9.a) Programación da educación en valores

No ámbito da familia profesional de Comercio e Marketing, trataranse as seguintes temáticas, de xeito transversal, tanto nas tarefas do profesorado como do alumnado:

1. Valores democráticos e mellora da cohesión social.
2. Loita contra a pobreza e contribución ao desenvolvemento humano.
3. Dereitos Humanos.
4. Protección das minorías e do colectivo LGTBIQ
5. Dereitos laborais.
6. Respecto das condicións de competencia.
7. Transferencia de tecnoloxía: respecto licenzas e patentes.
8. Preservación do Medio Ambiente. A sustentabilidade.
9. Promoción da igualdade de xénero.
10. Reforzo do respecto dos Dereitos Fundamentais. A protección de datos persoais.
11. Deontoloxía profesional.
12. Identidade dixital: netetiqueta

### 9.b) Actividades complementarias e extraescolares

Realizaranse aquelas actividades extraescolares que se determinen no departamento.

Tendo a posibilidade de poder celebrar charlas ou conferencias (presenciais ou a distancia) relacionados co propio módulo profesional.

## 10. Outros apartados

### 10.1) Metodoloxía

No desenvolvemento do módulo aplícase a seguinte metodoloxía:

- Activa e participativa, favorecendo as técnicas de estudo e a auto-aprendizaxe.
- En grupo e individualizada, con atención especial aos alumnos e alumnas que tiveran dificultades para alcanzar o nivel esixido.
- Motivadora, que teña en conta os intereses e necesidades dos alumnos e alumnas.

Consecuentemente a docente aplicará as seguintes formas metodolóxicas para a impartición das unidades didácticas e as actividades correspondentes:

- Explicacións breves e esquemáticas dos contidos.
- Exemplificacións de casos prácticos.
- Resolución de actividades.

### 10.2) Bibliografía recomendada e animación á lectura

Dinamización do Punto de Venda. ISBN 978-84-486-2438-5. Editorial Mc Graw-Hill,

Lectura do libro de consulta de referencia. O seguimento da materia non soamente farase mediante as explicacións do profesor e a toma de notas ou apuntes en clase senón tamén a través do libro de consulta.

Pedirase aos alumnos a lectura en casa e en clase do libro para que se fixen en determinados contidos e aprendan a extraer os fundamentais de cada tema mediante as técnicas do subliñado e a realización de esquemas e resumos escritos.