



**DEPARTAMENTO DE
COMERCIO Y MARKETING**

**Programación Didáctica
VENTA TÉCNICA**

CURSO 2022-2023

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 cualificaciones profesionales

1.2. Competencia general del ciclo

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

1.4. Seguimiento, revisión y ajuste de las programaciones.

1.5. Actuaciones previstas según lo contemplado en la memoria 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

* Metodología del módulo.

* Agrupamientos

* Espacios

* Uso de las TICs

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 segunda y 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 Facebook, Instagram y Twitter 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 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 1.200 alumnos y alumnas y sus familias, distribuidos en 46 grupos siendo un centro del Tipo B. El Claustro lo componen aproximadamente 93 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”, la Cruz Blanca, ...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.

Participamos y dinamizamos las siguientes Redes educativas:

Red INNOVAS:

- Igualdad y Educación afectivo-sexual.
- Comunicación Lingüística, Bibliotecas y Radio escolares.
- Familia y participación educativa.
- Arte y acción cultural.

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 título con sus cualificaciones y unidades de competencia y entorno profesional.

- **Identificación del título.**

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.

La normativa aplicable a este título es la siguiente:

Título: Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre (Corrección de errores)

Currículo MECD: Orden ECD/732013 de 23 de enero.

Módulo: Venta Técnica

Código: 1230

Distribución horaria: 126 horas, 6 horas a la semana

- **Relación de cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título.**

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.

- **Entorno profesional.**

1. Las personas que obtienen este título ejercen su actividad en cualquier sector productivo dentro del área de comercialización o en las distintas secciones de establecimientos comerciales, realizando actividades de venta de productos y/o servicios a través de diferentes canales de comercialización o bien realizando funciones de organización y gestión de su propio comercio.

Se trata de trabajadores por cuenta propia que gestionan un pequeño comercio o tienda tradicional, o de trabajadores por cuenta ajena que ejercen su actividad en los departamentos o secciones de comercialización de cualquier empresa u organización, en distintos subsectores:

- En establecimientos comerciales pequeños, medianos o grandes trabaja por cuenta ajena en las diferentes secciones comerciales.
- En la comercialización de productos y servicios por cuenta propia y ajena fuera del establecimiento comercial.
- En el departamento comercial de pymes y empresas industriales.
- En el departamento de atención al cliente/consumidor/usuario de organismos públicos.
- En empresas industriales y comerciales grandes y medianas.
- En el sector del comercio al por menor.

2. Las ocupaciones y puestos de trabajo más relevantes son los siguientes:

- Vendedor.
- Vendedor/a técnico/a.
- Representante comercial.
- Orientador/a comercial.
- Promotor/a.
- Televendedor/a.
- Venta a distancia.
- Teleoperador/a (call center).
- Información/atención al cliente.

- Cajero/a o reponedor/a.
- Operador de contact-center.
- Administrador de contenidos online.
- Comerciante de tienda.
- Gerente de pequeño comercio.
- Técnico en gestión de stocks y almacén.
- Jefe de almacén.
- Responsable de recepción de mercancías.
- Responsable de expedición de mercancías.
- Técnico en logística de almacenes.
- Técnico de información/atención al cliente en empresas.

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 la PGA.

A través de las redes de innovación y emprendimiento y distintos módulos que se imparten en el ciclo, se contribuirá al alcance de los Ejes de Actuación y objetivos estratégicos fijados por la CEUCD, para el curso 2022-2023, y explicitados en la PGA de nuestro centro educativo. En el departamento se priorizan los siguientes ejes:

ENTORNOS EDUCATIVOS SOSTENIBLES. CALIDAD, EQUIDAD E INCLUSIÓN.

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

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

EDUCACIÓN SUPERIOR Y ENSEÑANZAS PROFESIONALES Y DE PERSONAS ADULTAS. TRANSFORMACIÓN DIGITAL. FORMACIÓN 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, DGFPy EA, 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, etc., 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 el curso, a través de nuestras redes sociales, se promocionan nuestras enseñanzas, transmitiendo toda la información de interés al respecto.

Con respecto a nuestra contribución a la difusión y desarrollo de nuestro **PATRIMONIO CULTURAL E HISTÓRICO:**

Al alumnado del primer curso se les acerca a diversas entidades del entorno, realizando visitas a empresas industriales de Canarias como TIRMA, SA, KALISE, SA, Grupo Cencosu,

En el segundo curso, 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 alguna de las empresas del Puerto Las Palmas, se realiza una visita familiarizándolos con las zonas y vocabulario empleado en el sector portuario.

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: Ayuntamiento, OMIC, sede del Gobierno de Canaria, Seguridad Social, Hacienda Estatal y Hacienda Autónoma, Cámara de Comercio y Cabildo Insular de Gran Canaria.

Asimismo, con el alumnado de ESO y Bachillerato en las materias de IVY y ECO, se recorrerán espacios naturales en los que se analizarán aspectos de la geografía y economía 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 la Jefatura de Estudios, donde cada profesor reflejará el informe correspondiente a su módulo, es decir los contenidos impartidos durante el trimestre.

Una vez iniciada 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 curso anterior.

Nada relevante que añadir.

2. PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO

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

La actividad lectiva se desarrollará de forma presencial, escenario en la que se desarrolla la programación. Si por causas educativas excepcionales (sanitarias, fenómenos meteorológicos adversos, desarrollo de pruebas de EBAU, pruebas de oposiciones, ...) resulte necesaria la implantación por tiempo limitado de formas no presenciales de impartición de las enseñanzas, la actividad será desarrollada a través de las plataformas digitales Google Classroom, Google Meet y Píncel 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 las 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 académicas. 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, adoptando las mejoras que se estimen oportunas, informando a través de Pincel Ekade.

2.1 Objetivos Generales del Ciclo vinculados al Módulo

Los objetivos generales de este ciclo formativo son los siguientes:

- 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.

Las competencias profesionales, personales y sociales de este título son las que se relacionan a continuación:

a) 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.

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

- c) 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.
- d) 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.
- e) 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.
- f) 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.
- g) 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.
- h) Realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial, utilizando el hardware y software apropiado para automatizar las tareas y trabajos.
- i) 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.
- j) 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.
- k) 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.
- l) Gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores, realizando el seguimiento de las operaciones, para asegurar el nivel de servicio prestado.
- m) 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.
- n) 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.
- o) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.

p) 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.

q) 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.

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

s) 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 del aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos.

- **Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.**

1. Elabora ofertas comerciales de productos industriales y del sector primario, adaptando los argumentos de venta a los distintos tipos de clientes (minoristas, mayoristas e institucionales).

Criterios de evaluación:

a) Se han realizado búsquedas de fuentes de información de clientes industriales y mayoristas.

b) Se han elaborado argumentarios de ventas centrados en la variable producto, tales como atributos físicos, composición, utilidades y aplicaciones de dichos productos.

c) Se han realizado propuestas de ofertas de productos a un cliente institucional, industrial o mayorista.

d) Se han destacado las ventajas de nuevos materiales, componentes e ingredientes de los productos ofertados.

e) Se han seleccionado subvariables de producto, tales como el envase, el etiquetado, la certificación y la seguridad, como herramientas de marketing para potenciar los beneficios del producto ofertado.

2. Confecciona ofertas comerciales de servicios, adaptando los argumentos de venta a las características específicas del servicio propuesto y a las necesidades de cada cliente.

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado características intrínsecas de los servicios, como son caducidad inmediata, demanda concentrada puntualmente, intangibilidad, inseparabilidad y heterogeneidad.

b) Se han estructurado y jerarquizado los objetivos de las ofertas de servicios entre logros económicos y sociales, si los hubiera.

c) Se ha encuestado a los clientes para conocer su grado de comprensión y aceptación del servicio ofrecido.

d) Se ha medido la efectividad de las encuestas una vez aplicadas por la organización.

e) Se han analizado estrategias para superar las dificultades que conlleva la aceptación de una oferta de prestación de servicios.

f) Se han confeccionado argumentos de ventas de servicios públicos y privados.

g) Se han elaborado propuestas para captar clientes que contraten prestaciones de servicios a largo plazo.

3. Realiza actividades propias de la venta de productos tecnológicos, aplicando técnicas de venta adecuadas y recopilando información actualizada de la evolución y tendencias del mercado de este tipo de bienes.

