DEPARTAMENTO DE COMERCIO Y MARKETING

Programación Didáctica del Módulo

DINAMIZACIÓN DEL PUNTO DE VENTA

1ºGMTAC

CURSO 2023-2024

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN AL CICLO

1.0. Contextualización de la programación al entorno de aprendizaje.

1.1. Datos de Identificación del Ciclo con sus cualificaciones y unidades de competencia según el catálogo nacional de las cualificaciones profesionales.

1.2. Competencia general del ciclo.

1.3. Contribución del área al desarrollo del Proyecto Educativo del Centro y de la PGA.

1.4. Seguimiento, revisión y ajuste de las programaciones.

1.5. Actuaciones previstas según lo contemplado en la memoria del curso anterior.

2. PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO

2.0. Escenarios a tener en cuenta para el presente curso escolar.

2.1. Objetivos Generales del Ciclo vinculados al Módulo.

2.2. Competencias profesionales, personales y sociales vinculadas al Módulo.

2.3. Resultados del aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos.

2.4. Metodología

- 2.4.1. Metodología del Módulo.
- 2.4.2. Agrupamientos.
- 2.4.3. Espacios.
- 2.4.4. Uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC´S).

2.5. Estrategias para desarrollar la educación en valores y la interdisciplinariedad.

2.6. Atención a la diversidad.

2.7. Evaluación.

2.8. Planes de recuperación.

3. SECUENCIA DE UNIDADES DE TRABAJO (U.T.).

1. INTRODUCCIÓN AL CICLO

1.0 Contextualización de la programación al entorno de aprendizaje.

Esta programación didáctica está contextualizada en el IES MESA Y LÓPEZ, ubicado a la altura del Barrio de Guanarteme en la parte alta de la Avenida Mesa y López, 69 en Las Palmas de G.C, pudiéndose también acceder por la calle peatonal Jesús Ferrer Jimeno. Tras la reestructuración y obras realizadas en el verano del año 2017, el centro alberga los grupos de Educación Secundaria Obligatoria (ESO), de Bachillerato en sus dos modalidades de Ciencias y Humanidades y Ciencias Sociales, Formación Profesional Básica de la familia profesional de Comercio y Marketing y Ciclos Formativos de grado superior y medio de las familias profesionales de Administración y Gestión y de Comercio y Marketing en modalidad presencial y semipresencial.

El entorno sociocultural y económico de la zona es de nivel medio, ahora bien, la procedencia de la mayor parte del alumnado de Formación Profesional es de distintos lugares de la isla de Gran Canaria con residencia en zonas cercanas al centro, lo que significa que el alumnado pertenece a diferentes enclaves sociales y situaciones socioeconómicas diversas.

Respecto a la actividad económica en el municipio de Las Palmas de G.C. se destaca que existen diversas zonas industriales próximas al centro, donde se ubican empresas del sector industrial y comercial como el Polígono Industrial Miller Bajo, Polígono Industrial Las Torres-Lomo Blanco, Polígono Industrial Escaleritas, Polígono Industrial Barranco Seco, Polígono Industrial El Sebadal, Polígono Industrial Área Portuaria, etc., diversos Centros Comerciales de gran superficie con diversidad de comercios y empresas de restauración y entretenimiento, así como, empresas del sector turístico y centros sanitarios públicos y privados, todas ellas constituye el eje laboral del municipio y suponen un aumento de la demanda de titulados en Formación Profesional de distintas especialidades.

El centro cuenta con la infraestructura y los recursos educativos necesarios para la puesta en práctica de las distintas especialidades formativas que imparte. Todas las aulas están dotadas con ordenador para el profesorado, con conexión a Internet y proyector, además dispone de dos aulas de informática, una de ellas, aula Medusa, así como de aulas específicas (talleres, laboratorios) tanto para la ESO como para Bachillerato. La Formación Profesional dispone de sus propias aulas situadas en la tercera planta y equipadas con material específico y adaptado a las enseñanzas que se imparten orientadas al mundo laboral, tal es el caso de equipos informáticos, proyectores, cámaras web, micrófonos, altavoces, conexión a internet,…….para el uso del alumnado.

Respecto al uso de recursos TIC´s (Tecnologías de la Información y la Comunicación) las nuevas tecnologías, Internet y las redes sociales se han convertido en un elemento indispensable en la sociedad, especialmente entre la gente joven. Estas herramientas constituyen una plataforma estupenda y un altavoz importante para la educación en valores y, a su vez, sirve para que toda la comunidad educativa conozca y se beneficie del trabajo que se realiza en clase, algo que antiguamente sólo ocurría de puertas para adentro del aula.

Estos medios, además, son de especial relevancia para las familias, que gracias a la inmediatez de las redes sociales se pueden sentir informados de una manera más rápida, interactiva y eficiente de todas las noticias, eventos y convocatorias que surgen en nuestro centro.

El IES MESA Y LÓPEZ sigue creciendo en el uso educativo de las redes sociales como Meta, Instagram y X que no sólo han pasado a ser parte a toda la comunidad educativa, sino que se han constituido en un lugar de encuentro y formación para todas las personas e instituciones que de alguna manera participan del proyecto educativo.

El centro está en una buena situación con respecto a las instalaciones y el equipamiento TIC además con conexiones a Internet estables. Se potencia igualmente el uso de la plataforma Google Classroom, así como de la plataforma Moodle de Formación Profesional: "Campus de las Enseñanzas Profesionales". Igualmente se dispone de una página web que cumple su cometido actual: almacenar la información oficial, criterios de calificación, horarios, formularios, y demás documentación relacionada.

La Comunidad Educativa del centro está formada por aproximadamente 1.100 alumnos y alumnas y sus familias, distribuidos en 44 grupos siendo un centro del Tipo B. El Claustro lo componen aproximadamente 83 profesores y profesoras que se mantiene bastante estable. Es un profesorado dinámico, participativo que lleva a cabo numerosos proyectos, y que mantiene una buena interacción.

En cuanto al alumnado de **Ciclos de Formación Profesional**, en el caso de la Formación Profesional Básica el alumnado tiene unas características que le son propias, obteniéndose los resultados de su trabajo y del docente, especialmente en el segundo curso. El resto de alumnado de la Formación Profesional cuenta con edades comprendidas entre los 16 y 20 años y buscan un futuro profesional, por lo que el interés y dedicación es bastante bueno, a tenor de los resultados académicos, especialmente en los segundos cursos. En el caso de Formación Profesional en la modalidad semipresencial, el rango de edad es más amplio, siendo por lo general alumnado que había abandonado sus estudios para incorporarse al mundo laboral y que ahora ha tomado conciencia de la necesidad de adquirir esta titulación para aumentar sus expectativas laborales. Numerosos/as alumnos/as del centro han sido premios extraordinarios de Formación Profesional.

El Personal de Administración y Servicios del centro se rige por la Ley de Función Pública y por el Convenio Colectivo de dicho personal, asciende actualmente a un total de 7 personas, 3 miembros pertenecientes a la categoría de auxiliar

administrativo, de las que uno comparte centro con el CEIP Galicia y 4 trabajadores pertenecientes a la categoría de personal subalterno, dos están en turno de mañana, uno en turno de tarde y otro en turno de noche.

Por su dependencia orgánica de la Consejería de Educación y Universidades, el centro mantiene una estrecha relación con los diferentes centros directivos: Dirección General de Centros e Infraestructura Educativa, Dirección General de Personal, Dirección General de Formación Profesional, Secretaría General Técnica de Educación, y especialmente con la Inspección Educativa. Además, el centro mantiene o ha mantenido relaciones de colaboración con diferentes instituciones y organismos: Fundación ADSIS, Ayuntamiento, Asociación "*Guanarteme se mueve*",.....con estas relaciones se promueve la participación y la colaboración buscando que la comunicación y el intercambio de información sea fluido y frecuente.

PROYECTOS EDUCATIVOS DEL CENTRO

AICLE: el centro viene hace años apostando por el bilingüismo. Las siglas AICLE hacen referencia a la enseñanza de un determinado número de materias a través de una lengua extranjera con el objetivo doble de aprendizaje de contenidos y el aprendizaje simultáneo de una lengua extranjera, en nuestro caso en inglés. Actualmente se imparte en los cuatro niveles de la ESO y se ha optado por no tener grupos AICLE y no AICLE, habiendo grupos heterogéneos y desdobles en los momentos de impartir las materias en inglés.

Proyecto ERASMUS PLUS: el centro tiene una tradición de más de 17 años en la participación en programas europeos tales como Leonardo (2003), Asociación multilateral COMENIUS (2007), Ayudante lingüístico COMENIUS (2008) y nuevamente se participó en la Asociación Multilateral Comenius (2013). En 2013, se consiguió la Carta Erasmus de Educación Superior (ECHE), lo que nos permitió empezar a mandar alumnado de ciclos superiores de Formación Profesional a realizar la Formación en Centros de Trabajo (FCT) en países de la Unión Europea, a través del Programa **Erasmus+ KA131**.

Dentro del Programa Erasmus+, el Instituto ha sido centro coordinador del proyecto **Erasmus Plus KA229** (proyectos europeos de aprendizaje y movilidad dirigidos a profesorado y alumnado de primaria y secundaria), y actualmente se está trabajando en la solicitud de una nueva acreditación.

El centro dispone de un Departamento Internacional conformado actualmente por un miembro de la dirección del centro, el coordinador Erasmus+, y la Jefa del Departamento de Inglés.

Otros proyectos del centro

- ESTALMAT
- Nuevas estrategias metodológicas para la mejora del rendimiento en atención a la diversidad.
- Arte a la vista.
- Prevención de riesgos laborales de la comunidad educativa.
- Dinamización de la biblioteca y plan lector.
- Desarrollo del plan de comunicación lingüística, dinamización de la biblioteca, radio y plan lector.
- Referente acoso escolar y familias.
- Implementación metodologías activas en 1º de la ESO: innovación metodológica-Tablets (matemáticas).
- Implementación metodologías activas en 1º de la ESO: innovación metodológica-Tablets (Lengua castellana y literatura).
- Recreos educativos por la inclusión y la resolución dialogada de conflictos, aulas de convivencia de recreos, GESTIONANDO EMOCIONES.
- Proyecto de FP: "Resalta tu Luz". Tu luz es única, nos ilumina y de noche se ve tu estrella".
- Patrimonio IES Mesa y López.

Participamos y dinamizamos las siguientes Redes educativas:

Red INNOVAS:

- Igualdad y Educación afectivo-sexual.
- Comunicación lingüística, Bibliotecas y Radio escolares.
- Educación ambiental y sostenibilidad.
- Arte y acción cultural.
- Patrimonio Social, Cultural e Histórico Canario.

Redes de coordinación de enseñanzas profesionales:

- Innovación.

- Emprendimiento.

En cuanto a la atención a la diversidad del alumnado, el centro cuenta con los criterios y procedimientos para atender al alumnado con Necesidades Específicas de Apoyo Educativo (NEAE), que en función de su evolución se llevarán a cabo las

adaptaciones que sean precisas, en coordinación con el Departamento de Orientación, de manera que se consiga la flexibilidad necesaria a la que se hará mención a lo largo de esta programación.

El centro cuenta con un **Plan de acogida del alumnado extranjero.**

1.1. Datos de Identificación del Ciclo con sus cualificaciones y unidades de competencia según el catálogo nacional de cualificaciones profesionales

El Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y en él se fijan sus enseñanzas mínimas.

El título de Técnico en Actividades Comerciales queda identificado por los siguientes elementos:

Denominación: Actividades Comerciales. Nivel: Formación Profesional de Grado Medio. Duración: 2.000 horas.
Familia Profesional: Comercio y Marketing.
Referente en la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación: CINE-3 b. Entre las enseñanzas contempladas en el Real Decreto figura el módulo denominado **DINAMIZACIÓN DEL PUNTO DE VENTA,** objeto de esta programación.

