

PROGRAMACIÓN DOCENTE

Venta Técnica

2º Curso de Actividades Comerciales

Curso escolar: 2023/2024

Centro: IES Los Albares

Localidad: Cieza

| ÍNDICE | Página |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 1. REFERENTE LEGAL _____ | 4 |
| 2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN _____ | 5 |
| 3. ORGANIZACIÓN, DISTRIBUCIÓN Y SECUENCIACIÓN DE LOS CONTENIDOS BÁSICOS, CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE _____ | 9 |
| 4. DECISIONES METODOLÓGICAS Y DIDÁCTICAS _____ | 13 |
| 4.1. ORIENTACIONES _____ | 13 |
| 4.2. AGRUPAMIENTOS _____ | 14 |
| 3.3. TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN _____ | 15 |
| 5. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD _____ | 15 |
| 6. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS _____ | 16 |
| 7. RELACIÓN DE ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES PARA EL CURSO ESCOLAR _____ | 17 |
| 8. ELEMENTOS TRANSVERSALES: PREVENCIÓN DE RIESGOS _____ | 17 |
| 9. ESTRATEGIAS E INSTRUMENTOS PARA LA EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE DEL ALUMNADO _____ | 18 |
| 9.1. EVALUACIÓN DE ALUMNOS EN LA CONVOCATORIA ORDINARIA _____ | 18 |
| 9.2. EVALUACIÓN DE ALUMNOS A LOS QUE NO SE LES HA PODIDO REALIZAR LA EVALUACIÓN CONTINUA _____ | 20 |
| 9.3. EVALUACIÓN DE ALUMNOS EN LA CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA _____ | 21 |
| 9.4. PLAN DE RECUPERACIÓN PARA ALUMNOS CON EL MÓDULO PENDIENTE NO SUPERADO _____ | 22 |
| 10. ESTRATEGIAS E INSTRUMENTOS PARA LA EVALUACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA Y LA PRÁCTICA DOCENTE _____ | 22 |
| 11. MEDIDAS PREVISTAS PARA EL FOMENTO DE LA LECTURA Y DE LA MEJORA DE LA EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA _____ | 23 |

1. REFERENTE LEGAL

Según el artículo 10 del RD 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la **ordenación del Sistema de Formación Profesional**, el currículo básico de los módulos profesionales incluye los siguientes aspectos:

- a) La denominación y el código identificador.
- b) Los resultados de aprendizaje correspondientes a los elementos de competencia de cada estándar de competencia profesional.
- c) Los criterios de evaluación asociados a cada resultado de aprendizaje.
- d) La duración mínima en la modalidad presencial.
- e) El número de créditos ECTS, en caso de responder a un estándar o estándares de competencia de nivel 3.
- f) Los requisitos del personal docente y formador.

El CFGM de Actividades Comerciales se rige por la LOE y la base normativa a partir de la cual se irán desarrollando los elementos de la programación son:

- **Normativa Título: RD 1688/2011**
- **Normativa Currículo: OD 12450/2015**

Tal y como se refleja en el artículo 37 del Decreto n.º 235/2022, de 7 de diciembre, los apartados de la programación docente son, al menos, los siguientes:

- a) Organización, distribución y secuenciación de los contenidos básicos, criterios de evaluación y resultados de aprendizaje del módulo.
- b) Decisiones metodológicas y didácticas.
- c) Medidas de atención a la diversidad.
- d) Materiales y recursos didácticos.
- e) Relación de actividades complementarias y extraescolares para el curso escolar.
- f) Elementos transversales: prevención de riesgos.
- g) Estrategias e instrumentos para la evaluación del aprendizaje del alumnado.
- h) Estrategias e instrumentos para la evaluación del proceso de enseñanza y la práctica docente.
- i) Medidas previstas para el fomento de la lectura y de la mejora de la expresión oral y escrita.

2. 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.