Criterios de evaluación:

a) Se han analizado carteras de productos/servicios tecnológicos ofertados en los distintos canales de comercialización.

b) Se han obtenido datos del mercado a través de la información y sugerencias recibidas de los clientes.

c) Se ha organizado la información obtenida sobre innovaciones del mercado, centrándose en las utilidades de productos, nuevos usos, fácil manejo, accesorios, complementos y compatibilidades.

d) Se ha argumentado la posibilidad de introducir nuevos productos y/o servicios, modificaciones o variantes de modelos que complementen la cartera de productos, ajustándose a las nuevas modas y tendencias.

e) Se han proporcionado datos al superior inmediato sobre la existencia de segmentos de clientes comercialmente rentables, proponiendo nuevas líneas de negocio, fomentando el espíritu emprendedor en la empresa.

f) Se han detectado áreas de mejora en grupos de clientes poco satisfechos, que pueden ser cubiertos con la oferta de un producto/servicio que se adapte mejor a sus necesidades.

g) Se han elaborado ofertas de productos tecnológicos, utilizando herramientas informáticas de presentación.

4. Desarrolla actividades relacionadas con la venta de productos de alta gama, aplicando técnicas que garanticen la transmisión de la imagen de marca de calidad y reputación elevada.

Criterios de evaluación:

a) Se han establecido las causas que determinan la consideración de un producto como de alta gama, tales como precio, características innovadoras y calidad entre otras.

b) Se ha determinado el procedimiento de transmisión de una imagen de alto posicionamiento a través del lenguaje verbal y no verbal, la imagen personal y el trato al cliente.

c) Se ha confeccionado un argumentario de ventas centrado en la variable comunicación, tales como imagen de marca, origen, personalidad, reconocimiento social, pertenencia a un grupo o clase y exclusiva cartera de clientes.

d) Se han seleccionado los argumentos adecuados en operaciones de venta de productos de alto posicionamiento.

e) Se ha realizado el empaquetado y/o embalaje del producto con rapidez y eficiencia, utilizando distintas técnicas acordes con los parámetros estéticos de la imagen corporativa.

f) Se ha realizado el etiquetaje de productos de alto valor monetario, siguiendo la normativa aplicable en cada caso.

g) Se ha revisado la seguridad de la mercancía con sistemas antihurto, comprobando la concordancia etiqueta-producto y el funcionamiento de las cámaras de videovigilancia.

h) Se han analizado las pautas de actuación establecidas por la organización al detectar un hurto.

5. Prepara diferentes acciones promocionales de bienes inmuebles, aplicando técnicas de comunicación adaptadas al sector.

Criterios de evaluación:

a) Se han elaborado mensajes publicitarios con la información de los inmuebles que se ofertan.

b) Se han comparado las ventajas e inconvenientes de los distintos soportes de difusión.

c) Se ha gestionado la difusión del material promocional utilizando diversos medios de comunicación.

d) Se han seleccionado las fuentes de información disponibles para la captación de potenciales demandantes–clientes de inmuebles en venta o alquiler.

e) Se han determinado las necesidades y posibilidades económico–financieras de los potenciales demandantes–clientes, aplicando los instrumentos de medida previstos por la organización.

f) Se han registrado los datos del posible cliente, cumpliendo con los criterios de confidencialidad y con la normativa sobre protección de datos.

g) Se han realizado estudios comparativos para seleccionar el elemento de nuestra cartera de inmuebles que mejor se ajuste a las expectativas y posibilidades económicas del cliente.

6. Desarrolla actividades relacionadas con el proceso de venta de inmuebles, cumplimentando los documentos generados en este tipo de operaciones.

Criterios de evaluación:

a) Se han seleccionado los inmuebles más en consonancia con las necesidades y deseos de los potenciales clientes, presentando la información en forma de dossier.

b) Se ha informado de forma clara y efectiva a los clientes de las características y precios de los inmuebles previamente seleccionados.

c) Se han seleccionado los parámetros esenciales en las visitas a los inmuebles que más se ajustan a los intereses de los potenciales clientes.

d) Se han transmitido a los posibles clientes del producto inmobiliario las condiciones de la intermediación de la operación.

e) Se han programado procesos de negociación comercial para alcanzar el cierre de la operación comercial.

f) Se han cumplimentado hojas de visita, precontratos, contratos y documentación anexa.

g) Se ha realizado el seguimiento de las operaciones a través de un sistema de comunicación continua capaz de planificar nuevas visitas y de registrar las variaciones en los datos de la oferta.

7. Desarrolla actividades de telemarketing en situaciones de venta telefónica, captación y fidelización de clientes y atención personalizada, aplicando las técnicas adecuadas en cada caso.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los distintos sectores donde se ha desarrollado el telemarketing.
- b) Se han analizado las diversas funciones que cumple esta herramienta de comunicación comercial en la empresa.
- c) Se ha analizado el perfil que debe tener un buen teleoperador.
- d) Se han caracterizado las técnicas de atención personalizada, captación y fidelización del cliente a través del telemarketing.
- e) Se han identificado las distintas etapas del proceso de venta telefónica.
- f) Se han elaborado guiones para la realización de llamadas de ventas.
- g) Se han previsto las objeciones que pueden plantear los clientes y la forma de afrontarlas con éxito.
- h) Se han realizado simulaciones de operaciones de telemarketing en casos de captación, retención o recuperación de clientes.

- **Contenidos básicos:**

Elaboración de ofertas comerciales de productos industriales:

- Técnicas de venta aplicadas al cliente industrial.
- Agentes comerciales. Fomento del encuentro comprador–vendedor.
- Materiales, composición e ingredientes.
- El envase y el embalaje como argumento de ventas.
- La certificación como herramienta de marketing.
- La seguridad del producto como parámetro para mantener la confianza del cliente industrial.
- Facilitadores: aseguradoras y entidades financieras.

Confección de ofertas comerciales de servicios:

- Tipología de servicios.
- Objetivos en la prestación de servicios. Objetivos sociales y económicos.
- Planificación de los servicios según las necesidades de los usuarios.
- Características inherentes a los servicios.

- La intangibilidad y las propuestas para contrarrestar este factor.
- La inseparabilidad y modos de superarla.
- La heterogeneidad y la lucha en la empresa por reducirla. La caducidad inmediata y las soluciones para evitar la pérdida total.
- La concentración de la demanda en periodos puntuales y estrategias para combatirla.
- Sistemas de control de satisfacción de los usuarios en la ejecución de la oferta de servicios.

Realización de actividades propias de la venta de productos tecnológicos:

- El espíritu emprendedor en la búsqueda de nuevos nichos de mercado.
- La innovación y el lanzamiento de nuevos productos.
- Agrupación de funciones, nuevos usos y utilidades, novedades en el manejo, desarrollo de accesorios y complementos, y compatibilidades en sistemas y productos.
- Catálogos y manuales de instrucciones.
- Gestión de clientes poco satisfechos y sugerencias de mejora.
- Elaboración de presentaciones de novedades.
- Análisis del fenómeno de la moda y las tendencias. Previsión.
- El cliente prescriptor como punta de lanza en el mercado.
- Flexibilidad de la empresa para adaptarse a entornos cambiantes.

Desarrollo de actividades relacionadas con la venta de productos de alta gama:

- La comunicación del posicionamiento.
- El cliente que busca la marca.
- La distribución selectiva.
- La utilización de caras conocidas en la publicidad.
- Producto: los objetos exclusivos, las series limitadas y los modelos de autor.
- Imagen de marca e imagen personal.
- El análisis de marca.
- Técnicas de empaquetado.
- Normativa de etiquetado.
- Sistemas de alarma para productos.
- Políticas antihurto.

Preparación de acciones promocionales de bienes inmuebles:

- La figura del agente comercial y del asesor comercial inmobiliario.

- La promoción de inmuebles: medios y canales.
- Comercialización de inmuebles: presencial, por teléfono y por ordenador.
- La capacidad de compra o alquiler de los potenciales clientes.
- Legislación vigente en materia de protección de datos.
- Protección al consumidor en operaciones de compraventa y alquiler de inmuebles.
- Política de confidencialidad de datos de la organización.
- La cartera de inmuebles. Clasificación por filtros: zona, precio, estado de habitabilidad y características.

Desarrollo de actividades relacionadas con el proceso de venta de inmuebles:

- Tipos de inmuebles: vivienda libre, de protección oficial y cooperativas de viviendas.
- LAU. Ley de arrendamientos urbanos.
- Presentación, visita y demostración del producto inmobiliario.
- La visita a los inmuebles en cartera.
- Documento de visita.
- Documento de reserva de compra o alquiler.
- Escritura pública de la operación.
- Normativa reguladora de las operaciones inmobiliarias.
- Gastos de formalización de contrato.
- Obligaciones, desgravaciones y bonificaciones fiscales.
- Garantías reales y personales.