El perfil profesional del título de Técnico en Actividades Comerciales queda determinado por su competencia general, sus competencias profesionales, personales y sociales, y por la relación de cualificaciones y, en su caso, unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título.

La relación de cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título de Técnico en Actividades Comerciales son:

1. Cualificación profesional completa:

Actividades de Venta COM085_2 (Real Decreto 295/2004, de 20 de febrero) que comprende las siguientes unidades de competencia:

UC0239_2: Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización.
UC0240_2: Realizar las operaciones auxiliares a la venta.
UC0241_2: Ejecutar las acciones del Servicio de Atención al Cliente/Consumidor /Usuario.

2. Cualificaciones profesionales incompletas:

a) Actividades de gestión del pequeño comercio. COM631_2 (Real Decreto 889/2011, de 24 de junio):

UC2104_2: Impulsar y gestionar un pequeño comercio de calidad. UC2105_2: Organizar y animar el punto de venta de un pequeño comercio.
UC2106_2: Garantizar la capacidad de respuesta y abastecimiento del pequeño comercio.

b) Organización y gestión de almacenes COM318_3 (Real Decreto 109/2008, de 1 de febrero):

UC1015_2: Gestionar y coordinar las operaciones del almacén.

c) Gestión comercial inmobiliaria COM650_3 (Real Decreto 1550/2011, de 31 de octubre):

UC0811_2: Realizar la venta y difusión de productos inmobiliarios a través de distintos canales de comercialización.

1.2. Competencia general del ciclo

La **competencia general** de este título consiste en desarrollar actividades de distribución y comercialización de bienes y/o servicios, y en gestionar un pequeño establecimiento comercial, aplicando las normas de calidad y seguridad establecidas y respetando la legislación vigente.

1.3. CONTRIBUCIÓN DEL ÁREA AL DESARROLLO DEL PROYECTO EDUCATIVO DEL CENTRO Y DE LA PGA

- A través de los distintos módulos que se imparten en el ciclo, en coordinación con las redes de innovación y emprendimiento, se contribuirá al alcance de los ejes de actuación y objetivos estratégicos fijados por la Consejería de Educación, Formación Profesional, Actividad Física y Deportes, para el curso 2023-2024 y explicitados en la Programación General Anual (PGA) de nuestro centro educativo:

- OE 1-Aumentar la calidad, la equidad, la inclusión y el éxito escolar.

- OE 2-Impulsar la competencia en comunicación lingüística y bilingüismo.

- OE 3- Incentivar el estudio de las áreas STEM (Ciencia, Tecnología, Ingeniería, Arte y Matemáticas.

- OE 4-Potenciar la cultura de la evaluación y la autonomía de los centros educativos.

- OE 5-Favorecer la mejora del bienestar físico y emocional del alumnado.
- OE 6-Promover la actividad física, el deporte y una alimentación saludable.
- OE 8-Reforzar el conocimiento social y profesional del profesorado.
- OE 9-Mejorar el reconocimiento de la función directiva.
- OE10-Hacer realidad la transformación digital de la Administración.
- OE11-Simplificar la gestión administrativa en los centros educativos.
- OE12-Renovar y ampliar las infraestructuras educativas.
- OE13-Conocer y valorar el patrimonio histórico, natural, social y cultural.
- OE14-Impulsar la dimensión europea e internacional de la educación.
- OE15-Fomentar la participación de las familias en los centros educativos.

En el departamento se resaltan los siguientes ejes:

ENTORNOS EDUCATIVOS SOSTENIBLES, CALIDAD, EQUIDAD, INCLUSIÓN Y ÉXITO ESCOLAR, FAVORECIENDO EL BIENESTAR FÍSICO Y EMOCIONAL DEL ALUMNADO.

Mediante el desarrollo de las competencias y los aprendizajes, se educará haciendo partícipe al alumnado en la contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

- Desarrollar estilos de vida respetuosos con el medio ambiente, los derechos humanos, la igualdad de género, la promoción de una cultura de paz y no violencia, la ciudadanía mundial y la valoración de la diversidad cultural.
- Favorecer la participación equilibrada de las mujeres y hombres en los trabajos grupales, alternando los cargos. Se trabajará de manera transversal el principio de igualdad de mujeres y hombres, planteando la no discriminación entre alumnas y alumnos y la necesidad de impulsar una formación proactiva hacia la igualdad de unas u otros, posibilitando el avance hacia una igualdad laboral real de mujeres y hombres en su proceso formativo, su profesión y su entorno laboral.
- Potenciar normas y actitudes para combatir la contaminación ambiental.
- Concienciar hacia el consumo responsable.
- Seleccionar los diferentes residuos y aplicar técnicas de aprovechamiento de re-

cursos escasos, técnica de 3R (reducir, reciclar y reutilizar) en el papel, tinta, energía, agua, etc.

- Con la implantación de un enfoque metodológico desarrollado en el marco del DUA (Diseño Universal del Aprendizaje) se buscará que el aprendizaje sea accesible y efectivo para todo el alumnado, independientemente de sus habilidades, preferencias de aprendizaje o intereses, con el objetivo de atender a todo el alumnado.

IMPULSAR LA DIMENSIÓN EUROPEA E INTERNACIONAL DE LA EDUCACIÓN.

Mediante la promoción entre el alumnado de grado superior, para realizar la FCT en otros países europeos, a través del programa Erasmus+ KA131, se desarrollarán estrategias que mejoren la internalización del sistema educativo canario.

EDUCACION SUPERIOR Y ENSEÑANZAS PROFESIONALES Y DE PERSONAS ADULTAS. TRANSFORMACIÓN DIGITAL. FORMACION DEL PERSONAL DOCENTE.

En los tiempos actuales la digitalización es necesaria para cualquier organización, por lo que las inversiones y las propuestas de formación del profesorado, están orientadas a la modernización de nuestros recursos y a la adquisición de competencias digitales básicas y avanzadas, en el sector de la administración de empresas.

El profesorado del departamento realizará al menos 10 horas de formación en digitalización, organizada a través de la familia profesional, DGFP, PFC, CEPs u otros organismos competentes. Desde el inicio del curso se está trabajando con clases virtuales, videoconferencias, redes sociales, buscadores de internet o buscadores web, aplicaciones informáticas de gestión de empresas, de tratamiento de imágenes, de diseño en 2D y 3D, otras herramientas de diseño gratuitas, y herramientas novedosas, lo que contribuye a fortalecer y modernizar las enseñanzas profesionales adaptándolas a las necesidades del sistema productivo. El Centro cuenta con una Base de Datos del alumnado titulado de las diferentes familias profesionales que se imparten en el Centro (Bolsa de Trabajo), a disposición de todas las empresas que requieran de sus servicios.

Con el fin de impulsar la **educación superior y enseñanzas profesionales y de personas adultas**, promoviendo el aprendizaje a lo largo de la vida y con ello la mejora del crecimiento personal, social y económico, con anterioridad al periodo de solicitud de plazas para el siguiente curso, a través de nuestras redes sociales, se promocionan nuestras enseñanzas, transmitiendo toda la información de interés al respecto.

CONOCER Y VALORAR EL PATRIMONIO HISTÓRICO, NATURAL, SOCIAL Y CULTURAL.

Al alumnado se les acerca a diversas entidades del entorno, realizando visitas a empresas industriales de Canarias como Tirma, S.A., Kalise, S.A., e Hiperdino, buque insignia de Dinosol Supermercados, cadena líder en el sector de la alimentación en el Archipiélago y la única regional

100% así como, a su centro logístico de Telde, y, a otras empresas canarias.

Se realizan visitas a distintos Centros Comerciales de la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria, concretamente, al Centro Comercial Las Arenas y Centro Comercial Los Alisios, así como, al entorno comercial más cercano al centro educativo, dada su trascendencia, ya que el alumnado, de nuestro centro educativo, realiza la Formación en Centros de Trabajo en empresas situadas en dichos centros comerciales y en el entorno del centro educativo. Asimismo, se realizarán visitas a otras zonas comerciales, ferias, muestras, exposiciones, charlas que organicen las empresas u otros organismos que sean de interés para la formación del alumnado.

Igualmente se organizarán visitas al Grupo Cencosu, S.L. (Spar Gran Canaria) y al centro logístico de Mercadona.

Dada la importancia que el PUERTO DE LA LUZ ha tenido en el crecimiento de nuestra economía y su trascendencia para el tejido productivo y social de nuestro territorio, así como la realización próxima, para algunos de nuestros alumnos y alumnas, de su Formación en Centros de Trabajo en algunas de las empresas del Puerto de Las Palmas, se realiza una visita familiarizándolos con las zonas y vocabulario empleado en el sector portuario.

Asimismo, se harán visitas al centro de emprendedores situado en El Sebadal, a una entidad financiera y/o compañía aseguradora.

También acercamos a las empresas al Centro educativo; nuestros alumnos y alumnas reciben a emprendedores-as de origen canario, que les trasladan sus experiencias y les transmiten las actitudes y aptitudes necesarias para iniciar un nuevo proyecto empresarial a través de ideas y oportunidades. Además, reciben formación impartida por la Cámara de Comercio de Gran Canaria, en fomento del espíritu empresarial, el empleo y la mejora del capital humano en nuestras islas.

A través de una ruta a pie, nuestro alumnado localizará a las Administraciones Públicas Canarias, con las que se relacionan las empresas, entre otras, Ayuntamiento, Oficina de Información al Consumidor (OMIC), sede del Gobierno de Canarias, Seguridad Social, Hacienda Estatal y Hacienda Autonómica, Cámara de Comercio y Cabildo Insular de Gran Canaria.

1.4. Seguimiento, revisión y ajuste de las programaciones.

El seguimiento de las programaciones tiene carácter trimestral, quedando reflejado el mismo en una carpeta de la zona compartida que pone a disposición Jefatura de Estudios, donde cada profesor reflejará el informe correspondiente a su módulo, es decir los contenidos impartidos durante el trimestre, dificultades encontradas, adaptaciones de aula, adaptaciones curriculares, resultados académicos y propuestas de mejora.

Una vez iniciadas las clases ordinarias, esta programación quedará sujeta a posibles cambios en su diseño y desarrollo, a partir de las valoraciones realizadas por el alumnado, departamento y Equipo Educativo, que aconsejen posibles modificaciones. De dichas modificaciones se informará de manera adecuada al alumnado, el cual no podrá resultar, en ningún caso, perjudicado.

1.5 Actuaciones previstas según lo contemplado en la memoria 2022/2023

No hay nada que reseñar al respecto.

2. PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO

2.0. Escenarios a tener en cuenta para el presente curso escolar.

La presente programación se desarrollará en un escenario presencial, salvo que por causas excepcionales (sanitarias, fenómenos meteorológicos adversos, desarrollo de pruebas de EBAU, pruebas de oposiciones, etc.) resulte necesaria la implantación por el tiempo que se establezca, de formas no presenciales de impartición de las enseñanzas, durante la cual la actividad será desarrollada a través de las plataformas digitales Google Classroom, Google Meet y Pincel Ekade.

Al inicio de este curso se realizarán **pruebas iniciales** que permitan reajustar la programación didáctica del módulo y establecer, en su caso, las medidas de refuerzo y apoyo que correspondan.

Las primeras semanas de curso se dedicarán a **repasar y reforzar los contenidos básicos**, necesarios para desarrollar con aprovechamiento los aprendizajes que corresponden a este curso. Además, al final de cada unidad se realizan supuestos, en los que aparecen operaciones de las unidades anteriores. Ello permitirá que el **alumnado con dificultades** pueda alcanzar aprendizajes básicos, que le posibilitará seguir avanzando en el módulo y en el ciclo formativo.