3. ORGANIZACIÓN, DISTRIBUCIÓN Y SECUENCIACIÓN DE LOS CONTENIDOS BÁSICOS, CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Primera evaluación

| N.º y título de la unidad de trabajo: 1. LA VENTA DE PRODUCTOS INDUSTRIALES | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| N.º de sesiones: 14 | | En septiembre y octubre de 2023 |
| Competencias profesionales, personales y sociales: c), k), m), n), ñ), o), p) y q) del título. | | |
| Resultados de aprendizaje | Criterios de evaluación asociados | Contenidos básicos |
| 1 | a-b-c-d-e | <ul style="list-style-type: none"> – 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. |

| N.º y título de la unidad de trabajo: 2. LA VENTA DE SERVICIOS: CARACTERÍSTICAS. | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| N.º de sesiones: 12 | | En octubre de 2023 |
| Competencias profesionales, personales y sociales: c), k), m), n), ñ), o), p) y q) del título. | | |
| Resultados de aprendizaje | Criterios de evaluación asociados | Contenidos básicos |
| 2 | a | <ul style="list-style-type: none"> – 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. |

| N.º y título de la unidad de trabajo: 3. LA VENTA DE SERVICIOS: CONFECCIÓN DE OFERTAS. | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| N.º de sesiones: 14 | | En octubre y noviembre de 2023 |
| Competencias profesionales, personales y sociales: c), k), m), n), ñ), o), p) y q) del título. | | |
| Resultados de aprendizaje | Criterios de evaluación asociados | Contenidos básicos |
| 2 | b-c-d-e-f-g | <ul style="list-style-type: none"> – 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. |

| N.º y título de la unidad de trabajo: 4. LA VENTA DE PRODUCTOS TECNOLÓGICOS. | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| N.º de sesiones: 11 | | En noviembre y diciembre de 2023 |
| Competencias profesionales, personales y sociales: c), k), m), n), ñ), o), p) y q) del título. | | |
| Resultados de aprendizaje | Criterios de evaluación asociados | Contenidos básicos |
| 3 | a-b-c-d-e-f-g | <ul style="list-style-type: none"> – 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. |

| | | |
|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | <ul style="list-style-type: none"> – El cliente prescriptor como punta de lanza en el mercado. – Flexibilidad de la empresa para adaptarse a entornos cambiantes. |
|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

| |
|---------------------------|
| Segunda evaluación |
|---------------------------|

| |
|-------------------------------------------------------------------------------------|
| N.º y título de la unidad de trabajo: 5. LA VENTA DE PRODUCTOS DE ALTA GAMA. |
|-------------------------------------------------------------------------------------|

| | |
|--------------------|--------------------------------------|
| N.º de sesiones:14 | En diciembre de 2023 y enero de 2024 |
|--------------------|--------------------------------------|

Competencias profesionales, personales y sociales: c), k), m), n), ñ), o), p) y q) del título.

| Resultados de aprendizaje | Criterios de evaluación asociados | Contenidos básicos |
|---------------------------|-----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 4 | a-b-c-d-e-f-g-h | <ul style="list-style-type: none"> – 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. |

| |
|-----------------------------------------------------------------------------------|
| N.º y título de la unidad de trabajo: 6. LA COMERCIALIZACIÓN DE INMUEBLES. |
|-----------------------------------------------------------------------------------|

| | |
|---------------------|----------------------------|
| N.º de sesiones: 16 | En enero y febrero de 2024 |
|---------------------|----------------------------|

Competencias profesionales, personales y sociales: c), k), m), n), ñ), o), p) y q) del título.

| Resultados de aprendizaje | Criterios de evaluación asociados | Contenidos básicos |
|---------------------------|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5 | a-b-c-d-e-f-g | <ul style="list-style-type: none"> – 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. |

| | | |
|--|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | <ul style="list-style-type: none"> – 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. |
|--|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

N.º y título de la unidad de trabajo: 7. EL PROCESO DE VENTA DE INMUEBLES.

N.º de sesiones: 15 En febrero de 2024

Competencias profesionales, personales y sociales: c), k), m), n), ñ), o), p) y q) del título.

| Resultados de aprendizaje | Criterios de evaluación asociados | Contenidos básicos |
|---------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 6 | a-b-c-d-e-f-g | <ul style="list-style-type: none"> – 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. |

N.º y título de la unidad de trabajo: 8. TELEMARKETING.

N.º de sesiones: 14 En febrero y marzo de 2024

Competencias profesionales, personales y sociales: c), k), m), n), ñ), o), p) y q) del título.

| Resultados de aprendizaje | Criterios de evaluación asociados | Contenidos básicos |
|---------------------------|-----------------------------------|--------------------|
|---------------------------|-----------------------------------|--------------------|

| | | |
|---|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 7 | a-b-c-d-e-f-g-h | <ul style="list-style-type: none">- 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. |
|---|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

4. DECISIONES METODOLÓGICAS Y DIDÁCTICAS

4.1. ORIENTACIONES

La metodología es un elemento clave en la programación, de hecho, establecer en el aula la metodología más adecuada es una de las actividades donde más radica la importancia del papel del docente.