Desarrollo de actividades de telemarketing:

- Concepto de telemarketing.
- Evolución hasta el BPO (business process outsourcing).
- Ventajas y factores de éxito del telemarketing.
- Sectores económicos de desarrollo del telemarketing.
- El profesiograma del teleoperador.
- Pautas para la excelencia en la comunicación telefónica.
- Tipología de interlocutores.
- Aplicaciones del uso del teléfono en operaciones comerciales.
- Investigación comercial por teléfono.
- El proceso de la venta telefónica.

– Los ratios en la medición de la excelencia, calidad y eficiencia del servicio en las actuaciones de telemarketing.

Orientaciones pedagógicas.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Las actividades de supervisión de mercancía de elevado precio en el establecimiento comercial.
- El trabajo en un equipo de ventas y la comunicación a superiores jerárquicos sobre nichos de mercados, sugerencias de diversificación hacia nuevos productos y demandas de los clientes.
- La promoción de venta al por menor de productos y servicios tecnológicos.
- Los procesos de venta al por mayor en establecimiento y fuera de establecimiento al cliente particular, comercial o industrial.
- Las operaciones de promoción de inmuebles en venta o alquiler.
- Las actividades de telemarketing dirigidas a la investigación de mercados, promoción, atención al cliente, venta, retención, recuperación y fidelización del cliente.

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

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

- Etiquetado de productos.
- Alarmado de productos.
- Empaquetado y embalaje.
- Confección de informes comerciales.
- Análisis de informes de vendedor con las peticiones de los clientes.
- Presentación de novedades al equipo de ventas.
- Confección de argumentarios de venta técnica.
- Simulación de operaciones de venta y grabaciones en vídeo.
- Telemarketing.

2.4. Metodología

La metodología de trabajo a aplicar estará orientada a promover en los alumnos y alumnas:

Su participación en los procesos de enseñanza y aprendizaje, de forma que mediante la metodología activa con los siguientes modelos de enseñanza aprendizaje expuestos por la Consejería de Educación, todo ello a causa de la crisis sanitaria a consecuencia del Covid-19, RD 463/2020:

Presencial: en donde el alumnado recibe las actividades de enseñanza aprendizaje dentro del aula.

Mixta: dependiendo del número de alumnado matriculado en el módulo de Venta Técnica, cabe la posibilidad el no cumplimiento con el protocolo Covid-19 dentro del aula, se hará de forma presencial y en casa.

Online: El alumnado no asistirá al aula para llevar a cabo el proceso de enseñanza aprendizaje, sino que lo llevará a cabo desde su propia casa, utilizando las TIC'S

Un enfoque metodológico activo que debe evitar la presentación de soluciones únicas y exclusivas a los problemas o situaciones planteados, que quitan al alumnado la posibilidad del descubrimiento propio. Por el contrario, se debe fomentar que los alumnos/as participen en la propuesta de actividades que se programen para trabajar los distintos contenidos, que deben ser desarrollados, a ser posible, desde lo concreto a lo abstracto. De esta forma se contribuye a que, cuando se integran profesionalmente, sepan intervenir activamente en procesos de decisión compartida de forma creativa y positiva, desarrollando un espíritu crítico constructivo y aportando soluciones alternativas.

Construcción de su propio aprendizaje y descubrir su capacidad potencial en relación con las ocupaciones implicadas en el perfil profesional correspondiente, reforzando y motivando la adquisición de nuevos hábitos de trabajo.

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 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.

El docente actúa como el dinamizador del grupo clase y del proceso de enseñanza, aprendizaje y evaluación.

Sin olvidarnos del desarrollo metodológico clásico, cuando sea preciso, que supone la breve exposición de los objetivos y contenidos clave del tema, empleando medios audiovisuales y partiendo de los saberes previos del alumnado. Estos conocimientos previos, obviamente, pueden dar lugar a la modificación de la programación para ajustarla a las necesidades del grupo-clase y a su ritmo de aprendizaje de los contenidos previstos.

2.4.1 Metodología del módulo.

A) principios generales de actuación metodológica a tener en cuenta.

- Adaptación al alumnado partiendo de un conocimiento previo del grupo.
- Consideración de los conocimientos previos del alumnado como punto de partida para la adquisición de nuevos aprendizajes haciendo que el aprendizaje sea significativo y funcional.
- Enfoque globalizador, a través de un currículum integrado.
- Adecuación del lenguaje a las características del alumnado.

- Orientación del grupo respecto a su situación en el proceso de aprendizaje, por medio de controles de comprensión y actividades de clase.
- Utilización de recursos didácticos y materiales variados y adecuados.
- Conexión de los aprendizajes del alumnado con la realidad de nuestro entorno social y profesional con la finalidad de conseguir aprendizajes competenciales posibilitando un aprendizaje constructivista utilizando
- Realización de aprendizajes competenciales aplicando la teoría a la práctica.
- Creación de un clima de confianza que fomente la participación activa del grupo en el contexto educativo del aula.
- Fomento de la iniciativa, la autonomía y el trabajo en grupo.
- Enseñanza / aprendizaje de actitudes personales y profesionales que lleve a su interiorización por parte del alumnado.
- Variedad en las actividades e instrumentos de evaluación, empleándolos como parte del proceso de aprendizaje.
- Favorecer el aprendizaje considerando las inteligencias múltiples en clase.
- Utilización de las Tics como recurso educativo docente y como medio de búsqueda y selección de información de información y actualización de conocimientos. Y, para crear productos o trabajos finales.

B) Modelos de enseñanza.

Se adoptarán distintos modelos de enseñanza, según la actividad y el fin perseguido con la misma. utilizándose los siguientes:

- 1) **Enseñanza no directiva:** El alumnado es libre para explorar problemas, para decidir la respuesta y tomar decisiones, según un criterio personal. El profesorado no interviene.
- 2) **Enseñanza directiva:** Entrenamiento de habilidades y destrezas: se muestra el procedimiento, se realiza una práctica guiada y, después, una práctica autónoma.
- 3) **Simulación:** Utilización de simuladores para entrenar y lograr que, cuando se dé la situación real, se sepa actuar adecuadamente.
- 4) **Investigación grupal:** Búsqueda de información en grupo, en la que lo más importante es la interacción el alumnado y la construcción colaborativa del conocimiento.
- 5) **Juego de roles:** Dramatización de situaciones “reales”, en las que cada alumno/a asume un rol dado y actúa en relación a él.
- 6) **Inductivo básico:** Al contrario que el deductivo, consiste en partir de casos concretos.

- 7) **Organizadores previos:** Cuando la información a suministrar o el campo de estudios es amplio, se parte de una panorámica general del contenido y de sus relaciones (mapa conceptual, gráfico, esquema...)
- 8) **Formación de conceptos:** Un paso más del Inductivo básico. Generación de conceptos a partir de la contraposición de datos en torno a una problemática. Requiere de planteamientos de hipótesis.
- 9) **Indagación científica:** Aprender ciencia haciendo ciencia, de forma guiada: (pregunta-hipótesis-experimentación y o búsqueda de información- resultados conclusiones).
- 10) **Memorístico:** consiste en retener y luego recuperar información que no tiene que ser comprendida (datos, fechas, nombres,). Requiere enseñar técnicas específicas.
- 11) **Sinéctico:** Proceso creativo de solución de problemas y/o de creación de productos novedosos basándose en analogías: unir dos cosas aparentemente distintas.
- 12) **Deductivo:** Partiendo de categorías y conceptos generales, el alumnado debe identificar y caracterizar los ejemplos concretos que se le suministran.
- 13) **Expositivo:** El profesorado suministra mucha información, organizada y explicada. Es adecuado cuando son temas amplios y complejos del proceso pero teniendo en cuenta que será más bien una actuación del docente como guía y moderador del proceso de enseñanza aprendizaje,
- 14) **Investigación guiada:** Similar a la indagación, pero realizando búsqueda de información en cualquier fuente, sin tener que partir de una hipótesis, pero sí de un tema a investigar.

C) Estrategias o recursos metodológicos:

Se utilizarán **metodologías activas en la enseñanza** las cuales son **estrategias de aprendizaje enfocadas en el estudiante** y en lograr su capacitación en una determinada disciplina a través de un proceso activo y constructivo. Estas metodologías **actúan en contraposición a la enseñanza tradicional**, donde el alumnado se limita a recibir, de forma bastante pasiva, una serie de conceptos y conocimientos expuestos por el profesorado.