Con respecto al **alumnado repetidor** se han de asegurar los aprendizajes básicos que permitan al alumnado seguir con aprovechamiento las enseñanzas del módulo, desarrollando actitudes positivas hacia el trabajo y la superación de las dificultades personales y académi-

cas. Se facilitará una enseñanza adaptada a sus intereses, que sean motivadoras y que busquen el aprendizaje significativo a través de su conexión con el entorno empresarial, en el que podrá realizar su actividad laboral. Se realizará valoración periódica de su aprendizaje, adaptando las mejoras que se estimen oportunas, informando a través de Pincel Ekade.

2.1. Objetivos generales del ciclo vinculados al Módulo:

a) Recabar las iniciativas emprendedoras y buscar las oportunidades de creación de pequeños negocios comerciales al por menor, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos para realizar proyectos de viabilidad de implantación por cuenta propia de negocios comerciales al por menor.

b) Delimitar las características y cuantía de los recursos económicos necesarios, atendiendo a las características de la tienda y de los productos ofertados para la puesta en marcha de un pequeño negocio al por menor.

c) Analizar operaciones de compraventa y de cobro y pago, utilizando medios convencionales o electrónicos para administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial.

d) Comparar y evaluar pedidos de clientes a través de los diferentes canales de comercialización, atendiendo y satisfaciendo sus necesidades de productos y/o servicios, para realizar la venta de productos y/o servicios.

e) Identificar los procesos de seguimiento y post venta, atendiendo y resolviendo las reclamaciones presentadas por los clientes, para realizar la venta de productos y/o servicios.

f) Reconocer las tareas de recepción, ubicación y expedición de mercancías en el almacén, asignando medios materiales y humanos, controlando los stocks de mercancías y aplicando la normativa vigente en materia de seguridad e higiene, para organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías.

g) Acopiar y procesar datos de previsiones de demanda y compras a proveedores, utilizando tecnologías de la información y comunicación para garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio.

h) Identificar y elegir los mejores proveedores y/o suministradores, negociando las ofertas y condiciones de suministro para realizar las compras necesarias que mantengan el nivel de servicio establecido en función de la demanda de los clientes o consumidores.

i) **Crear imagen de tienda, combinando los elementos exteriores e interiores del establecimiento comercial con criterios comerciales, para realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios.**

j) **Analizar las políticas de venta y fidelización de clientes, organizando la exposición y promoción del surtido, para realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios.**

k) Seleccionar datos e introducirlos en la página web de la empresa, realizando su mantenimiento y buscando un buen posicionamiento, la facilidad de uso y la máxima persuasión para realizar acciones de comercio electrónico.

l) Fomentar las interrelaciones con otros usuarios de la red, utilizando estrategias de marketing digital en las redes sociales, para realizar acciones de comercio electrónico.

m) Reconocer las características de los programas informáticos utilizados habitualmente en el sector comercial, confeccionando documentos y materiales informáticos para realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial.

n) Identificar el mercado y el entorno de la empresa comercial, obteniendo y organizando la información de los agentes que intervienen en el proceso comercial y aplicando políticas de marketing apropiadas para ejecutar las acciones de marketing definidas por la organización comercial en el plan de marketing.

ñ) Seleccionar acciones de información al cliente, asesorándolo con diligencia y cortesía y gestionando en su caso las quejas y reclamaciones presentadas, para ejecutar los planes de atención al cliente.

o) Determinar las características diferenciadoras de cada subsector comercial ofertando los productos y/o servicios mediante técnicas de marketing apropiadas para realizar ventas especializadas de productos y/o servicios.

p) Identificar expresiones y reglas de comunicación en inglés, tanto de palabra como por escrito, para gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores.

q) **Analizar y utilizar los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación para aprender y actualizar sus conocimientos, reconociendo las posibilidades de mejora profesional y personal, para adaptarse a diferentes situaciones profesionales y laborales.**

r) **Desarrollar trabajos en equipo y valorar su organización, participando con tolerancia y respeto, y tomar decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía.**

s) **Adoptar y valorar soluciones creativas ante problemas y contingencias que se presentan en el desarrollo de los procesos de trabajo, para resolver de forma responsable las incidencias de su actividad.**

t) **Aplicar técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a su finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia del proceso.**

u) Analizar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional, relacionándolos con las causas que los producen, a fin de fundamentar las medidas preventivas que se van adoptar, y aplicar los protocolos correspondientes para evitar daños en uno mismo, en las demás personas, en el entorno y en el medio ambiente.

v) **Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al "diseño para todos".**

w) Aplicar y analizar las técnicas necesarias para mejorar los procedimientos de calidad del trabajo en el proceso de aprendizaje y del sector productivo de referencia.

x) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.

y) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.

2.2. Competencias profesionales, personales y sociales vinculadas al Módulo

2.2.1. Realizar proyectos de viabilidad y de puesta en marcha y ejercicio por cuenta propia de la actividad de un pequeño negocio de comercio al por menor, adquiriendo los recursos necesarios y cumpliendo con las obligaciones legales y administrativas, conforme a la normativa vigente.

2.2.2. Administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial, realizando las actividades necesarias con eficacia y rentabilidad, y respetando la normativa vigente.

2.2.3. Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los distintos canales de comercialización, utilizando las técnicas de venta adecuadas a la tipología del cliente y a los criterios establecidos por la empresa.

2.2.4. Organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías en las condiciones que garanticen su conservación, mediante la optimización de medios humanos, materiales y de espacio, de acuerdo con procedimientos establecidos.

2.2.5. Garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio, previendo las necesidades de compra para mantener el nivel de servicio que requiere la atención a la demanda de los clientes o consumidores.

2.2.6. Realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios, aplicando técnicas de merchandising, de acuerdo con los objetivos establecidos en el plan de comercialización de la empresa.

2.2.7. Realizar acciones de comercio electrónico, manteniendo la página web de la empresa y los sistemas sociales de comunicación a través de Internet, para cumplir con los objetivos de comercio electrónico de la empresa definidos en el plan de marketing digital.

2.2.8. Realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial, utilizando el hardware y software apropiado para automatizar las tareas y trabajos.

2.2.9. Ejecutar las acciones de marketing definidas por la organización comercial en el plan de marketing, identificando las necesidades de productos y/o servicios de los clientes, los factores que intervienen en la fijación de precios, los canales de distribución y las técnicas de comunicación para cumplir con los objetivos fijados por la dirección comercial.

2.2.10. Ejecutar los planes de atención al cliente, gestionando un sistema de información para mantener el servicio de calidad que garantice el nivel de satisfacción de los clientes, consumidores o usuarios.

2.2.11. Realizar ventas especializadas de productos y/o servicios, adaptando el argumentario de ventas a las características peculiares de cada caso para cumplir con los objetivos comerciales definidos por la dirección comercial.

2.2.12. Gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores, realizando el seguimiento de las operaciones, para asegurar el nivel de servicio prestado.

2.2.13. Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.

2.2.14. Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.

ñ) Resolver de forma responsable las incidencias relativas a su actividad, identificando las causas que las provocan, dentro del ámbito de su competencia y autonomía.

2.2.15. Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.

2.2.16. Aplicar los protocolos y las medidas preventivas de riesgos laborales y protección ambiental durante el proceso productivo, para evitar daños en las personas y en el entorno laboral y ambiental.

2.2.17. Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de "diseño para todos" en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

2.2.18. Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional.

2.2.19. Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

2.3. Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos.

Resultados de aprendizaje	**Criterios de evaluación**.
1. Organiza la superficie comercial, aplicando técnicas de optimización de espacios y criterios de seguridad e higiene.	a) Se han identificado los trámites oportunos para la obtención de licencias y autorizaciones de elementos externos en la vía pública. Se han dispuesto los elementos de la tienda, mobiliario y exposición, según las necesidades de la superficie de venta. Se han determinado las principales técnicas de merchandising que se utilizan en la distribución de una superficie de venta. Se han definido las características de una zona fría y de una zona caliente en un establecimiento comercial. Se han determinado métodos para reducir barreras psicológicas y físicas de acceso al establecimiento comercial. Se han descrito las medidas que se aplican en los establecimientos comerciales para conseguir que la circulación de la clientela sea fluida y pueda permanecer el máximo tiempo posible en el interior. Se han descrito los criterios que se utilizan en la distribución lineal del suelo por familia de productos, explicando ventajas e inconvenientes. Se ha identificado la normativa de seguridad e higiene vigente referida a la distribución en planta de una superficie comercial.
2. Coloca, expone y repone los productos en la zona de venta, atendiendo a criterios comerciales, condiciones de seguridad y normativa vigente.	Se han delimitado las dimensiones del surtido de productos. Se ha establecido el número de referencias según características de los productos, espacio disponible y tipo de lineal. Se han realizado simulaciones de rotación de los productos en los lineales de un establecimiento comercial.
	d) Se han analizado los efectos que producen en el consumidor los diferentes modos de ubicación de productos en lineales. Se han clasificado los productos en familias, observando la normativa vigente. Se han identificado los parámetros físicos y comerciales que determinan la colocación de los productos en los distintos niveles, zonas del lineal y posición. Se han interpretado planogramas de implantación y reposición de productos en el lineal. Se ha realizado la distribución y colocación de los productos en el lineal, aplicando técnicas de merchandising.

3. Realiza trabajos de decoración, señalética, rotulación y cartelería, aplicando técnicas de publicidad y animación en el punto de venta.	a) Se ha animado y decorado el establecimiento según la planificación anual, dinamizándolo según la política comercial del establecimiento. Se ha realizado papelería según el libro de estilo corporativo de un establecimiento. Se han asociado diferentes tipografías con los efectos que producen en el consumidor. Se han elaborado formas de cartelería acordes a cada posicionamiento y señalética. Se han creado mensajes que se quieren transmitir al cliente, mediante las técnicas de rotulación, combinando diferentes materiales que consigan la armonización entre forma, textura y color. Se han utilizado programas informáticos de edición, realizando carteles para el establecimiento. Se han montado los elementos decorativos en condiciones de seguridad y prevención de riesgos laborales.
4. Realiza los escaparates adecuados a las características esenciales de los establecimientos y cuida los elementos exteriores, aplicando técnicas profesionales.	Se ha analizado un estudio en el que se analiza el diseño y montaje de escaparates en diferentes tipos de establecimientos comerciales. Se han explicado los efectos psicológicos que producen en el consumidor las distintas técnicas utilizadas en escaparatismo. Se han argumentado las funciones y objetivos que puede tener un escaparate. Se han definido los criterios de valoración del impacto que puede producir un escaparate en el volumen de ventas. Se han especificado los criterios de selección de los materiales que se van a utilizar y el presupuesto disponible. Se han definido los criterios de composición y montaje de los escaparates, atendiendo a criterios comerciales. Se han diseñado escaparates, aplicando los métodos adecuados y las técnicas precisas, según un boceto. Se han montado escaparates con diferentes objetivos comerciales.
5. Determina acciones promocionales para rentabilizar los espacios de establecimientos comerciales, aplicando técnicas para incentivar la venta y para la captación y fidelización de clientes.	a) Se han descrito los distintos medios promocionales que habitualmente se utilizan en un pequeño establecimiento comercial. Se han enumerado las principales técnicas psicológicas que se aplican en una acción promocional. Se han considerado las situaciones susceptibles de introducir una acción promocional. Se han programado, según las necesidades comerciales y el presupuesto, las acciones más adecuadas. Se ha seleccionado la acción promocional más adecuada para los diferentes objetivos comerciales.