El proceso que se ha seguido para diseñar las actividades del aula ha sido: primero se han estudiado los principios psicopedagógicos que existen, a continuación, las estrategias metodológicas que de ellos se derivan, y por último se elaboran las actividades que, en definitiva, son la expresión dinámica de los principios y las estrategias metodológicas.

Los principios psicopedagógicos en los que nos basamos son:

1. Partir del nivel de desarrollo del alumno
2. Construcción de aprendizajes significativos.
3. "Aprender a aprender".
4. Realizar una metodología activa y participativa.

Estos principios psicopedagógicos que pueden parecer tan teóricos para aplicarlos en un aula se concretan con las estrategias metodológicas. Las que vamos a usar son:

1. Estrategias expositivas. Consiste en la explicación por parte del profesor de un conocimiento, que se realizará al comienzo de cada contenido novedoso, teniendo en cuenta sus conocimientos previos.
2. Estrategias de indagación. El alumno realizará el aprendizaje con el mayor nivel de autonomía posible, guiado por el profesor, mediante el trabajo y la investigación personal.

3. Estrategias prácticas, es decir, realización de actividades prácticas. A destacar, ya que con esta estrategia los alumnos van a alcanzar la competencia profesional.
4. Exposiciones orales de los alumnos. Servirá para que desarrollen la habilidad de comunicarse en público, muy necesario en el mundo laboral, tanto con el paciente como con el resto de compañeros.
5. Utilización de las TIC en la práctica docente. Esta estrategia da un gran protagonismo a las nuevas tecnologías, que no pueden obviarse ya que están muy introducidas en la sociedad.

Y por último, estas estrategias metodológicas se concretan con las actividades. Para diseñar cada una de ellas nos basamos en las bases pedagógicas antes comentadas, para un mejor proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las actividades representan la vida del aula; con ellas pretendo que el alumno asimile los contenidos y consiga los objetivos. Existen distintos tipos según la clasificación de Serafín Antúnez:

- Actividades de introducción y motivación,
- de conocimientos previos,
- de desarrollo, consolidación,
- refuerzo, recuperación, ampliación, evaluación,
- y actividades complementarias y extraescolares.

4.2. AGRUPAMIENTOS

Las interacciones entre los alumnos son un factor muy importante, ya que es imprescindible que aprendan a trabajar en equipo para desarrollar bien este módulo. Existen muchas de posibilidades de agrupación en función del tipo de actividad: individual (para favorecer la reflexión y la práctica sobre los diversos contenidos de forma personalizada), por parejas o en pequeños grupos (coincidiendo con el desarrollo de las actividades y ejercicios prácticos), toda la clase...

Organizaremos a los alumnos en grupo medio (grupo clase), para:

- Exposición del tema por parte del profesor.
- Debates, puesta en común y obtención de conclusiones.
- Realización de seminarios puntuales o visitas de profesionales.
- Soluciones de problemas, acuerdos y desacuerdos.
- Determinar normas.

En otras ocasiones, coincidiendo con el desarrollo de las actividades y ejercicios prácticos, los organizaremos en grupos pequeños (2/4 alumnos) para:

- Favorecer la individualización y aprendizaje significativo.
- Desarrollar actitudes cooperativas.
- Introducir nuevos conceptos de especial dificultad.
- Aclarar información que se ha dado previamente en el grupo medio.
- Desarrollar en el alumno las capacidades de autonomía y responsabilidad.

Y, finalmente, se desarrollarán ejercicios prácticos de carácter individual, que en alguna ocasión serán expuestos en clase al resto de compañeros, para favorecer la

reflexión y la práctica sobre los diversos contenidos de forma personalizada, consiguiendo así:

- Afianzar conceptos.
- Comprobar el nivel del alumno.
- Detectar dificultades.
- Desarrollar facultades de exposición oral.

3.3. TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Las TIC tienen un potencial reconocido para apoyar el aprendizaje y la construcción del conocimiento, y permiten presentar contenidos de una manera dinámica y flexible.

Combinar en el aula la enseñanza tradicional con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación se convierte en una herramienta imprescindible y clave para llevar a cabo nuestra propuesta de enseñanza.