Se habla de metodologías participativas o metodologías activo-participativas para referirnos a **procesos de enseñanza y aprendizaje donde se hace hincapié en el papel proactivo de los alumnos y alumnas y en su capacidad crítica**. Para ello se ponen en marcha actividades y técnicas en las que **se potencia la reconstrucción del pensamiento de los agentes implicados en la enseñanza**, de los alumnos especialmente, pero también de los propios profesores.

Estas metodologías toman como **principal punto de partida los intereses del alumnado** intentando que adquieran las competencias necesarias para su vida laboral y diaria.

La figura docente se convierte en un **guía y facilitador** del aprendizaje, contextualizando los conocimientos a situaciones reales del mundo actual y reorientando las necesidades de los alumnos a lo largo del proceso.

Las estrategias metodológicas activas y participativas que se podrán utilizar en el desarrollo de las unidades de trabajo dependiendo del alumnado y, de lo que se pretenda y son:

- Flipped Classroom o aula invertida.
- Aprendizaje Cooperativo.
- Gamificación.
- Aprendizaje basado en proyectos. (ABP).
- Aprendizaje basado en problemas.
- Aprendizaje basado en retos.
- Aprendizaje servicio.
- Aprendizaje por descubrimiento y, cualquier otro tipo.

Dichas metodologías favorecen la adopción e integración en el aula de las nuevas tecnologías: Internet, clases online, herramientas TICs, etc. Y, tras la crisis del Covid-19 se ha hecho evidente que las **metodologías activas se adaptan particularmente bien a la formación no presencial**. Parte de las actividades que hace el alumno (ya sea de forma individual o en grupo) se puede desarrollar de forma asíncrona, no necesita la supervisión simultánea del profesorado. Además, el alumnado en ocasiones está acostumbrado al **aprendizaje autónomo y mixto** puesto que, a diferencia de las clases tradicionales, el motor de búsqueda no es el profesor.

D) Recursos tecnológicos, didácticos y materiales.

En cuanto a los apoyos y recursos que vamos a emplear en el módulo, siempre atendiendo a las necesidades de las unidades de trabajo ante las que nos encontremos, serán las siguientes:

- **Recursos tecnológicos.**
 - Ordenadores
 - Pizarra Digital
 - Pizarra de Vinilo
 - Proyector
 - Cámara Web Cam para las clases en streaming
 - Micrófono
 - Auriculares.

- Aplicaciones informáticas de diseño, gestión, gamificación, cuestionarios y encuestas etc.
 - Impresora.
 - Encuadernadora.
 - Otros.
- **Recursos didácticos y materiales.**
 - El libro de **texto utilizado es: “Venta Técnica”l. Ed. McGraw Hill.** Autoras: Mercedes Gómez-Calcerrada Corrales, Teresa Noguera Vidal, Carmen Ruiz Moya y Emilia Solano García. Para la realización de actividades se utilizará tanto el libro de referencia del módulo como actividades propuestas por la docente. Y, las presentaciones del libro o las que elabore la docente.
 - Apuntes y actividades elaboradas por el docente, legislación y textos.
 - Publicaciones periódicas de contenido general y de contenido especializado.
 - Artículos de prensa y revistas.
 - Taladradora.
 - Grapadora.
 - Otros instrumentos materiales.
 - Distintos tipos de materiales.

Es importante destacar que, ante la situación de crisis ante la que nos encontramos se prioriza la digitalización de los procedimientos de trabajo, limitando en la medida de lo posible la utilización del papel, al objeto de evitar su circulación.

- Otros recursos: Finalmente dado que en el centro está implantado el Plan de Lectura, favoreceremos la consecución de los resultados de aprendizaje señalados para este módulo a través de la lectura digital de artículos de prensa diaria, artículos de revistas, webs y blogs relacionados con el entorno en el que desarrollarán su actividad profesional o que directamente puedan afectar al alumnado no sólo como profesionales sino como personas.

2.4.2 Agrupamientos.

Se seleccionan los agrupamientos que se utilizarán a lo largo de las diferentes Unidades de Trabajo, ajustándose a las distintas actividades que la conforman. y ritmos de aprendizaje del alumnado:

- **Grupos homogéneos:** el grupo se forma en un momento dado a partir de intereses y características comunes de sus miembros para afrontar una situación, problema o demanda. Se utilizará en determinadas situaciones.
- **Grupos heterogéneos:** el grupo se forma en un momento dado con personas que tienen perfiles, características e intereses distintos para afrontar una situación, problema o demanda.
- **Grupos de expertos/as:** el grupo se forma con miembros que tienen un grado general de dominio sobre temas o cuestiones concretas para profundizar más.
- **Gran grupo:** El grupo-aula completo.

- **Equipos móviles o flexibles:** se configuran grupos en los que los miembros van variando para responder a necesidades de individuos concretos.

- **Trabajo individual:** el individuo afronta las situaciones-problema sin ayuda de otro.

- **Grupos interactivos:** intervienen otras personas (expertos, profesionales de otras ramas, no docentes) que con sus experiencias y conocimientos contribuyen a los aprendizajes y mejora del clima escolar.

Se realizarán distintos tipos de agrupamiento a lo largo del proceso de enseñanza- aprendizaje, que se irán ajustando a las distintas actividades y ritmos de aprendizaje del alumnado. En caso de ser necesario la práctica de dinámicas grupales, se realizarán grupos pequeños que variarán a lo largo del curso.

Con respecto a la distribución del aula, la función primordial del docente en este caso es saber distribuir el espacio del aula según la actividad y el agrupamiento que se vaya a desarrollar en ese momento. A modo de ejemplo, si el profesor decide que los alumnos lleven a cabo una actividad grupal, los estudiantes deberán unir sus mesas, para facilitar la visualización entre ellos; si lo que se pretende es llevar a cabo un debate, lo lógico será, que las sillas se organicen en círculos para favorecer la comunicación entre todos, entre otras posibilidades según el grupo que queramos crear. Con estas simples estrategias vamos a intentar conseguir que los estudiantes que, por alguna razón, sufran algún problema en el desarrollo de su aprendizaje, puedan trabajar con otros estudiantes que le ayuden de forma directa o indirecta. A la hora de asignar los grupos cuando proceda, debemos tener en cuenta todas las particularidades que se presenten pues es necesario tener en cuenta por ejemplo las diferencias culturales, de género, o cualquier distinción que pueda haber entre personas porque conseguiremos fomentar valores tan importantes como son la tolerancia, la igualdad y el respeto entre todos los miembros que conforman el aula. Otro perfil de alumnos que debemos tener en cuenta y no podemos olvidar son los alumnos con comportamientos disruptivos que deberán sentarse lo más próximo al profesor, para poder ser controlados.

En definitiva, la organización del aula debe ser flexible y, tener por objeto impulsar el trabajo en grupo, favoreciendo el aprendizaje cooperativo y, la autonomía de los alumnos.

2.4.3. Espacios.

1. Los espacios necesarios para el desarrollo de las enseñanzas de este ciclo formativo son los establecidos en el Anexo II del real decreto 1688/2011

2. Los espacios dispondrán de la superficie necesaria y suficiente para desarrollar las actividades de enseñanza que se deriven de los resultados de aprendizaje de cada uno de los módulos profesionales que se imparten en cada uno de los espacios. Además, deberán cumplir las siguientes condiciones:

a) La superficie se establecerá en función del número de personas que ocupen el espacio formativo y deberá permitir el desarrollo de las actividades de enseñanza aprendizaje con la ergonomía y la movilidad requeridas dentro del mismo.

b) Deberán cubrir la necesidad espacial de mobiliario, equipamiento e instrumentos auxiliares de trabajo.

c) Deberán respetar los espacios o superficies de seguridad que exijan las máquinas y equipos en funcionamiento.

d) Respetarán la normativa sobre prevención de riesgos laborales, la normativa sobre seguridad y salud en el puesto de trabajo y cuantas otras normas sean de aplicación.

3. Los espacios formativos establecidos podrán ser ocupados por diferentes grupos que cursen el mismo u otros ciclos formativos, o etapas educativas.

4. Los diversos espacios formativos identificados no deben diferenciarse necesariamente mediante cerramientos.

5. Los equipamientos que se incluyen en cada espacio han de ser los necesarios y suficientes para garantizar al alumnado la adquisición de los resultados de aprendizaje y la calidad de la enseñanza. Además, deberán cumplir las siguientes condiciones:

a) El equipamiento (equipos, máquinas, etc.) dispondrá de la instalación necesaria para su correcto funcionamiento, cumplirá con las normas de seguridad y prevención de riesgos y con cuantas otras sean de aplicación.

b) La cantidad y características del equipamiento deberán estar en función del número de personas matriculadas y permitir la adquisición de los resultados de aprendizaje, teniendo en cuenta los criterios de evaluación y los contenidos que se incluyen en cada uno de los módulos profesionales que se impartan en los referidos espacios.