6. Aplica métodos de control de acciones de merchandising, evaluando los resultados obtenidos.	Se ha establecido el procedimiento de obtención del valor de los ratios de control. Se han descrito los instrumentos de medida que se utilizan para valorar la eficacia de una acción promocional. Se han calculado los ratios que se utilizan para el control de las acciones de merchandising. Se ha evaluado la eficacia de la acción promocional, utilizando los principales ratios que la cuantifican. Se han realizado informes, interpretando y argumentando los resultados obtenidos.

CONTENIDOS Y TEMPORALIZACIÓN.

El objetivo "**Realizar las actividades de dinamización del punto de venta**", constituye el eje organizador alrededor del cual gira esta programación didáctica. Para su consecución de plantean las siguientes Unidades de Trabajo:

Secuenciación de unidades de trabajo y temporalización.

UNIDADES DE TRABAJO O DIDÁCTICAS	Temporalización Horas	Evaluación
1. La distribución comercial y el consumidor.	13	1ª
2. Políticas de comunicación.	7	
3. Elementos exteriores del punto de venta. El escaparate.	13	
4. Técnicas de escaparatismo.	16	
5. El montaje del escaparate.	16	2ª
6. Organización de la superficie comercial.	13	
7. El surtido.	11	
8. El lineal.	14	
9. Análisis de las acciones del merchandising.	16	3ª
10. La publicidad en el lugar de venta.	12	
11. Las promociones de ventas.	12	
12. Las relaciones públicas	8	
Horas para el desarrollo de unidades	140	
Pruebas específicas y actividades complementarias	20	
Total horas lectivas durante el curso académico	160	

2.4 Metodología

En los estudios de formación profesional, se agrupan en una misma aula, personas de muy diferentes edades y características, que acceden por distintas vías y, por lo tanto, con distintas competencias, motivaciones y situaciones personales, familiares y profesionales.

Esta diversidad hace necesario la implantación de un enfoque metodológico basado en hacer que el aprendizaje sea accesible y efectivo para todos los estudiantes, independientemente de sus habilidades, preferencias de aprendizaje o intereses.

Este enfoque se desarrollará en el marco del **DUA (Diseño Universal del Aprendizaje)** que nos lleva a entender las diferencias individuales de aprendizaje y nos reta a replantear el diseño del currículo proporcionando la flexibilidad necesaria al servicio de las necesidades de aprendizaje de todos los alumnos, utilizando diferentes estrategias para motivar al alumnado, fomentando la participación, el trabajo colaborativo y el compromiso de todos los estudiantes.

El modelo contribuye a lograr el Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS4) de la Agenda 2030: "Garantizar una educación inclusiva y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje para todos".

Algunas **estrategias** para aplicar el DUA en el aula:

.- **Proporcionar múltiples formas de implicación**: proporcionando opciones que permitan captar el interés, mantener el esfuerzo y la persistencia y para la autorregulación logrando que el alumnado desarrolle la capacidad interna para reconocer las emociones, controlar los estados de ánimo y las reacciones antes diferentes situaciones, como personas y en los procesos de aprendizaje.

.- **Proporcionar múltiples formas de presentación**: videos, imágenes, gráficos, lecturas, debates, discusiones en grupo, etc.

.- **Proporcionar múltiples formas de acción y expresión**: escritura, dibujo, habla, presentación oral, teatro, música, etc.

2.4.1.- METODOLOGIA DEL MÓDULO:

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones de diseño de espacios comerciales y escaparates.

La función de organización de espacios comerciales y diseño de escaparates incluye aspectos como:

- La organización y diseño de espacios comerciales.
- El diseño de escaparates.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Distribución y organización de un espacio comercial, analizando los elementos básicos que lo conforman.
- Selección de elementos interiores y exteriores de la implantación comercial.
- Fijación de criterios de composición y montaje de escaparates.

– Análisis de información sobre psicología del consumidor, tendencias, criterios estéticos y criterios comerciales.
– Diseño de distintos tipos de escaparate.
– Organización del montaje de un escaparate.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales i), j), q), r), s), t), u), v) y w) del ciclo formativo, y las competencias f), m), n), ñ), o), p) y q) del título.

Las líneas de actuación en el proceso enseñanza–aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

– Organización de la superficie comercial aplicando técnicas de merchandising
– Colocación, exposición y reposición de los productos en la zona de venta, atendiendo a criterios comerciales.
– Aplicación de técnicas de publicidad en el lugar de venta (PLV) y animación del establecimiento.
– Realización de los escaparates y cuidado de los elementos exteriores, aplicando las técnicas profesionales.
– Aplicación de acciones promocionales para rentabilizar los espacios de establecimientos comerciales.
– Aplicación de métodos de control de acciones de merchandising.

La metodología didáctica del módulo, en coherencia con la naturaleza del mismo, está orientada a promover en el alumnado:

- Su **participación activa** en los procesos de enseñanza, aprendizaje y evaluación, de forma que mediante las actividades propuestas desarrolle su capacidad de autonomía y responsabilidad personales.
- La adquisición de **una visión global y coordinada** de los procesos de creación de servicios a los que está vinculada la competencia profesional del título, por medio de la necesaria integración de contenidos científicos, tecnológicos y organizativos.

- El desarrollo de la capacidad para **aprender por sí mismos**, de modo que adquieran una identidad y madurez profesionales motivadoras de futuros aprendizajes y adaptaciones al cambio de las cualificaciones.
- El desarrollo de la capacidad para **trabajar en equipo**, por medio de actividades de aprendizaje realizadas en grupo, de forma que cuando en el ámbito profesional se integren en equipos de trabajo puedan mantener relaciones fluidas con sus miembros, colaborando en la consecución de los objetivos asignados al grupo, respetando el trabajo de los demás, participando activamente en la organización y desarrollo de tareas colectivas, cooperando en la superación de las dificultades que se presenten con una actitud tolerante hacia las ideas de los compañeros, y respetando las normas y métodos establecidos.

Para el logro de los objetivos previstos se propondrán actividades y tareas que induzcan a la investigación, a la búsqueda y manejo de la información mediante el uso de las TIC y otro material de referencia, a la toma de decisiones, a obtener conclusio-

nes/resultados, así como a su posterior valoración crítica, a fin de que se desarrolle la capacidad de comprensión e interpretación de la información utilizada.

Así pues, la orientación metodológica de la programación del módulo profesional se basa en:

1. Las **ideas previas** del alumnado para, a partir de ellas aplicar los contenidos previstos para este módulo.
2. **Encontrar sentido** a lo que se ha aprendido y se aprende, lo que supone el establecimiento relaciones entre lo particular y lo general, los aprendizajes previos y los adquiridos en los otros módulos, etc.
3. Los estudiantes deben hacerse **responsables** de su propio aprendizaje, para lo cual deben aprender a tomar decisiones, a asumir riesgos, a analizar críticamente los resultados obtenidos y proponer y poner en práctica alternativas/soluciones adecuadas. En este caso resulta fundamental el hacerse conscientes de la importancia de cuidar el material de que se dispone, haciendo uso del mismo de forma razonable, aspecto que se considera una actitud básica para superar el módulo.
4. El docente actúa como el **dinamizador** del grupo clase y del proceso de enseñanza, aprendizaje y evaluación.

Teniendo en cuenta que el planteamiento metodológico de todo el módulo profesional debe ir orientado a conseguir que el alumno sea capaz de "**Realizar las actividades de dinamización del punto de venta**", resulta conveniente la aplicación práctica de los contenidos trabajados, para lo cual se promoverán actividades de tipo procedimental que permitan desarrollar habilidades de análisis crítico, desarrollo de la creatividad, manejo de técnicas diversas relativas a la animación del punto de venta, etc. Esta estrategia facilita una dinámica activa y motivadora que evite clases excesivamente teóricas, por lo que se espera un grado de implicación creciente y el

logro de las capacidades previstas en el módulo, al menos en sus aspectos fundamentales.

Si bien el proceso de trabajo está centrado en el saber hacer, en algún momento del curso se podrán realizar controles no programados para verificar el grado de dominio de los procesos trabajados en clase. Su función será la de obtener información respecto al logro de los objetivos previstos, siendo que la calificación obtenida será una más de las diversas que se recogen en cada trimestre/evaluación, participando de la calificación final del periodo en la ponderación que convenientemente se le asigne.

Con el fin de desarrollar diferentes habilidades técnicas propias del módulo, tenemos previsto desarrollar los siguientes **<u>talleres en el aula</u>**:

- De rotulación y elaboración de carteles de carácter comercial. Se prevé realizar un taller, de 4 horas aproximadamente, con la participación de un técnico con experiencia en este terreno.
- De decoración y animación del punto de venta. Taller de 4-6 horas para la elaboración de cajas, bolsas de regalo, etc.

- De escaparatismo. Taller de 10 horas para el diseño y montaje de escaparates con diferentes motivos.
- Taller de reciclado, confección de carteras con tetrabriks. (producto que se puede poner a la venta)
- Taller de pins (de lápices de colores y de duendes, productos que se pondrán a la venta)

Carnaval: Escaparate en un espacio público del Centro con motivo del carnaval, alegórico al tema que se haya adoptado para el carnaval de Las Palmas de G.C., utilizando los recursos disponibles, y apoyando la acción con carteles de diferente tipo.
Día de Canarias: Montaje de un escaparate, en el espacio que convenientemente se decida, en el que se utilicen los productos canarios para diseñar, ejecutar y evaluar una propuesta que sirva como trabajo de final de curso, que se comparte con la comunidad educativa del Centro.

2.4.2.- AGRUPAMIENTOS.

El desarrollo de la capacidad para trabajar en equipo, por medio de actividades de aprendizaje realizadas en grupo, de forma que cuando en el ámbito profesional se integren en equipos de trabajo puedan mantener relaciones fluidas con sus miembros, colaborando en la consecución de los objetivos asignados al grupo, respetando el trabajo de los demás, participando activamente en la organización y desarrollo de tareas colectivas, cooperando en la superación de las dificultades que se presenten con una actitud tolerante hacia las ideas de los compañeros, y respetando las normas y métodos establecidos.

2.4.3.- ESPACIOS.

Los espacios y equipamientos que deben reunir los centros de formación profesional, para permitir el desarrollo de las actividades de enseñanza, son los establecidos en el anexo IV de esta orden y deberán cumplir lo establecido en el artículo 11 del Real Decreto 1573/2011, de 4 de noviembre, así como la normativa sobre igualdad de oportunidades, diseño para todos y accesibilidad universal, prevención de riesgos laborales y seguridad y salud en el puesto de trabajo.

RECURSOS MATERIALES.

De que dispone el aula-taller de comercio:

- Mobiliario y material fungible requeridos para la gestión de puntos de venta.
- Equipos informáticos con conexión a Internet, en red local (17 con el del profesor), con SO Windows XP y que tienen instalada la suite ofimática MS Office, Open Office, Factura Plus, y aplicaciones para la generación de mapas conceptuales/mentales (cMap, VUE).
- Proyector.

Que aporta el alumno:

- Pendrive para el almacenamiento de la información generada en el curso. Será requisito necesario disponer del mismo en clase.

- Archivador
- Calculadora
- Regla
- Bolígrafo, lápiz, goma y cualquier otro material que puntualmente sea requerido.