La Consejería de Educación de la Región de Murcia ha hecho una decidida apuesta en este sentido, poniendo a disposición de los docentes una serie de aplicaciones a través de su página www.educarm.es. Desde este departamento usaremos, de forma consensuada y unánime, la plataforma Moodle "Aula XXI", y la plataforma Classroom de Google.

Usaremos ambas plataformas como herramienta para compartir los contenidos a nuestros alumnos y como un elemento de comunicación con ellos.

Aparte, llevaremos a cabo un uso diario del ordenador, proyector, material de Internet, etc. en el aula.

5. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

En primer lugar, hay que recordar que en la FP todas las medidas de atención giran en torno a los elementos de acceso ya que, debido a la adquisición de las competencias profesionales, no se pueden modificar sustancialmente las capacidades, habilidades y destrezas que nuestro alumnado debe poseer a la finalización del ciclo formativo. Es decir, hablamos de adaptaciones no significativas.

Un aspecto esencial de la estrategia de enseñanza que se persigue es la atención a las diferencias entre los alumnos.

El diseño de las actividades se realizará para que sean accesibles a la diversidad de los alumnos que hay en el grupo, pudiendo estos alcanzar distintos niveles de adquisición o participación, en función de su capacidad.

En previsión de la posible diversidad y variabilidad en nuestros alumnos de la capacidad y grado de asimilación de los distintos tipos de contenidos, se cree necesaria la elaboración y propuesta de actividades de refuerzo a desarrollar por los

alumnos que muestren dificultades de aprendizaje, con un especial seguimiento y orientación docente a éstos, y actividades de ampliación o profundización a desarrollar por los alumnos que muestran facilidades de aprendizaje. Todo ello con el fin de dar respuesta adecuada a sus necesidades e interés educativos particulares.

El trabajo en equipo, favoreciendo la relación entre alumnos con más facilidad y alumnos con mayor dificultad puede llegar a ser muy beneficioso si se establece una relación de apoyo mutuo. Por tanto, se va a estimular la concienciación y cooperación del alumnado, creando cultura de trabajo en equipo.

6. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS

Corresponde a los centros docentes, en virtud de su autonomía pedagógica, elegir los materiales y recursos didácticos que hayan de utilizarse en el desarrollo de las áreas, materias o ámbitos del currículo.

A continuación, se especificarán de forma detallada los distintos materiales y recursos didácticos que se utilizarán en el curso, atendiendo a la diversidad del alumno y que se ajusten a la concreción de los elementos curriculares contemplados en la programación didáctica.

A tal fin, se atenderá a que se usen materiales y recursos didácticos diversos, variados, interactivos y accesibles para todo el alumnado, no contemplándose como único recurso didáctico el libro de texto, aunque sí sería éste un recurso básico de apoyo.

Además, se utilizarán otros libros de consulta y de lectura, legislación, revistas especializadas, prensa, Internet, etc.

Se dispondrá del aula taller de comercio de que dispone el centro cuando se puedan aplicar los conocimientos adquiridos en la misma.

Se trabajará en el aula de informática y con el terminal del punto de venta para la aplicación práctica de algunos de los contenidos.

En los casos que se puedan, se utilizará el material audiovisual para proyectar películas y documentales que estén relacionadas con el tema y la cámara de vídeo para juegos de rol y simulaciones, así como para la exposición trimestral del trabajo de aplicación.

7. RELACIÓN DE ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES PARA EL CURSO ESCOLAR

Las actividades complementarias y extraescolares favorecen el desarrollo de las competencias específicas del área/materia/ámbito, impulsando la utilización de espacios y recursos educativos diversos.

Las actividades complementarias y extraescolares previstas para el módulo en este curso escolar son:

| ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA/EXTRAESCOLAR | FECHA | OBSERVACIONES |
|-----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|-------------------|
| Charla de profesionales y emprendedores | Trimestre 1 | Dentro del centro |
| Visita a diferentes empresas (Estrella de Levante, Ikea, Primafrío, Licor 43) | Según disponibilidad de las empresas | Fuera del centro |
| Visita a centros comerciales (Nueva Condomina, Espacio Mediterráneo, etc) | Según disponibilidad de las empresas | Fuera del centro |
| Día de la Persona Emprendedora (Auditorio Víctor Villegas – Instituto de Fomento) | Trimestre 1 | Fuera del centro |
| Feria de Orientación de Hellín (Orienta-T) | Trimestre 3 | Fuera del centro |