Los escenarios de aprendizaje idóneos para la puesta en práctica de las actividades dando coherencia a las metodologías, los tiempos y los objetivos que se pretenden alcanzar han de ser variados y diversos.

- Aulas del Departamento de Comercio y Marketing.
- Aula Virtual (Moodle) la cual se utilizará durante todo el curso para colgar contenidos, pruebas de evaluación, trabajos realizados, etc. A través de la misma, se podrán realizar videoconferencias con el alumnado cuando no sea posible reunirlos en el aula (por ejemplo, por fenómenos meteorológicos adversos).

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 Moodle y, utilizar las herramientas de las que dispone la misma. Sin embargo, para el desarrollo de actividades se emplearán distintas aplicaciones informáticas tales como: Kahoot, Genially,

Mentimeter, Survey monkey, Viva video, Plickers, Youtube, Canva, Paint, Bookcreator, Gimp, Sketchup, Wordpress, Wix 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.

2.5.1. Estrategias para la educación en valores.

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 los 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.

2.5.2 Interdisciplinariedad.

- FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO, como concreción de las situaciones de relaciones en el propio entorno y en el desarrollo de las tareas asignadas (Módulo Transversal).
- INTEGRACIÓN.
- OTROS MÓDULOS DEL CURSO.

2.6 Atención a la diversidad.

Para Canarias, la adaptación a la diversidad está regulada por el Decreto 25/2018 la cual, en su artículo 1.2. cita que las medidas deben plantearse desde un “enfoque inclusivo que dé respuesta a las características y necesidades de todo el alumnado y, en especial, a aquel que pueda encontrarse en situación de riesgo de abandono escolar y, por ende, de exclusión social”.

Con respecto a la Formación Profesional, en el artículo 1.1 recoge que se estará a lo previsto en su normativa específica y supletoria a lo que establece el Decreto 25/2018. Hasta tanto no tengamos normativa específica, consideramos que en esta cuestión debemos seguir manteniendo que, las adaptaciones que se realicen al proceso de enseñanza-aprendizaje, no supondrán la desaparición de los objetivos relacionados con los resultados de aprendizaje, necesarios y obligados para el logro de la competencia general de cada Título.

Por tanto, debemos realizar las adaptaciones necesarias en los medios y procedimientos de evaluación para el alumnado con NEE, con el fin de garantizar su accesibilidad a las pruebas y que sea evaluado con los medios adecuados a sus posibilidades y características. En todo caso, en el proceso de evaluación se comprobará que el alumnado ha conseguido los resultados de aprendizaje establecidos para cada uno de los módulos que forman parte del ciclo formativo.

La Atención a la Diversidad dentro del aula se desarrollará conforme a las siguientes pautas:

1. En la primera reunión de equipo educativo, o en cualesquiera posterior si fuere el caso, se recabará información del tutor o tutora con el fin de acometer una **primera valoración** del alumnado por si se ha detectado o se tiene conocimiento, de la necesidad de adoptar alguna medida de apoyo. Dichas medidas podrán ser: actividades de refuerzo, de ampliación, apoyo al estudio con otros miembros del grupo (ver metodología), establecimiento de mecanismos complementarios o formas de realización de actividades de evaluación diferentes.
2. Con la periodicidad necesaria se realizará el **seguimiento de las medidas adoptadas** con anterioridad, y si procede, se adoptará nuevas si las circunstancias así lo exigen.

Las adaptaciones a realizar para aquellos alumnos/as que presenten NEE se circunscribirán a las siguientes instrucciones:

- A. Alumnado con discapacidad física**, se solicitará el recurso correspondiente en función de la discapacidad, adaptándose el proceso de evaluación si fuere necesario. Por ejemplo, si es visual, se sentará lo más cerca de la pizarra posible, en los exámenes el tipo de letra será más grande de lo habitual.
- B. Alumnado con dificultades específicas de aprendizaje**: Se realizarán actividades de refuerzo y se adaptará el proceso de evaluación si fuere necesario. Con este fin:
 - Podrá realizarse actividades de evaluación acorde a las circunstancias del alumnado, admitiéndose las pruebas orales, o cualesquiera otras que se estimen oportunas para las circunstancias concurrentes.
 - En cualquier caso, el conjunto de las actividades de evaluación realizadas incluirá todos los contenidos que deben ser evaluados en la evaluación en cuestión.
- C. Alumnado con altas capacidades intelectuales**: Se adaptará el proceso de enseñanza con actividades y entrega de documentación/información de apoyo que contenga niveles superiores a lo establecido.
- D. Alumnado de incorporación tardía**:
 - Se reforzará el proceso de enseñanza con actividades referidas a las unidades didácticas que ya se han impartido, se les examinará de las mismas a lo largo del curso escolar a fin de que permitan alcanzar los Resultados de Aprendizaje de forma óptima.
 - Se podrá reducir el número de actividades de evaluación establecidas, siempre y cuando las actividades que realice incluyan todos los contenidos que deben ser evaluados en la evaluación en cuestión.
- E. Alumnado que posea condicionantes personales**: Se reforzará el proceso de enseñanza con actividades de refuerzo.

2.7 Evaluación

- **Tipos y características de la evaluación.**

La evaluación se ha de desarrollar a lo largo de todo el proceso de enseñanza-aprendizaje del alumnado, aplicándose la **evaluación continua** durante todo el periodo de formación del alumnado; por tanto, es necesaria la **asistencia del alumnado**. Esta asistencia regular será imprescindible para garantizar la adquisición de los Resultados de Aprendizaje.

El **sistema de evaluación ordinario** que se aplica es trimestral y engloba en 1^{er} curso tres evaluaciones, una por cada trimestre del curso escolar; para 2^o curso, dos evaluaciones para todos los Módulos, excepto el Módulo de Proyecto y FCT, los cuales serán evaluados en el tercer trimestre.

Al principio de curso (aprox. mediados de octubre) se realizará una sesión de evaluación inicial del alumnado, donde el tutor/a dará información al equipo docente con el objetivo de conocer las características del alumnado. Esta evaluación no conlleva calificación para el alumnado, los acuerdos que se adopten por el equipo educativo se recogerán en un acta y será tenida en cuenta en la propuesta didáctica de cada módulo.

- **Criterios de Evaluación.**

Los Criterios de Evaluación de cada Módulo son los que valoran el grado de consecución de los Resultados de Aprendizaje y están definidos en *el Real Decreto 1688/2011, de 4 de noviembre*, por el que se establece el título de Técnico de Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas.

- **Procedimientos e Instrumentos de Evaluación y Criterios de Calificación.**

Instrumentos de Evaluación

Heteroevaluación, rúbricas, el docente evalúa al alumnado, ponderación 50%

Coevaluación, escala de valores. El alumnado evalúa al grupo ponderación 30%

Autoevaluación: indicadores de logros. El alumno se autoevalúa ponderación 20%

La calificación final del módulo se obtendrá aplicando el valor ponderado establecido según la importancia de los Resultados de Aprendizaje. En la siguiente tabla se muestra la relación entre los resultados, criterios, actividades de evaluación y las unidades de trabajo.

El alumno que en total obtenga 5 o más puntos se considerará apto en el módulo.

- **Valor de cada resultado de aprendizaje con respecto a cada unidad de trabajo**

En la siguiente tabla se refleja el valor de Cada Resultado de Aprendizaje con respecto a cada Unidad de trabajo.

	RA1	RA2	RA3	RA4	RA5	RA6	RA7
UT 1	100						
UT 2		100					
UT 3			100				
UT 4				100			
UT 5					100		

UT 6						50	
UT 7						50	
UT 8							100
TOTAL	100 %	100 %	100 %	100%	100%	100 %	100%

Relación de los Resultados de Aprendizajes – Criterios de Evaluación- Valor porcentual de cada Actividad de Evaluación – UT – Valor porcentual de cada UT

Y en la siguiente, se refleja el valor de cada Resultado de Aprendizaje con respecto a la totalidad del curso escolar.

Valor de cada Resultado de Aprendizaje con respecto a la totalidad del curso escolar.