Bibliografía básica de referencia, disponible en el aula-taller de Comercio:

- *Dinamización del punto de venta, Editorial Mc Graw Hill.*
- *Dinamización de punto de venta. Editorial Paraninfo.*
- *Merchandising*, teoría, práctica y estrategia, de Ricardo Palomares (2009). ESIC.
- *Revistas especializadas en escaparatismo y merchandising.*
- *Objetos decorativos.*
- *Dibujando carteles.*
- *Adornos, diseños y guirnaldas.*
- *Guía de publicidad.*
- *Curso de escaparatismo.*
- *Luz, color y decoración.*
- *Software para la creación de folletos.*

2.4.4. Uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC´S).

Debemos tener en cuenta que el sistema educativo está íntimamente relacionado con la realidad social y ambas se encuentran en un proceso de cambio continuo, por lo que se hace necesario implantar en nuestro sistema de enseñanza-aprendizaje el uso diligente de medios informáticos y audiovisuales. Por tanto, se utilizarán las TIC's como herramienta indispensable en el aula, haciendo que, en la mayoría de las ocasiones los contenidos que se van a impartir sean mucho más accesibles y atractivos que si se presenta únicamente en formato tradicional. Gracias a este tipo de herramientas los estudiantes adquirirán las estrategias necesarias para aprender a enfrentarse a una sociedad en la que indiscutiblemente las nuevas tecnologías están teniendo cada vez más una mayor relevancia. Para el desarrollo de las clases lectivas independientemente de la modalidad y/o escenario ante el que nos encontremos vamos a emplear la plataforma Workspace (antes G-Suite) y, utilizar las herramientas de las que dispone la misma como el Aula virtual Google Classroom, Google Meet (para las videoconferencias) y, otras herramientas de la plataforma desarrolladas anteriormente. Sin embargo, para el desarrollo de actividades se emplearán distintas aplicaciones informáticas tales como: kahoot, genially, mentimeter, survey monkey, viva video, plickers, tricider, youtube, canva, paint, bookcreator, gimp, sketchup, wordpress, etc.

Es decir, se utilizarán diferentes aplicaciones informáticas de diseño, gestión, gamificación, cuestionarios, formularios y encuestas etc. y, otras que la docente considere adecuadas y pertinentes para desarrollar los contenidos.

2.5. ESTRATEGIAS PARA DESARROLLAR LA EDUCACIÓN EN VALORES Y LA INTERDISCIPLINARIEDAD.

Desde el punto de vista de la educación en valores, el artículo 39.1 de la LOMLOE, establece que la formación profesional no solo comprende las acciones formativas que capacitan para el desempeño de las

diversas profesiones y el acceso al empleo, sino que también contribuyen a la participación activa en la vida social y cultural además de la económica. Por su parte, en su apartado segundo, viene a disponer que la forma profesional, en el sistema educativo tiene por finalidad preparar a los alumnos y las alumnas para la actividad en un campo profesional y facilitar su adaptación a las modificaciones laborales que pueden producirse a lo largo de su vida, así como contribuir a su desarrollo personal y al ejercicio de una ciudadanía democrática. Por tanto, los profesionales de la educación, nos vemos obligados a tener que entrar de lleno en la educación en valores dentro de la Formación Profesional. Asimismo, cabe destacar que los contenidos del módulo son idóneos para la introducción de temas transversales en el proceso de enseñanza aprendizaje. Al estar las materias íntimamente relacionadas con la vida cotidiana, al aplicarlas dentro del proceso de enseñanza, estamos contribuyendo a la obtención de una formación más completa y acorde a las necesidades sociales de los alumnos, teniendo como objeto que los mismos puedan integrarse en la sociedad de una manera más autónoma y solidaria.

El artículo 121 de la ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación recoge la transversalidad y dicta: El proyecto educativo del centro recogerá los valores, los fines y las prioridades de actuación, incorporará la concreción de los currículos establecidos por la Administración educativa, que corresponde fijar y aprobar al Claustro, e impulsará y desarrollará las principios, objetivos y metodología propios de un aprendizaje competencial orientado al ejercicio de una ciudadanía activa. Asimismo, incluirá un tratamiento transversal de la educación en valores, del desarrollo sostenible, de la igualdad entre mujeres y hombres, de la igualdad de trato y no discriminación y de la prevención de la violencia contra las niñas y las mujeres, del acoso y del ciberacoso escolar, así como la cultura de paz y los derechos humanos.

El proyecto educativo del centro recogerá asimismo la estrategia digital del centro, de acuerdo con lo establecido en el artículo 111 bis.5.»

2. Dicho proyecto estará enmarcado en unas líneas estratégicas y tendrá en cuenta las características del entorno social, económico, natural y cultural del alumnado del centro, así como las relaciones con agentes educativos, sociales, económicos y culturales del entorno. El proyecto recogerá, al menos, la forma de atención a la diversidad del alumnado, medidas relativas a la acción tutorial, los planes de convivencia y de lectura y deberá respetar los principios de no discriminación y de inclusión educativa como valores fundamentales, así como los principios y objetivos recogidos en esta Ley y en la Ley Orgánica 8/1985, de 3 de julio, Reguladora del Derecho a la Educación, especificando medidas académicas que se adoptarán para favorecer y formar en la igualdad particularmente de mujeres y hombres.»

Dado que los temas transversales que se tratan tienen un fuerte componente actitudinal, los profesores debemos aprovechar el rol que desempeñamos para promover la reflexión sobre los valores y creencias que atañen a nuestra sociedad, siendo un objetivo fundamental que los alumnos por un lado se sientan libres de tomar decisiones y, por otro, ser capaces de respetar otros puntos de vista diferentes a los propios. Los contenidos transversales se incluirán en el desarrollo diario de las clases, integrando la igualdad de género como un objetivo primordial, favoreciendo una práctica real y efectiva de la igualdad. Además, favoreceremos el fortalecimiento del respeto de los derechos humanos y libertades fundamentales. Valorando el papel de las Administraciones Públicas como garantes de los derechos y libertades de los ciudadanos, y la importancia del cumplimiento de las normas en materia fiscal y de Seguridad Social como elementos básicos de un Estado solidario. Y por último también trataremos cuestiones sobre el medio ambiente potenciando el uso de materiales reciclados y, teniendo en cuenta la prevención de riesgos laborales, concienciándose al alumnado, a través de las actividades que se realicen, de la importancia de adquirir hábitos saludables en el entorno laboral para eliminar o reducir los riesgos laborales y de incorporarlos al resto de las facetas de la vida del trabajador/a.

La Programación General Anual recoge la transversalidad para tratar la educación en valores:

A este respecto, todas las Programaciones Didácticas deben recoger esta transversalidad de manera obligatoria. Y más concretamente:

- Sin perjuicio de su tratamiento específico en algunas de las asignaturas de cada etapa, la comprensión lectora, la expresión oral y escrita, la comunicación audiovisual, las Tecnologías de la Información y la Comunicación, el emprendimiento y la educación cívica y constitucional se trabajarán en todas las asignaturas.

- Se fomentará la calidad, equidad e inclusión educativa de las personas con discapacidad, la igualdad de oportunidades y no discriminación por razón de discapacidad, medidas de flexibilización y alternativas metodológicas, adaptaciones curriculares, accesibilidad universal, diseño para todos, atención a la diversidad y todas aquellas medidas que sean necesarias para conseguir que el alumnado con discapacidad pueda acceder a una educación educativa de calidad en igualdad de oportunidades.

- Se fomentará la igualdad efectiva entre hombres y mujeres y la prevención de la violencia de género, y de los valores inherentes al principio de igualdad de trato y no discriminación por cualquier condición o circunstancia personal o social.

- Se fomentará el aprendizaje de la prevención y resolución pacífica de conflictos en todos los ámbitos de la vida personal, familiar y social, así como de los valores que sustentan la libertad, la justicia, la igualdad, el pluralismo político, la paz, la democracia, el respeto a los derechos humanos y el rechazo a la violencia terrorista, la pluralidad, el respeto al Estado de derecho, el respeto y consideración a las víctimas del terrorismo y la prevención del terrorismo y de cualquier tipo de violencia.

- Se incorporarán elementos curriculares orientados al desarrollo y afianzamiento del espíritu emprendedor y se fomentarán las medidas para que el alumnado participe en actividades que le permita afianzar el espíritu emprendedor y la iniciativa empresarial a partir de aptitudes como la creatividad, la autonomía, la iniciativa, el trabajo en equipo, la confianza en uno mismo y el sentido crítico.

- Se adoptarán medidas para que la actividad física y la dieta equilibrada formen parte de la práctica diaria de los alumnos y alumnas, en los términos y condiciones que, siguiendo las recomendaciones de los organismos competentes, garanticen un desarrollo adecuado para favorecer una vida activa, saludable y autónoma.

- En el ámbito de la educación y la seguridad vial, se incorporarán elementos curriculares y se promoverán acciones para la mejora de la convivencia y la prevención de los accidentes de tráfico, con el fin de que el alumnado conozca sus derechos y deberes como usuario de las vías, en calidad de peatón, viajero y conductor de bicicletas, respete las normas y señales, y se favorezca la convivencia, la tolerancia, la prudencia, el autocontrol, el diálogo y la empatía con actuaciones adecuadas tendentes a evitar los accidentes de tráfico y sus secuelas. En nuestro centro lo anterior se materializa ya entre otros muchos aspectos mediante: el Proyecto IGUÁLATE (Consejería de Educación), HÁBITOS DE CONSUMO SALUDABLES ANEXO 16 (Ayuntamiento de LPGC), PROYECTO HOMBRE (4º ESO y FPB dentro de la acción tutorial), PROYECTO ENLAZA (Ciclos Formativos).

CRITERIOS COMUNES PARA FOMENTAR LA IGUALDAD EFECTIVA (PGA)

1. Revisar la presencia de referentes diversos en nuestras propuestas curriculares: número equilibrado de mujeres y hombres a los que se alude, no ocultar las preferencias sexuales diversas explícitas o las identidades sexuales de esos referentes si se han significado por ello, modelos diversos de familias en los ejemplos o materiales que se utilicen, evidenciar la ocultación social e histórica de la diversidad.

2. Revisar el uso de un lenguaje inclusivo: no sobreentender que el masculino recoge la idea de lo genérico, utilizar el sujeto persona ayuda a ello; hacer uso de los epicenos (Se llama epiceno a un sustantivo animado que designa por igual a individuos de ambos sexos, e independientemente del género gramatical del sustantivo); desterrar comentarios sexistas jocosos o no; no hacer del lenguaje inclusivo un mal sobrevenido.

3. Incluir las aportaciones de mujeres particulares a la historia del pensamiento o las conquistas del movimiento feminista al concepto de derechos universales; actividades, textos, explicaciones que giren en torno a estas aportaciones; ayudar a entender fenómenos como el de la violencia de género, desigualdad salarial, feminización de la pobreza, cosificación de la imagen y los cuerpos o la trata de personas para fines sexuales como la presencia patriarcal a la que se ha opuesto el movimiento feminista desde sus inicios y que gracias a él se ha evidenciado esta presencia y se ha combatido en alguna medida; incluir aspectos de educación afectivo-sexual en la labor tutorial.

4. Valorar la esfera de los cuidados como parte esencial del desarrollo de la vida; a través de distintas propuestas metodológicas ayudar a responsabilizarse por igual de los cuidados, identificarlos, valorarlos, organizarlos; cuestionar el orden establecido que sobrevalora la esfera productiva...

5. Prestar atención a la organización no sexista del aula y de otros espacios comunes, la composición de los equipos de trabajo, la distribución equitativa de las responsabilidades, los tiempos de participación y la representatividad dentro del grupo. Existe mucho material escrito sobre este tema

Desde el punto de vista de la educación en valores, el artículo 39.1 de la LOE, establece que la formación profesional no solo comprende las acciones formativas que capacitan para el desempeño de las diversas profesiones y el acceso al empleo, sino que también contribuyen a la participación activa en la vida social y cultural además de la económica. Por su parte, en su apartado segundo, viene a disponer que la forma profesional, en el sistema educativo tiene por finalidad preparar a los alumnos y las alumnas para la actividad en un campo profesional y facilitar su adaptación a las modificaciones laborales que pueden producirse a lo largo de su vida, así como contribuir a su desarrollo personal y al ejercicio de una ciudadanía democrática. Por tanto, los profesionales de la educación, nos vemos obligados a tener que entrar de lleno en la educación en valores dentro de la Formación Profesional. Asimismo, cabe destacar que los contenidos del módulo son idóneos para la introducción de temas transversales en el proceso de enseñanza aprendizaje. Al estar las materias íntimamente relacionadas con la vida cotidiana, al aplicarlas dentro del proceso de enseñanza, estamos contribuyendo a la obtención de una formación más completa y acorde a las necesidades sociales de los alumnos, teniendo como objeto que los mismos puedan integrarse en la sociedad de una manera más autónoma y solidaria.