8. ELEMENTOS TRANSVERSALES: PREVENCIÓN DE RIESGOS

El Plan de Formación Profesional, aprobado por el Consejo de Gobierno de la Región de Murcia, en sesión del 11 de marzo de 2005, y elaborado por la Administración con la colaboración y el consenso de los Agentes Sociales, plantea un Proyecto dedicado al “incremento de la calidad y la seguridad en los centros y talleres de Formación Profesional”, donde analiza que la prevención de riesgos laborales en los centros de FP debe ser abordada con una doble perspectiva: garantizar la seguridad de los alumnos/as y los formadores durante el desarrollo de las acciones formativas y, por otro lado, fomentar un espíritu de prevención en los alumnos/as con vistas al desarrollo de su actividad profesional en la empresa.

La Consejería de Educación, a través de su Dirección General de Formación Profesional e Innovación Educativa, ha elaborado el Plan de Actuación de Prevención de Riesgos Profesionales en Instalaciones de Ciclos Formativos, cuyos objetivos son:

- 1º. La mejora de la calidad de las enseñanzas de FP en la Región de Murcia.
- 2º. Llevar a cabo el Plan de Actuaciones Preventivas elaborado por el Servicio de Prevención de Riesgos Laborales.
3. Adecuar las instalaciones y/o equipamientos de los espacios formativos de los Ciclos Formativos de cada uno de los centros a la normativa vigente en Prevención de Riesgos.
- 4º. Realizar las actividades de prevención previas para garantizar un mayor nivel de protección de la seguridad y salud de alumnos/as y profesores/as.

Atendiendo a este plan, se asigna a cada Ciclo Formativo una puntuación de 1 a 10 por pertenecer a una determinada Familia Profesional, según su menor o mayor peligrosidad en sus equipamientos, siendo la puntuación para el Ciclo Formativo de Grado Medio de Actividades Comerciales de 2, al valorarse según su familia profesional, Comercio y Marketing.

Para el desarrollo de los contenidos y actividades en este módulo, y en coordinación previa con el profesor/a que imparta el módulo de FOL, se trabajará en el desarrollo de las distintas actividades de esta programación las oportunas medidas para prevenir los principales riesgos que se dan en el ejercicio de esta actividad profesional y que son: riesgos eléctricos, de caídas, de manipulación de cargas, riesgos posturales y el riesgo de incendio. Para ello se recordará a los alumnos periódicamente:

- Que no deben manipular de modo inadecuado los equipos informáticos estando enchufados, y cerciorarse del buen estado de los enchufes,
- Agacharse flexionando las rodillas, y no levantar objetos pesados por encima de los hombros, acercando siempre la carga al cuerpo lo máximo posible, sobre todo en el manejo de documentos,
- Que deben sentarse correctamente, poniendo los codos sobre la mesa y manteniendo la espalda lo más recta posible.
- Que deben mantener el espacio de trabajo libre de estorbos,
- Y en cuanto al riesgo de incendio, en caso de producirse un simulacro, o un incendio real, es necesario asegurarse sobre todo de que dejen sus objetos personales, cierren ventanas y salga según el orden marcado en el plan de prevención.

9. ESTRATEGIAS E INSTRUMENTOS PARA LA EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE DEL ALUMNADO

9.1. EVALUACIÓN DE ALUMNOS EN LA CONVOCATORIA ORDINARIA

En base a las pautas generales sobre evaluación contenidas en la diferente legislación, a la hora de establecer los criterios y procedimientos de evaluación, estos se harán teniendo en cuenta:

- El dominio profesional a conseguir.
- Los objetivos generales del ciclo y los del módulo en términos de capacidades.
- La madurez del alumno/a.

El proceso de evaluación continua de este módulo responde a la metodología didáctica específica del mismo; por tanto no se basa en la realización exclusiva de exámenes y ejercicios, en dónde el alumno adopta una actitud pasiva de respuesta, ni

tampoco evaluando exclusiva o fundamentalmente aspectos memorísticos del aprendizaje.

En el proceso de evaluación del aprendizaje programado sobresalen tres fases o momentos de evaluación:

1. Evaluación Inicial. Se realiza al comienzo de cada unidad de trabajo o bloque de unidades en función de las características de la materia. Evalúa los conocimientos previos de los alumnos/as y nos da la premisa de la que partimos. Tiene un carácter *indagador*, pues nos permite conocer la formación básica de los alumnos/as así como la homogeneidad o no del grupo.