La calificación final del módulo se obtendrá aplicando el valor ponderado establecido según la importancia de los Resultados de Aprendizaje. En la siguiente tabla muestra la relación entre los resultados, criterios, actividades de evaluación y las unidades de trabajo

Relación de los Resultados de Aprendizajes – Criterios de Evaluación- Valor porcentual de cada Actividad de Evaluación – UT – Valor porcentual de cada UT

Actividades de evaluación/ Criterio de evaluación / %	%	UT	%	RA	%
AE 1: Tareas diarias de clase.	20	1	10	RA 1	10
AE 2: control por unidad didáctica.	20				
AE 3: Prueba escrita de contenidos (individual).	50				
AE 4: Control de asistencia.	10				
AE 1: Tareas diarias de clase.	20	2	5	RA 2	10
AE 2: control por unidad didáctica.	20				
AE 3: Prueba escrita de contenidos (individual).	50				
AE 4: Control de asistencia.	10				
AE 1: Tareas diarias de clase.	20	3	5	RA 2	20
AE 2: control por unidad didáctica.	20				
AE 3: Prueba escrita de contenidos (individual).	50				
AE 4: Control de asistencia.	10				
AE 1: Tareas diarias de clase.	20	4	10	RA 3	20
AE 2: control por unidad didáctica.	20				
AE3: Prueba escrita de contenidos (individual). Control evaluación.	50				
AE 4: Control de asistencia.	10				
AE 1: Tareas diarias de clase.	20	5	15	RA 4	15
AE 2: control por unidad didáctica.	20				

AE 3: Prueba escrita de contenidos (individual).	50				
AE 4: Control de asistencia.	10				
AE 1: Tareas diarias de clase.	20	6	15	RA 5	15
AE 2: control por unidad didáctica.	20				
AE 3: Prueba escrita de contenidos (individual).	50				
AE 4: Control de asistencia.	10				
AE 1: Tareas diarias de clase.	20	7	15	RA 6	15
AE 2: control por unidad didáctica.	20				
AE 3: Prueba escrita de contenidos (individual). Control evaluación.	50				
AE 4: Control de asistencia.	10				
AE 1: Tareas diarias de clase.	20	8	15	RA 7	15
AE 2: control por unidad didáctica.	20				
AE 3: Prueba escrita de contenidos (individual).	50				
AE 4: Control de asistencia.	10				
			100		100

Los instrumentos de utilidad para el seguimiento de la evaluación son:

Un cuaderno de aula del profesor. En él se recoge un listado del alumnado, temporalización, la ponderación para cada Resultado de aprendizaje, criterios de calificación, así como las actividades de evaluación, la valoración obtenida por el alumno, y las calificaciones globales de las evaluaciones, **garantizando la trazabilidad entre el currículo, la programación y el cuaderno de aula.**

Pruebas escritas sobre los contenidos impartidos que consistirán en test interactivos y pruebas de respuestas a desarrollar y/o de respuestas breves y/o tipo ítems que se puntuarán de 0 a 10.

Realización, asistencia y/o participación en las actividades de clase que estén señaladas como actividades de evaluación.

Elaboración de trabajos específicos de las unidades de trabajo de forma individual y/o en grupo.

Los criterios para la valoración de los diferentes instrumentos serán los siguientes:

En la programación de cada unidad de trabajo estarán reflejados los criterios de calificación y la ponderación de los instrumentos de evaluación.

Para obtener una calificación positiva en los controles y trabajos se necesitará obtener como mínimo un 5'00 en la puntuación de 0 a 10 en todas las actividades de evaluación de cada unidad de trabajo.

Los criterios de evaluación de los trabajos y según rubrica serán los siguientes:

Trabajo individual:

1. **Presentación:** orden, limpieza, expresión escrita.
2. **Estructura:** coherente y ordenada.
3. **Contenido:** coherente, relación entre los apartados, documentación apropiada, ampliaciones y creatividad.

Trabajo colaborativo en grupo realizado sobre las distintas unidades, de los cuales se elaborará una presentación que será expuesta en la clase. Se utilizará una rúbrica para valorar la presentación.

Para aprobar las evaluaciones parciales, el alumnado debe tener superados los resultados de aprendizaje correspondientes a dicha evaluación y que se establecen en el módulo.

2.8 Planes de recuperación.

El alumno que no alcance la calificación de suficiente en los distintos bloques de contenidos (evaluaciones) debe ser informado sobre el procedimiento de recuperación. Según los siguientes casos será:

- Si ha suspendido la evaluación habiendo realizado las exposiciones orales y las pruebas escritas, podrá recuperar con examen escrito o un trabajo, el cual, deberá responder a unas preguntas con el fin de demostrar su realización y adquirido los conocimientos suficientes para superar los RA asociados.

- Si ha suspendido la evaluación sin hacer algunas de las exposiciones y las pruebas escritas podrá recuperar realizando un examen escrito.

En ambos casos la recuperación se hará durante el siguiente trimestre y solo de las unidades no superadas.

Las pruebas de recuperación tendrán una valoración máxima de 5.

Otros sistemas de evaluación alternativos:

Los ciclos formativos tienen un carácter eminentemente práctico tal como se indica en su desarrollo prevaleciendo “el saber hacer”, y la obligatoriedad de asistencia a los mismos conducente a la obtención de este fin, por ello, para aquellos casos que por faltas reiteradas del alumno no sea posible la aplicación del procedimiento general establecido en el punto anterior, se aplicará otros procedimientos de evaluación alternativos en función de los siguientes supuestos que se puedan dar en la evaluación:

- Pérdida de la evaluación continua.
- Incorporación por matriculación posterior al periodo ordinario.

A) Pérdida de evaluación continua.

Atendiendo a lo establecido en el artículo 8.2 de Anexo del Decreto 174/2018, de 3 de diciembre, de aprobación del Reglamento por el que se regula la prevención, la intervención y el seguimiento del absentismo escolar y del abandono escolar temprano en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Canarias, la falta de asistencia a clase de modo reiterado puede provocar la imposibilidad de la aplicación correcta de los criterios de evaluación y la propia evaluación continua. El porcentaje de faltas de asistencia injustificadas para la pérdida de la

evaluación continua estará comprendido entre el 20% y el 25% de las horas del módulo. Excepcionalmente, para el alumnado procedente de familias en situación de exclusión social, y previo informe favorable del equipo educativo, se podrá incrementar el porcentaje anterior hasta un 40%.

Procedimientos derivados de la pérdida de la evaluación continua.

Aquellos alumnos/as que hayan perdido la evaluación continua tendrán derecho a realizar una prueba objetiva teórico-práctica de carácter global a la finalización del curso, conducente a evaluar los resultados de aprendizaje y los criterios de evaluación establecidos para este módulo.

Criterios derivados de la pérdida de la evaluación continua

- Prueba teórico práctica que será calificada de 1 a 10 puntos.
- Entrega de las prácticas realizadas a lo largo del curso.

B) Alumnos que se incorporen una vez comenzado el curso. Procedimientos.

Todos aquellos alumnos/as que se incorporen después de comenzado el curso y cuando la demora de incorporación así lo aconseje, tendrán derecho a un solo control que permita su incorporación al proceso de evaluación continua. Caso de no superar este control, se le elaborará un plan de recuperación de la parte impartida hasta su incorporación, a fin de que realice una serie de ejercicios propuestos, paralelamente a las actividades normales del curso, de forma que faciliten su incorporación al proceso normal de evaluación continua, y se repetirá el control (caso de no haberlo superado con anterioridad).

Cuando se trate de alumnos/as incorporados como consecuencia de un traslado de “matricula viva”, se atenderá al informe proporcionado por el centro de origen, respetando en tal caso las materias superadas en dicho centro, aunque se podrá someter a un control para averiguar el grado de conocimientos que posee de dichas materias.

EVALUACIÓN DE LA PRÁCTICA DOCENTE

Para evaluar la Programación Didáctica que llevamos al aula, así como, la actuación del docente que la imparte.

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

UD	NOMBRE	TIEMPO ESTIMADO	
1	La venta de productos industriales.	24 horas	
RA 1	Elabora ofertas comerciales de productos industriales y del sector primario, adaptando los argumentos de venta a los distintos tipos de clientes (minoristas, mayoristas e institucionales).	CPPS	OBJ. GLES.
		c), k), m), n), ñ), o), p), q	d), e), o), q), r), s), t), u), v) y w)
OBJETIVOS			

<ul style="list-style-type: none"> • Analizar la conducta del comprador • Analizar las posibles fuentes de búsqueda de clientes industriales • Analizar el perfil del vendedor de productos industriales • Analizar un argumentario de ventas a partir de las características del producto • Clasificar los diferentes productos industriales • Identificar las ventajas del producto industrial • Estudiar el envase, el embalaje, la etiqueta, la marca o la seguridad, como estrategia del producto.
CONTENIDOS <ol style="list-style-type: none"> 1. El mercado industrial 2. El cliente industrial 3. El vendedor de productos industriales 4. La venta de productos industriales 5. El análisis del producto industrial 6. El producto industrial y sus atributos.