El artículo 121 de la LOE, habla sobre la transversalidad y establece que el proyecto educativo del centro recogerá los valores, los objetivos y las prioridades de actuación. Asimismo, incorporará la concreción de los currículos establecidos por la Administración educativa que corresponde fijar y aprobar al Claustro, así como el tratamiento transversal en las áreas, materias o módulos de la educación en valores y otras enseñanzas.
Dado que los temas transversales que se tratan tienen un fuerte componente actitudinal, los profesores debemos aprovechar el rol que desempeñamos para promover la reflexión sobre los valores y creencias que atañen a nuestra sociedad, siendo un objetivo fundamental que los alumnos por un lado se sientan libres de tomar decisiones y, por otro, ser capaces de respetar otros puntos de vista diferentes a los propios. Los contenidos transversales se incluirán en el desarrollo diario de las clases, integrando la igualdad de género como un objetivo primordial, favoreciendo una práctica real y efectiva de la igualdad. Además, favoreceremos el fortalecimiento del respeto de los derechos humanos y libertades fundamentales. Valorando el papel de las Administraciones Públicas como garantes de los derechos y libertades de los ciudadanos, y la importancia del cumplimiento de las normas en materia fiscal y de Seguridad Social como elementos básicos de un Estado solidario. Y por último también trataremos cuestiones sobre el medio ambiente potenciando el uso de materiales reciclados y, teniendo en cuenta la prevención de riesgos laborales, concienciándose al

alumnado, a través de las actividades que se realicen, de la importancia de adquirir hábitos saludables en el entorno laboral para eliminar o reducir los riesgos laborales y de incorporarlos al resto de las facetas de la vida del trabajador/a.

Asimismo, se promoverá el uso adecuado de las instalaciones y equipos disponibles, tomando conciencia de la importancia del cuidado de los mismos.
Con el trabajo en grupo propiciamos que los alumnos reconozcan las dificultades y ventajas de la cooperación, además del fomento del respeto a las diferencias individuales y la superación de problemas de aprendizaje, relaciones….mediante la cooperación mutua.

2.6. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.

La atención a la diversidad se incardina en el sistema educativo como un principio fundamental que debe regir en toda enseñanza básica, con el fin de facilitar a todos los estudiantes una educación apropiada a su perfil, características y necesidades. Como es sabido en el aula pueden coexistir personas con distintos ritmos de aprendizaje, con diferentes aptitudes, intereses, motivaciones y procedencias sociales, geográficas y culturales. De ahí que, para amoldar la educación a dicha diversidad, en el artículo 1 apartado b) de la ley 3/2020 de 29 de diciembre de reforma de la Ley 2/2006 Orgánica de Educación, nos habla del principio de la equidad: "la equidad, que garantice la igualdad de oportunidades, la inclusión educativa y la no discriminación y actúe como elemento compensador de las desigualdades personales, culturales, económicas y sociales, con especial atención a las que deriven de discapacidad".

Siguiendo esta misma línea el apartado e) del meritado artículo establece, también como principio inspirador de nuestro sistema, su flexibilidad a la hora de adecuar la educación a la diversidad existente de aptitudes, intereses, expectativas y necesidades del alumnado así como los cambios que experimenten el alumnado y la sociedad.

Debemos tener en cuenta que en la Formación Profesional se elaboran adaptaciones curriculares no significativas, entendiendo por éstas, que pueden realizarse modificaciones de los elementos no prescriptivos o básicos del currículo, cambios en las actividades o tipos de ejercicios, metodología, adecuación de los tiempos o sobre la manera de llevar a cabo técnicas de evaluación. Desde el módulo de Preparación de pedidos y venta de productos durante la primera sesión del curso se llevará a cabo una evaluación inicial, que nos permitirá definir cuáles son los diferentes niveles de aprendizaje de los estudiantes. Y también si tras la evaluación inicial se detectase algún alumno o alumna con necesidades específicas, se emplearán las previsiones del Proyecto Educativo del centro. Asimismo, si concurre alumnado con algún tipo de discapacidad sensorial, que obstaculice su proceso de enseñanza-aprendizaje, el docente requerirá al Departamento de Orientación, el apoyo de profesionales o técnicos especializados para lograr una correcta comunicación con el alumno o alumna afectado, atendiendo a una posible adaptación curricular individual y no significativa que se le haya realizado al mismo.

2.6.1. <u>Ritmos de Aprendizaje.</u>

Si la diversidad viene motivada por la distinta procedencia académica y profesional del alumnado, se tendrá en cuenta las siguientes cuestiones:

- Para aquellos alumnos y alumnas que hubieran cumplido los objetivos antes que el resto del grupo (por razones de estudio previo del tema en otro ciclo formativo, estudios universitarios, experiencia laboral previa, etc.) se les plantearán **actividades de profundización o ampliación** que requieran un mayor rigor técnico sobre la materia.

- Para aquellos con mayor dificultad en el aprendizaje se elaborará un bloque de actividades de contenido similar a las realizadas en clase, que deberán ser realizadas de forma individual y, que van a servirles **de actividades de refuerzo** para analizar la misma cuestión desde distintos puntos de vista.

- Para aquellos alumnos y alumnas que les resulte sencillo la comprensión y el aprendizaje de las actividades a realizar, se propondrán de forma individual o en grupo actividades para profundizar en aquellos temas que les interesen más. Principalmente este tipo de actividades consistirá en la realización de trabajos.

2.6.2. Medidas de refuerzo de adaptación de los alumnos NEAE.

Por su parte, el RD 1147/2011, en su artículo 8.4 recoge: "Los centros de formación profesional aplicarán los currículos establecidos por la Administración educativa correspondiente, de acuerdo con las características y expectativas del alumnado, con especial atención a las necesidades de aquellas personas que presenten una discapacidad.

En cuanto a la normativa autonómica debemos resaltar la aplicación del Real Decreto 25/2018, de 26 de febrero, por el que se regula la atención a la diversidad en el ámbito de las enseñanzas no universitarias de la Comunidad Autónoma de Canarias, que vino a derogar el Decreto 104/2010, de 29 de julio, por el que se regulaba la atención a la diversidad del alumnado en el ámbito de la enseñanza no universitaria de Canarias, que se aplicará de forma supletoria para el resto de las enseñanzas no universitarias en defecto de la normativa específica que regule la atención a la diversidad.

Siempre debemos facilitar la adaptación a los diferentes ritmos de aprendizaje, dando respuesta tanto a aquellos alumnos que no presenten dificultades significativas para alcanzar los objetivos, como a aquellos que necesiten una atención más específica en un momento determinado y en especial al alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo, en cuanto a los alumnos extranjeros, su presencia va a propiciar el conocimiento de otras culturas, tradiciones y costumbres, favoreciendo y enriqueciendo la diversidad del grupo. Asimismo, tanto las actividades como los exámenes se adaptarán a tales circunstancias permitiendo a los alumnos de incorporación tardía el uso de diccionarios y en las pruebas de conocimiento incorporando herramientas visuales que, les permitan asociar el contenido. Finalmente, si fuera necesario se llevarán a cabo adaptaciones en los espacios físicos, a través de la eliminación de barreras arquitectónicas, o, en su caso agrupando a los alumnos y alumnas para favorecer la ayuda mutua a través de las interrelaciones, según la actividad y los objetivos que se desean alcanzar o si el alumno o alumna tiene un problema de audición se adoptarán medidas como: situarla en la mesa más próxima al profesor y cerca de la pizarra, escribiendo en la pizarra, hablándole alto y despacio.

2.7. Evaluación.

La evaluación será continua, tal y como se establece en la normativa aplicable a la Formación Profesional. Ello supone que se evaluará todo el proceso de enseñanza-aprendizaje, además del logro de las capacidades/objetivos/resultados de aprendizaje establecidos para el módulo.

En base a ello todas las actividades desarrolladas serán objeto de evaluación, no planteándose, en principio, actividades exclusivamente de evaluación, siendo pues que todas las actividades lo serán de enseñanza, aprendizaje y evaluación.

Así pues, esta programación se construye con la perspectiva de que la evaluación será continua, integradora, personalizada, compartida y retroalimentadora.

Integral, ya que no evalúa sólo contenidos conceptuales, sino también y **sobre todo** las habilidades y destrezas procedimentales y las actitudes adquiridas/demostradas.
Continua y **personalizada**, ya que permite conocer la evolución del proceso de enseñanza-aprendizaje a cada alumno en cada momento.
Compartida, ya que se requiere la participación activa del alumnado tanto durante el proceso como en la valoración del resultado de trabajo propio, de forma tal que se haga consciente lo que le separa, en su caso, de los objetivos propuestos. Para ello el alumno participará activamente en procesos de autoevaluación y coevaluación de las actividades realizadas y de la eficiencia obtenida.
Retroalimentadora, en la medida en que proporcionará información útil para ajustar y mejorar las actividades, el diseño de esta propuesta en futuros cursos.

Los criterios de evaluación definidos para el módulo son el referente fundamental para valorar, tanto el grado de consecución de los resultados de aprendizaje, como el grado de adquisición de las competencias profesionales, personales y sociales, incluidas las competencias básicas, y en última instancia de la competencia general

del Título, objetivo último y común de éste y el resto de los módulos del ciclo formativo. Asimismo, y en un nivel de concreción más próximo a cada Unidad de Trabajo diseñada, los contenidos enunciados para cada UT se erigen como criterios de evaluación de dicha UT.

Las **actitudes** se constituyen, junto con los procedimientos, en parte integrante y fundamental de todo el proceso de aprendizaje, siendo que además de las previstas para cada Unidad de Trabajo y actividades, se prevé hacer especial hincapié en las siguientes actitudes transversales al rol profesional al que está asociado este módulo, y por tanto serán evaluadas de forma conjunta con los otros contenidos previstos:

- Curiosidad por conocer los avances tecnológicos en el uso de aplicaciones ofimáticas y su influencia en la actividad comercial del entorno.
- Realización de búsqueda y análisis de información sobre diferentes aspectos relacionados con la actividad comercial que complemente la información disponible.
- Participación activa y crítica en las discusiones y debates.
- Respeto por las normas de seguridad e higiene, prevención de riesgos laborales, y protección medioambiental, aplicables en las operaciones con ordenadores y sus periféricos, para seguridad de sus clientes y de la suya propia y para la imagen del establecimiento.
- Curiosidad y respeto hacia las ideas, valores y soluciones técnicas aportadas por otras personas.
- Actitud ordenada y metódica en el trabajo, planificando con antelación el desarrollo de las tareas y mostrando iniciativa y persistencia ante las dificultades y obstáculos encontrados.
- Actitud positiva y motivación en su equipo para la ejecución y resolución de

las tareas que se proponen, participando solidariamente en las tareas de equipo.

La calificación se establecerá en función de la dificultad que presente cada actividad y su importancia en cuanto la contribución a la consecución del objetivo general del módulo. Con carácter general se evaluaran objetivos referidos a:

- Expresión oral y escrita.
- Compresión.
- Puntualidad y formalización en la entrega de trabajos.
- Asistencia y puntualidad.
- Participación.

En cuanto a los **criterios de calificación** del módulo, si bien en cada Unidad de Trabajo y actividad se establecen las indicaciones relativas a la calificación específica de cada actividad, en términos generales y en coherencia con el enfoque de la programación diseñada, se desarrollará según los siguientes criterios:

1. Contenidos Procedimentales: 60 %
2. Contenidos Conceptuales y Actitudinales. 40 %

Para la recogida de información que permitirá evaluar cada actividad, y su correspondiente ponderación, se aplicarán las siguientes **Pautas de Observación**:

- Comprende adecuadamente las lecturas, relatos e información que recibe.
- Repite información recibida, elaborándola con sus propias palabras.
- Escribe con corrección ortográfica.
- Elabora textos con precisión.
- Analiza y resuelve correctamente las actividades propuestas.
- Se expresa con claridad.
- Utiliza vocabulario preciso y con propiedad.
- Redacta con claridad y fluidez.
- Utiliza técnicas y procesos adecuados.
- Presenta documentos, informes y actividades con precisión, orden y limpieza.
- Es puntual en la entrega de trabajos, informes o actividades.
- Es constante en sus tareas. Participa activamente.
- Asiste con puntualidad y regularidad.
- Muestra satisfacción por el trabajo riguroso y bien hecho.
- Es respetuoso/a con las ideas y aportaciones de los demás.
- Se integra bien en diferentes grupos.
- Es solidario/a con las decisiones del grupo.

- Anima y estimula la participación en las actividades propuestas.
- Es crítico ante la información que recibe.
- Tiene iniciativa ante problemas que se le plantean.
- Cuida los recursos que utiliza (aula, equipos, materiales), evitando costes innecesarios y perjuicios medioambientales.
- Autoevalúa las actividades realizadas con sentido crítico.

Como instrumentos de evaluación se emplearán tanto las hojas de actividad para la recogida de la información como en hojas de cálculo para realizar las ponderaciones correspondientes, obtener la calificación de cada actividad, así como por adición y ponderación, la calificación final del módulo. No obstante, los resultados así obtenidos serán objeto de análisis para, en su caso, y con la argumentación que corresponda, hacer los ajustes que procedan.

Habrá una prueba objetiva al menos cada evaluación, que podría ser sin previo aviso, que valora el trabajo en clase (procedimientos) y sin embargo se tendrá en cuenta como contenido

Cada alumno/a deberá usar la plataforma Google Classroom donde entregar y almacenar la información complementaria y actividades generadas en el módulo, siendo que dicho soporte será el instrumento básico para la entrega de trabajos, con lo que además de propiciar la coherencia de respeto medioambiental en la medida en que se evitan impresiones de documentos, evita o minimiza los contactos físicos, como medida de prevención de contagios por Covid-19. Su no disposición en tiempo y forma adecuados dará lugar a que la actividad de que se trate sea considerada como no entregada/realizada.

La evaluación final será la nota ponderada de las tres evaluaciones ponderadas en función de los coeficientes 25% la nota del primer trimestre, 25% del segundo trimestre, 50 % el tercer trimestre.

2.8. Planes de recuperación.

En la medida en que sea necesario, y a partir de las necesidades individuales del alumnado, se plantearán actividades de refuerzo, ampliación y recuperación, según los casos, para lo cual serán de referencia tanto el currículo de los diferentes módulos profesionales que componen el ciclo formativo (en caso de necesidades en un ámbito específico) como las propias UT programadas, a las que se podrán añadir actividades complementarias que favorezcan la adquisición de las capacidades previstas para el módulo profesional.

Teniendo en cuenta que la evaluación es continua, aquellos alumnos que no tengan evaluación positiva cada trimestre podrán recuperar el módulo realizando las actividades de recuperación que convenientemente se plantearían durante el siguiente trimestre. En todo caso, se debe tener en cuenta que la evaluación positiva del módulo a final de curso

requiere la evidencia de que se alcanzan las capacidades previstas en el currículo correspondiente, con el grado de complejidad que contemplan los criterios de evaluación de cada capacidad. El dominio de las capacidades citadas debe serlo en al menos un 50% de cada una de ellas.

El alumnado que no asista a las actividades previstas por causa de fuerza mayor (enfermedad con certificado médico, asistencia a juicio, muerte de un familiar directo), tendrán derecho a resolver las actividades previstas para el alumnado en general en un nuevo plazo que convenientemente se establecería, preferentemente de común acuerdo entre alumno-profesor sin menoscabo de la legalidad vigente y criterios a tal fin descrito en el Centro.

Aquellos alumnos/as que hayan perdido el derecho a la evaluación continua por absentismo injustificado deberán realizar las diferentes pruebas prácticas diseñadas en la fecha acordada por el Departamento y que les lleven a alcanzar los contenidos mínimos establecidos en la programación.

El alumnado que requiera recuperación de algún trimestre/evaluación, en caso de evaluación positiva de las actividades de recuperación realizadas, su nota máxima será de Bien (6) si la recuperación se realiza en el trimestre/evaluación siguiente; y de Suficiente (5) si lo fuera en una convocatoria extraordinaria al final de curso.

Evaluación del alumnado con pérdida de evaluación continua

La recuperación del alumnado con pérdida de evaluación continua consistirá en la realización de una prueba escrita con carácter conceptual y procedimental y en la realización de un conjunto de actividades y/o trabajos correspondientes a las competencias que el profesorado considerase para cada módulo, lo cual deberá ser entregado en la fecha de realización de la prueba escrita. Dicha entrega será condición indispensable para poder realizar la misma.

Los apartados de valoración anterior deben obtener un mínimo del 50% cada uno para considerar superado el módulo evaluado. Cuando un uno de ellos no sea igual o superior al 50% de calificación se considerará el módulo no superado"

Evaluación del alumnado con módulos pendientes

Teniendo en cuenta que la mayoría del alumnado no puede asistir a clases del módulo de pendiente por tener el mismo horario que los módulos de segundo curso y no hay hora/s asignadas para módulos pendientes, se evaluará de la siguiente manera:

- Se tendrá en cuenta el informe individualizado del alumnado (plan de recupe-

ración personalizado) en el que se indica la valoración del aprendizaje realizado en el curso anterior, el grado de consecución de capacidades y la asignación de las actividades de recuperación.

- El alumnado tendrá que realizar las actividades previstas que deberá entregar en tiempo y forma, controles y exámenes trimestrales en las fechas que se le indique y examen final en la fecha que se publique Jefatura de Estudios.
- El profesorado encargado del módulo realizará un seguimiento del alumnado.
- En caso de que por cualquier motivo no exista un informe individualizado, por ejemplo que el alumnado cursara el primer curso en otra autonomía, el alumnado se evaluará a lo largo de los dos primeros trimestres. Si no se ha presentado o no ha superado el módulo tendrá que ser evaluado nuevamente en la fecha que indique Jefatura de Estudios de la/s parte/s pendientes.
- En todos los casos se tendrá en cuenta la programación del módulo.

3. SECUENCIA DE UNIDADES DE TRABAJO (U.T.)

Unidad 1 La distribución comercial y el consumidor

1. Contenidos

- La distribución comercial.
- Formas de distribución comercial.
  - Distribución con establecimiento comercial y con contacto.
  - Distribución con establecimiento comercial sin contacto.
  - Distribución sin establecimiento comercial y con contacto.
  - Distribución sin establecimiento comercial sin contacto.
- El merchandising.
- Técnicas del merchandising.
  - Llevadas a cabo por el fabricante.
  - Llevadas a cabo de forma conjunta por el fabricante y el distribuidor. Trade marketing.
  - Llevadas a cabo por el distribuidor o detallista.
- Tipos de merchandising.
  - De presentación.
  - De seducción
  - De gestión.
- El merchandising y el cliente.
- Determinantes del comportamiento del consumidor.
- Fases en el proceso de decisión de compra
  - Reconocimiento de la necesidad.
  - Búsqueda de información.
  - Evaluación de la información.
  - Decisión y acto de compra.
  - Consumo y evaluación poscompra.
- Comportamiento del cliente en el punto de venta.
- Tipos de compras
  - Compras previstas.
  - Compras impulsivas.

2. Resultados de aprendizaje

- Distingue las características de los distintos tipos de canales de distribución.
- Comprende las diferentes estrategias de distribución.
- Identifica las formas de distribución comercial.
- Reconoce la finalidad de los distintos tipos de merchandising.
- Conoce y examina las distintas etapas del proceso de decisión de compra.
- Diferencia los distintos tipos de compras.

3. Criterios de evaluación

- Se ha definido la distribución comercial y se han diferenciado los distintos canales y políticas de distribución.
- Se han analizado las distintas formas de distribución comercial.
- Se ha visto hacia dónde va la distribución comercial.
- Se ha definido el merchandising.
- Se han analizado las técnicas y los distintos tipos de merchandising.
- Se han analizado las fases en el proceso de decisión de compra.
- Se ha estudiado el comportamiento del cliente en el punto de venta.

Unidad 2 Políticas de comunicación

1. Contenidos

- La información y la comunicación en la empresa.
- La comunicación comercial.
    - Elementos básicos de la comunicación comercial.
- El marketing mix.
- Mix de la comunicación.
    - La publicidad.
    - La promoción de ventas
    - El marketing directo.
    - Las relaciones públicas
    - La venta personal.
    - El merchandising

- El informe o plan de comunicación.

    - Concreción de los objetivos.
    - Definición del público objetivo.
    - Establecimiento del contenido de la campaña.
    - Selección del mix de la comunicación.
    - Selección de la estrategia a seguir.
    - Definición de acciones, cronograma y presupuesto.
    - Control y seguimiento permanentes.

2. Resultados de aprendizaje

- Diferencia entre información y comunicación.
- Identifica la comunicación comercial.
- Conoce las variables del marketing mix.
- Distingue los distintos elementos de la comunicación comercial.
- Reconoce los elementos del mix de la comunicación.
- Conoce los objetivos y funciones de la comunicación comercial.
- Elabora un plan de comunicación.

3. Criterios de evaluación.

- Se ha distinguido entre información y comunicación.
- Se ha descrito en qué consiste la comunicación comercial.
- Se han distinguido entre los distintos públicos a los que se dirigen las relaciones públicas.
- Se ha definido el marketing mix y sus elementos.
- Se ha definido el mix de la comunicación.
- Se han diferenciado y definido los distintos instrumentos del mix de la comunicación.
- Se han identificado las fases del plan de comunicación.

Unidad 3 Elementos exteriores del punto de venta. El escaparate

1. Contenidos

- Elementos exteriores: rótulo, entrada y escaparate.
  - Rótulo.
  - Entrada.
  - Escaparate: Funciones y Tipos.
- Escaparate virtual.
- Planificación del escaparate.
  - Cronograma.
- Medidas de análisis del escaparate.
- Percepción y memoria selectiva.
- Presupuesto de los escaparates.

2. Resultados de aprendizaje

- Identifica los distintos elementos que componen la fachada.
- Reconoce la finalidad de cada elemento.
- Distingue las características de los distintos tipos de escaparates.
- Realiza la planificación de un escaparate.
- Analiza el impacto visual de las diferentes zonas del escaparate.
- Comprende e interpreta los diferentes ratios que miden la eficacia del escaparate.
- Conoce la importancia de la realización del presupuesto.

3. Criterios de evaluación

- Se han identificado los distintos elementos que componen la fachada.
- Se ha reconocido la finalidad de cada elemento.
- Se han distinguido las características de los distintos tipos de escaparates.
- Se ha realizado la planificación de un escaparate.
- Se ha analizado el impacto visual de las zonas del escaparate.
- Se han comprendido e interpretado los diferentes ratios que miden la eficacia del escaparate.
- Se ha analizado la importancia de la realización del presupuesto.

Unidad 4 Técnicas de escaparatismo

1. Contenidos

- El proceso de diseño.

o Fases del proceso de diseño.