ACTIVIDADES		
Actividades de enseñanza-aprendizaje	Actividades de evaluación	RA/Criterios de evaluación
<ol style="list-style-type: none"> 1. A-Inicio: Presentación del módulo. Dinámica de grupo (la telaraña) de integración en el grupo. 2. A-Inicio: gran grupo: Detección de conocimientos previos. Cuestiones generales. 3. A-Desarrollo- Grupal: tareas del libro (20%) 4. A- Desarrollo-Final: Control (20%). Prueba escrita (50%). 5. AE Control de la puntualidad y responsabilidad ante la justificación de las faltas (10%) 	AE 1: Tareas relacionadas con el modulo AE 2: Presentación del trabajo de la unidad. (individual) CAUCE AE 3: Prueba escrita de contenidos (individual) AE 5 Control de la puntualidad y responsabilidad ante la justificación de las faltas	RA 1: a-b-c-d-e

UD	NOMBRE	TIEMPO ESTIMADO	
2	La venta de servicios	22 horas	
RA 2	Confecciona ofertas comerciales de servicios, adaptando los argumentos de venta a las características específicas del servicio propuesto y a las necesidades de cada cliente.	CPPS	OBJ. GLES.
		c), k), m), n), ñ), o), p), q	d), e), o), q), r), s), t), u), v) y w)

OBJETIVOS

- Identificar características intrínsecas de los servicios
- Realizar encuestas a los clientes para conocer su grado de comprensión y aceptación del servicio ofrecido
- Medir la efectividad de las encuestas una vez aplicadas por la organización

CONTENIDOS

1. Tipología de servicios.
2. Objetivos en la prestación de servicios. Objetivos sociales y económicos.
3. Planificación de los servicios según las necesidades de los usuarios.
4. Características inherentes a los servicios.
5. La intangibilidad y las propuestas para contrarrestar este factor.
6. La inseparabilidad y modos de superarla.

ACTIVIDADES		
Actividades de enseñanza-aprendizaje	Actividades de evaluación	RA/Criterios de evaluación
1. A-Inicio: gran grupo: Detección de conocimientos previos. Cuestiones generales. 2. A-Desarrollo- Grupal: tareas del libro (20%) 3. Desarrollo-Final: Control (20%). Prueba escrita (50%). 4. AE 7 Control de la puntualidad y responsabilidad ante la justificación de las faltas (10%)	AE 1: Tarea libro CAUCE AE 2: Presentación del trabajo de la unidad. AE 3: Prueba escrita de contenidos AE 4 Control de la puntualidad y responsabilidad ante la justificación de las faltas	RA 2: a-b-c-d-e-f-g

UD	NOMBRE	TIEMPO ESTIMADO 16 horas	
3	La venta de productos tecnológicos.	CPPS	OBJ. GLES.
RA 3	Realiza actividades propias de la venta de productos tecnológicos, aplicando técnicas de venta adecuadas y recopilando información actualizada de la evolución y tendencias del mercado de este tipo de bienes.	c), k), m), n), ñ), o), p), q	d), e), o), q), r), s), t), u), v) y w)

OBJETIVOS

- Analizar de las carteras de productos/servicios tecnológicos ofertados en los distintos canales de comercialización.
- Obtener de datos del mercado a través de la información y sugerencias recibidas de la clientela.
- Organizar de la información obtenida sobre innovaciones del mercado, centrándose en las utilidades de productos, nuevos usos, fácil manejo, accesorios, complementos y compatibilidades.
- Argumentar la posibilidad de introducir nuevos productos y/o servicios, modificaciones o variantes de modelos que complementen la cartera de productos, ajustándose a las nuevas modas y tendencias.
- Comunicar datos a la superiora o al superior inmediato sobre la existencia de segmentos de clientes y clientas comercialmente rentables, proponiendo nuevas líneas de negocio, fomentando el espíritu emprendedor en la empresa.
- Detectar de áreas de mejora en grupos de clientes y clientas poco satisfechos, que pueden ser cubiertos con la oferta de un producto/servicio que se adapte mejor a sus necesidades.
- Elaborar de ofertas de productos tecnológicos, utilizando herramientas informáticas de presentación.

CONTENIDOS

1. El espíritu emprendedor en la búsqueda de nuevos nichos de mercado.
2. La innovación y el lanzamiento de nuevos productos.
3. Agrupación de funciones, nuevos usos y utilidades, novedades en el manejo, desarrollo de accesorios y complementos, y compatibilidades en sistemas y productos.
4. Catálogos y manuales de instrucciones.
5. Gestión de clientes poco satisfechos y sugerencias de mejora.
6. Elaboración de presentaciones de novedades.
7. Análisis del fenómeno de la moda y las tendencias. Previsión.
8. El cliente prescriptor como punta de lanza en el mercado.
9. Flexibilidad de la empresa para adaptarse a entornos cambiantes.

ACTIVIDADES		
Actividades de enseñanza-aprendizaje	Actividades de evaluación	RA/Criterios de evaluación
1. A-Inicio: gran grupo: Detección de conocimientos previos. Cuestiones generales. 2. A-Desarrollo- Grupal: tareas del libro (20%) 3. A- Desarrollo-Final: Prueba escrita(30%) 4. AE Control de la puntualidad y responsabilidad ante la justificación de las faltas (10%)	AE 1: Tareas libro CAUCE AE 2: Presentación del trabajo de la unidad. AE 3: Prueba escrita de contenidos AE 4 Control de la puntualidad y responsabilidad ante la justificación de las faltas	RA 2 : a-b-c-d-e-f-g

UD	NOMBRE	TIEMPO ESTIMADO 4 horas	
4	La venta de productos de alta gama.	CPPS	OBJ. GLES.
RA 4	Desarrolla actividades relacionadas con la venta de productos de alta gama, aplicando técnicas que garanticen la transmisión de la imagen de marca de calidad y reputación elevada.	c), k), m), n), ñ), o), p), q	d), e), o), q), r), s), t), u), v) y w)

OBJETIVOS

- Valorar las causas que determinan la consideración de un producto como de alta gama, tales como precio, características innovadoras y calidad, entre otras.
- Determinar el procedimiento de transmisión de una imagen de alto posicionamiento a través del lenguaje verbal y no verbal, la imagen personal y el trato al cliente o clienta.
- Confeccionar de un argumentario de ventas centrado en la variable comunicación, tales como imagen de marca, origen, personalidad, reconocimiento social, pertenencia a un grupo o clase y exclusiva cartera de clientes.
- Seleccionar los argumentos adecuados en operaciones de venta de productos de alto posicionamiento.
- Realizar del empaquetado y/o embalaje del producto con rapidez y eficiencia, utilizando distintas técnicas acordes con los parámetros estéticos de la imagen corporativa.
- Realizar del etiquetaje de productos de alto valor monetario, siguiendo la normativa aplicable en cada caso.
- Revisar de la seguridad de la mercancía con sistemas antihurto, comprobando la concordancia etiqueta producto y el funcionamiento de las cámaras de videovigilancia.
- Analizar de las pautas de actuación establecidas por la organización al detectar un hurto.

CONTENIDOS

1. La comunicación del posicionamiento.
2. El cliente o clienta que busca la marca.
3. La distribución selectiva.
4. La utilización de caras conocidas en la publicidad.
5. Producto: los objetos exclusivos, las series limitadas y los modelos de autor.
6. Imagen de marca e imagen personal.
7. El análisis de marca.
8. Técnicas de empaquetado.
9. Normativa de etiquetado.

10.Sistemas de alarma para productos.

11.Políticas antihurto.