- Condicionantes del diseño.
- Diseño.
  - Composición.
  - Color.
  - Iluminación.
- El boceto.
- La maqueta.

2. Resultados de aprendizaje

- Diseñar un escaparate.

- Aplicar técnicas compositivas de diseño de escaparates.
- Utilizar la teoría del color para el diseño de escaparates.
- Seleccionar la forma de iluminar más adecuada para un determinado diseño.
- Realizar bocetos y maquetas de escaparates.

3. Criterios de evaluación

- Se ha diseñado un escaparate.
- Se han aplicado técnicas compositivas de diseño de escaparates.
- Se ha utilizado la teoría del color para el diseño de escaparates.
- Se ha seleccionado la forma de iluminar más adecuada para un determinado diseño.
- Se han realizado bocetos y maquetas de escaparates.

Unidad 5 El montaje del escaparate

- Contenidos
- Planificación del proceso de montaje
  - La ejecución del montaje
  - Control
- Herramientas, materiales y técnicas.
- Accesorios del escaparate
  - El maniquí
  - Los expositores
- Iluminación
- Seguridad del escaparate

2. Resultados de aprendizaje

- Planifica el montaje del escaparate.
- Realiza un cronograma del montaje del escaparate.
- Distingue los tipos de accesorios más utilizados en escaparatismo.
- Elige el tipo de luces más adecuado para el escaparate.
- Interpreta la normativa relativa a la seguridad en el montaje de escaparates.

3. Criterios de evaluación

- Se ha planificado el montaje del escaparate.
- Se ha realizado un cronograma del montaje del escaparate.
- Se han distinguido los tipos de accesorios más utilizados en escaparatismo.
- Se ha elegido el tipo de luces más adecuado para el escaparate.
- Se ha interpretado la normativa relativa a la seguridad en el montaje de escaparates.

Unidad 6 Organización de la superficie comercial

1. Conceptos

- Implantación del punto de venta.
  - Comercio tradicional y libre servicio.
  - La puerta de entrada.
  - Distribución de la superficie.
  - Secciones.
- Circulación.
  - Pasillos.
  - Disposición del mobiliario.
  - Coeficiente de ocupación del suelo.
  - Velocidad de la marcha.
  - Duración de la compra.
- Mobiliario.
- Iluminación.
- Visual merchandising virtual
- Recursos humanos en el punto de venta.
  - Coordinador de zona.
  - Encargado del merchandising en tienda.

2. Resultados de aprendizaje

- Distingue las peculiaridades que caracterizan al comercio tradicional y al libre servicio.
- Plantea propuestas de implantación de zonas y secciones en el punto de venta.
- Detecta las variables que pueden influir en los flujos de circulación de clientes.
- Identifica los diferentes tipos de mobiliario.
- Reconoce la finalidad de los distintos tipos de iluminación interior.
- Comprende la importancia de la utilización de aplicaciones informáticas de diseño de interiores.
- Conoce las distintas responsabilidades de los encargados de merchandising.

3. Criterios de evaluación

- Se ha definido la distribución comercial bajo el régimen tradicional y el de libre servicio.

- Se han analizado las consideraciones a tener en cuenta a la hora de realizar una implantación de zonas y secciones.
- Se ha visto las variables que pueden influir en los recorridos y velocidades de circulación.
- Se ha definido los diferentes tipos de mobiliario.
- Se han reconocido las diferentes formas de iluminación interior.
- Se ha analizado la importancia de la utilización de aplicaciones informáticas de diseño de interiores.
- Se han identificado las distintas tareas de los encargados de merchandising.

Unidad 7 El surtido

1. Contenidos

- Concepto de surtido
  - Objetivos
  - Características
- La estructura del surtido
- Clasificación de los tipos de surtidos
- Dimensiones del surtido
- Cualidades del surtido
  - Coherencia
  - Dinamismo
  - Rentabilidad
  - Trazabilidad
- Selección de las referencias
- Supresión de referencias
- Determinación del surtido
- Codificación del surtido
  - Ventajas de la codificación
  - Tipos de codificación
  - Código de barras
- Organismos reguladores
- Codificación GTIN
  - Tecnología RFID

2. Resultados de aprendizaje

- Aprecia la relevancia del surtido.
- Distingue y maneja las características, los objetivos, la clasificación y los tipos de surtidos.
- Diferencia entre la amplitud, la anchura y la profundidad del surtido.
- Analiza cómo elegir las referencias.
- Decide qué referencias suprimir del lineal.
- Considera los métodos de determinación del surtido.
- Reconoce los distintos tipos de codificación

3. Criterios de evaluación

- Se ha definido el surtido, los objetivos y las características.
- Se ha distinguido la estructura.
- Se ha diferenciado la clasificación.
- Se han identificado las cualidades del surtido
- Se han analizado los criterios para la selección y supresión de referencias.
- Se ha analizado el método ABC para la determinación del surtido.
- Se han identificado los distintitos tipos de codificación del surtido.

Unidad 8 El lineal

1. Contenidos

- El lineal.
  - El facing de un producto.
- Zonas y niveles del lineal.
  - Variaciones de nivel.
- Implantación de productos en el lineal.
  - Asignación del lineal mediante el método de reaprovisionamiento.
  - Determinación del lineal mínimo.
  - Determinación del lineal óptimo.
- Disposición de los productos en el lineal.
- Programas informáticos de gestión de espacios.
- El lineal virtual.

2. Resultados de aprendizaje

- Determina el lineal y número de facing asignado a un producto.
- Utiliza las características técnicas, comerciales y psicológicas de los productos en la asignación del lineal.
- Determina el lineal mínimo y lineal óptimo de un producto.
- Distribuye los productos en el lineal según diferentes tipos de presentación.
- Analiza el lineal virtual de una empresa.

3. Criterios de evaluación

- Se ha determinado el lineal y número de facing asignado a un producto.
- Se han utilizado las características técnicas, comerciales y psicológicas de los productos en la asignación del lineal.
- Se ha determinado el lineal mínimo y lineal óptimo de un producto.
- Se han distribuido los productos en el lineal según diferentes tipos de presentación.
- Se ha analizado el lineal virtual de una empresa.

Unidad 9 Análisis de las acciones de merchandising

1. Contenidos

- Las acciones de merchandising.
- Acciones relativas al producto.
  - Margen bruto comercial.
  - Ventas netas.
  - Beneficio Bruto.
  - Índice de rotación.
  - Índice de lineal.
  - Rentabilidad del lineal.
    - Rentabilidad lineal media.
    - Rentabilidad comparada.
  - Coeficiente de rentabilidad.
  - Índice de atracción de los productos.
- Acciones relativas al punto de venta.
  - Índice de circulación.
  - Índice de atracción.
  - Índice de compra.
  - Rentabilidad del punto de venta.
- Beneficio Directo del Producto.
  - Creación de la matriz portfolio.
- Aplicaciones informáticas.

2. Resultados de aprendizaje

- Distingue los instrumentos de control empleados para valorar la rentabilidad del punto de venta.

- Reconoce la finalidad de los distintos tipos de ratios de control.
- Comprende y analiza de forma crítica la información obtenida.
- Plantea propuestas de futuro que mejoren los resultados del establecimiento.
- Conoce la importancia de la utilización de aplicaciones informáticas de gestión de espacio.

3. Criterios de evaluación

- Se ha analizado la necesidad de realizar análisis periódicos para valorar los resultados que generan las acciones de merchandising tomadas por el establecimiento.
- Se han definido los instrumentos control necesarios para evaluar los resultados del establecimiento.
- Se han dado pautas para el análisis e interpretación de los resultados obtenidos.
- Se ha visto las ventajas que proporcionan las nuevas tecnologías en cuanto a la gestión del espacio.

Unidad 10 La publicidad en el lugar de venta

1. Contenidos

- Publicidad.
  - Objetivos, características y funciones de la Publicidad en el lugar de venta.
  - Formas de la Publicidad en el lugar de venta.
- Carteles.
  - Carteles de precio.
  - Elaboración de los carteles de precio.
  - Colocación de los carteles de precio.
  - Rotulación.

2. Resultados de aprendizaje

- Diferencia los tipos de publicidad en el lugar de venta.
- Elegir el modelo de publicidad en el lugar de venta más adecuado para una empresa o un producto.
- Distinguir los tipos de carteles.
- Diseñar carteles utilizando diferentes técnicas gráficas y rotulación.
- Realizar distintos tipos de packaging.

3. Criterios de evaluación

- Se han diferenciado los tipos de publicidad en el lugar de venta.
- Se ha elegido el modelo de publicidad en el lugar de venta más adecuado para una empresa o un producto.
- Se han distinguido los tipos de carteles.
- Se han diseñado carteles utilizando diferentes técnicas gráficas y rotulación.
- Se han realizado distintos tipos de packaging.

Unidad 11 Las promociones de ventas

1. Contenidos

- La promoción. Conceptos y objetivos.
  - La planificación de las promociones.
- Definición de los objetivos de la promoción.
- Elección del tipo de promoción a llevar a cabo
- Establecimiento de la operativa y el calendario o cronograma.
- Elección de los canales de comunicación.
- Realización de estudio previo a la puesta en marcha de la promoción.
- Puesta en marcha de la promoción.
- Evaluación de los resultados.
- Legislación y clasificación de las promociones
  - Legislación.
  - Clasificación de las promociones
- Promociones del fabricante dirigidas a los consumidores
  - Promociones de precio
  - Promociones en especie

- Promociones selectivas
- Promociones de los distribuidores dirigidas a los consumidores.
- Promociones del fabricante dirigidas a los prescriptores y vendedores
- Ratios de control y eficacia de las acciones promocionales.
  - ROI
  - Elasticidad de la promoción
  - Ratios

2. Resultados de aprendizaje

- Conoce las características de las distintas herramientas promocionales.
- Planifica una acción promocional adecuadamente.
- Calcula el punto crítico de una promoción.
- Analiza la eficacia de las acciones promocionales.
- Interpreta la normativa legal que regula la promoción de ventas.

3. Criterios de evaluación

- Se ha descrito en qué consiste la promoción de ventas.
- Se han definido los objetivos que persigue la promoción de ventas.
- Se han identificado las fases de la planificación de una acción promocional.
- Se ha estudiado la legislación que regulan las acciones promocionales.
- Se ha diferenciado entre los distintos tipos de promociones, así como los públicos a quienes se dirigen.
- Se han analizado los distintos ratios de control y eficacia de las acciones promocionales.

Unidad 12 Las relaciones públicas

1. Contenidos

- Concepto y fines de las relaciones públicas.
- Objetivos de comunicación en las RR.PP.
- Técnicas de RR.PP.
  - Nota o comunicado de prensa
  - Rueda de prensa
  - Dosier o carpeta de prensa
  - Newsletter
  - Ferias y congresos
  - Fiestas
  - Patrocinio
  - Mecenazgo
  - Fundaciones
  - Premios, concursos y becas
  - Otras técnicas de relaciones públicas
- Programación de las acciones de las RR.PP.

2. Resultados de aprendizaje

- Identifica las acciones de las relaciones públicas.
- Conoce los objetivos de las relaciones públicas.
- Diferencia los distintos públicos objetivos de las relaciones públicas.
- Distingue entre las diferentes técnicas de las relaciones públicas.
- Planifica y programa las acciones de las relaciones públicas.

3. Criterios de evaluación

- Se ha descrito en qué consisten las relaciones públicas.
- Se han distinguido entre los distintos públicos a los que se dirigen las relaciones públicas.
- Se han definido los objetivos que persiguen las relaciones públicas.
- Se ha diferenciado entre las distintas técnicas de relaciones públicas.
- Se han identificado las fases de la programación de las acciones de las relaciones públicas.