ACTIVIDADES		
Actividades de enseñanza-aprendizaje	Actividades de evaluación	RA/Criterios de evaluación
1. A-Inicio: gran grupo: Detección de conocimientos previos. Cuestiones generales. 2. A-Desarrollo- Grupal: tareas del libro (20%) 3. A- Desarrollo-Final: Control (20%). Prueba escrita (50%). 4. AE Control de la puntualidad y responsabilidad ante la justificación de las faltas (10%)	AE 1: Tareas libro CAUCE AE 2: Presentación del trabajo de la unidad. AE 3: Prueba escrita de contenidos AE 5 Control de la puntualidad y responsabilidad ante la justificación de las faltas	RA 4 : a-b-c-d-e-f-g-h

UD	NOMBRE	TIEMPO ESTIMADO 10 horas	
5	Desarrollo de actividades relacionadas con la venta de productos de alta gama: La venta de productos de alta gama.	CPPS	OBJ. GLES.
RA 5	Prepara diferentes acciones promocionales de bienes inmuebles, aplicando técnicas de comunicación adaptadas al sector.	c), k), m), n), ñ), o), p), q	d), e), o), q), r), s), t), u), v) y w)
OBJETIVOS <ul style="list-style-type: none"> • Valorar las causas que determinan la consideración de un producto como de alta gama, tales como precio, características innovadoras y calidad, entre otras. • Determinar el procedimiento de transmisión de una imagen de alto posicionamiento a través del lenguaje verbal y no verbal, la imagen personal y el trato al cliente o clienta. • Confeccionar de un argumentario de ventas centrado en la variable comunicación, tales como imagen de marca, origen, personalidad, reconocimiento social, pertenencia a un grupo o clase y exclusiva cartera de clientes. • Seleccionar los argumentos adecuados en operaciones de venta de productos de alto posicionamiento. • Realizar del empaquetado y/o embalaje del producto con rapidez y eficiencia, utilizando distintas técnicas acordes con los parámetros estéticos de la imagen corporativa. • Realizar del etiquetaje de productos de alto valor monetario, siguiendo la normativa aplicable en cada caso. • Revisar de la seguridad de la mercancía con sistemas antihurto, comprobando la concordancia etiqueta producto y el funcionamiento de las cámaras de videovigilancia. • Analizar de las pautas de actuación establecidas por la organización al detectar un hurto. 			
CONTENIDOS <ol style="list-style-type: none"> 1. La comunicación del posicionamiento. 2. El cliente o clienta que busca la marca. 3. La distribución selectiva. 4. La utilización de caras conocidas en la publicidad. 5. Producto: los objetos exclusivos, las series limitadas y los modelos de autor. 6. Imagen de marca e imagen personal. 7. El análisis de marca. 8. Técnicas de empaquetado. 			

9. Normativa de etiquetado.
10. Sistemas de alarma para productos.
11. Políticas antihurto.

ACTIVIDADES		
Actividades de enseñanza-aprendizaje	Actividades de evaluación	RA/Criterios de evaluación
<ol style="list-style-type: none"> 1. A-Inicio: gran grupo: Detección de conocimientos previos. Cuestiones generales. 2. A-Desarrollo- Grupal: tareas del libro (20%) 3. A- Desarrollo-Final: Control (20%). Prueba escrita (50%). 4. AE Control de la puntualidad y responsabilidad ante la justificación de las faltas (10%) 	AE 1: Tareas libro CAUCE AE 2: Presentación del trabajo de la unidad. AE 3: Prueba escrita de contenidos AE 4 Control de la puntualidad y responsabilidad ante la justificación de las faltas	RA 4 : a-b-c-d-e-f-g

UD	NOMBRE	TIEMPO ESTIMADO 18 horas	
6	El sector inmobiliario. La promoción de inmuebles.	CPPS	OBJ. GLES.
RA 6	Desarrolla actividades relacionadas con el proceso de venta de inmuebles, cumplimentando los documentos generados en este tipo de operaciones.	c), k), m), n), ñ), o), p), q	d), e), o), q), r), s), t), u), v) y w)
OBJETIVOS			
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar de mensajes publicitarios con la información de los inmuebles que se ofertan. • Comparar las ventajas e inconvenientes de los distintos soportes de difusión. • Gestionar la difusión del material promocional utilizando diversos medios de comunicación. • Seleccionar de las fuentes de información disponibles para la captación de potenciales demandantes-clientela de inmuebles en venta o alquiler. • Determinar las necesidades y posibilidades económicas financieras de los potenciales demandantes clientela, aplicando los instrumentos de medida previstos por la organización. • Registrar de los datos del posible cliente o clienta, cumpliendo con los criterios de confidencialidad y con la normativa sobre protección de datos. • Realizar de estudios comparativos para seleccionar el elemento de nuestra cartera de inmuebles que mejor se ajuste a las expectativas y posibilidades económicas del cliente o clienta. 			
CONTENIDOS			
<ol style="list-style-type: none"> 1. La figura de agente comercial y de asesor comercial inmobiliario. 2. La promoción de inmuebles: medios y canales. 3. Comercialización de inmuebles: presencial, por teléfono y por ordenador. 4. La capacidad de compra o alquiler de los potenciales clientes y clientas. 5. Legislación vigente en materia de protección de datos. 6. Protección al consumidor o consumidora en operaciones de compraventa y alquiler de inmuebles. 7. La cartera de inmuebles. Clasificación por filtros: zona, precio, estado de habitabilidad y características. 			
ACTIVIDADES			
	Actividades de enseñanza-aprendizaje	Actividades de evaluación	RA/Criterios de evaluación
	<ol style="list-style-type: none"> 1. A-Inicio: gran grupo: Detección de conocimientos previos. Cuestiones generales. 2. A-Desarrollo- Grupal: tareas del libro (20%) 	AE 1: Tarea CAUCE AE 2: Presentación del trabajo de la unidad.	RA 5 : a-b-c-d-e-f-g

3. A- Desarrollo-Final: Control (20%). Prueba escrita (50%).	AE 3: Prueba escrita de contenidos	
4. AE 7 Control de la puntualidad y responsabilidad ante la justificación de las faltas (10%)	AE 4 Control de la puntualidad y responsabilidad ante la justificación de las faltas	

UD	NOMBRE	TIEMPO ESTIMADO 18 horas	
		CPPS	OBJ. GLES.
7	El Telemarketing		
RA 7	Desarrolla actividades de telemarketing en situaciones de venta telefónica, captación y fidelización de clientes y atención personalizada, aplicando las técnicas adecuadas en cada caso.	c), k), m), n), ñ), o), p), q	d), e), o), q), r), s), t), u), v) y w)
OBJETIVOS <ul style="list-style-type: none"> • Identificar de los distintos sectores donde se ha desarrollado el <i>Telemarketing</i>. • Analizar de las diversas funciones que cumple esta herramienta de comunicación comercial en la empresa. • Analizar del perfil que debe tener un buen teleoperador o teleoperadora. • Caracterizar de las técnicas de atención personalizada, captación y fidelización del cliente o clienta a través del <i>Telemarketing</i>. • Identificar de las distintas etapas del proceso de venta telefónica. • Elaborar de guiones para la realización de llamadas de ventas. • Realizar previsión de las objeciones que pueden plantear los clientes, y la forma de afrontarlas con éxito. • Realizar de simulaciones de operaciones de <i>Telemarketing</i> en casos de captación, retención o recuperación de clientes y clientas. 			
CONTENIDOS <ol style="list-style-type: none"> 1. Concepto de “<i>Telemarketing</i>”. 2. Evolución hasta el BPO (<i>Business Process Outsourcing</i>). 3. Ventajas y factores de éxito del <i>Telemarketing</i>. 4. Sectores económicos de desarrollo del <i>Telemarketing</i>. 5. El profesiograma del teleoperador o teleoperadora. 6. Pautas para la excelencia en la comunicación telefónica. 7. Tipología de interlocutores o interlocutoras. 8. Aplicaciones del uso del teléfono en operaciones comerciales. 9. Investigación comercial por teléfono. 10.El proceso de la venta telefónica. 11.Los ratios en la medición de la excelencia, calidad y eficiencia del servicio en las actuaciones de <i>Telemarketing</i>. 			
ACTIVIDADES			
Actividades de enseñanza-aprendizaje		Actividades de evaluación	RA/Criterios de evaluación

<ol style="list-style-type: none"> 1. A-Inicio: gran grupo: Detección de conocimientos previos. Cuestiones generales. 2. A-Desarrollo- Grupal: tareas del libro (20%) 3. A- Desarrollo-Final: Control (20%). Prueba escrita (50%). 4. AE 7 Control de la puntualidad y responsabilidad ante la justificación de las faltas (10%) 	<p>AE 1: Tarea CAUCE AE 2: Presentación del trabajo de la unidad. AE 3: Prueba escrita de contenidos AE 4 Control de la puntualidad y responsabilidad ante la justificación de las faltas</p>	<p>RA 6: a-b-c-d-e-f-g-h</p>
---	--	------------------------------