2. Evaluación procesual o formativa. Es la que se realiza durante el proceso de enseñanza-aprendizaje. Tiene carácter *orientador*. Evalúa los conocimientos del progreso de los alumnos/as y sus dificultades. Consistiría en evaluar:

- Participación en las clases: se trata de valorar la participación del alumno en la clase, sus intervenciones y explicaciones sobre actividades y ejercicios propuestos, teniéndose en cuenta su grado de interés y dedicación.
- Seguimiento de apuntes. Consiste en el seguimiento y valoración de los apuntes, trabajos, ejercicios y actividades realizados por los alumnos/as.
- Actividades individuales orales y/o escritas: se trata de evaluar según los casos el grado de consecución del alumno/a de los contenidos de cada unidad de trabajo.
- Actividades en grupo: Se trata de calificar aquellas actividades de trabajo que se realicen en grupos. Se valora: calidad de organización de los trabajos, calidad de conceptos, exposiciones, participación en debates, etc.

3. Evaluación Objetiva. Tiene un carácter *valorador*. Se realizará al final de cada unidad de trabajo o grupo de unidades y consistirá en la realización de una prueba objetiva que podrá consistir en alguno o varios de los siguientes instrumentos de calificación:

a) Realización de un test, con cuatro alternativas posibles y sólo una correcta o determinación de la veracidad o no de determinadas afirmaciones y justificación de respuestas.

b) Contestación a preguntas teóricas sobre los contenidos y procedimientos trabajados.

c) Resolución de supuestos prácticos, dónde el alumno debe discutir, reflexionar, calcular y argumentar, según los casos, utilizando los conocimientos adquiridos.

En definitiva, se trata de evaluar:

* El grado de conocimiento de los contenidos, conceptos, procedimientos, trámites, documentos y operaciones.

* La capacidad de razonamiento, así como de iniciativa y creatividad en la solución de problemas.

La nota final de la evaluación se obtendrá de la media ponderada de las notas obtenidas en esos instrumentos de calificación antes indicados, calificables de 0 a 10 puntos, siendo la calificación igual o superior a 5 puntos la nota mínima para dar por superada la evaluación, pudiéndose calcular dicha media ponderada aún contando con un 4 en alguna de las pruebas realizadas, pero nunca se podrá calcular dicha media si en alguna prueba de calificación se obtiene una nota inferior a 4, aunque ésta media sea igual o superior a 5. En este último caso, el alumno deberá acudir a la prueba de recuperación de la materia suspendida.

Recuperación

Los instrumentos de calificación para la fase de recuperación son los mismos que en evaluación ordinaria antes descritos.

Si la media ponderada de las calificaciones obtenidas es inferior a 5 (de entre 0 y 10 puntos), o en alguna de las pruebas la nota es inferior a 4 (antes de hacer la media ponderada), el alumno deberá presentarse en fase de recuperación a otra prueba de calificación respecto de la materia suspendida, que tendrá lugar al comienzo de la siguiente evaluación, o bien cuando termine la última evaluación si se suspende ésta.

Para aplicar el proceso de evaluación continua, se requiere la asistencia regular del alumnado, debiendo acreditar un mínimo del 70% de asistencia a clase.

9.2. EVALUACIÓN DE ALUMNOS A LOS QUE NO SE LES HA PODIDO REALIZAR LA EVALUACIÓN CONTINUA

La evaluación continua requiere la asistencia a las clases. La pérdida del 30% de las horas totales del módulo, siendo éstas **33 horas**, de un total de 110 horas, implica la pérdida del derecho a la evaluación continua. Esto supone que las notas y trabajos obtenidos antes de la pérdida de la evaluación continua, no serán tenidos en cuenta en ningún caso.

Aquellos alumnos que pierdan el derecho a la evaluación continua serán evaluados en la semana final del período de evaluación ordinaria, de acuerdo con las fechas propuestas por el centro educativo y publicadas en el calendario escolar. En cualquier caso, la fecha de realización de dichas pruebas se publicará con al menos 15 días de antelación por los cauces de comunicación habituales entre el docente y los alumnos.

Los instrumentos de calificación podrán consistir en alguno o varios de los siguientes:

a) Realización de un test, con cuatro alternativas posibles y sólo una correcta o determinación de la veracidad o no de determinadas afirmaciones y justificación de respuestas.

b) Contestación a preguntas teóricas sobre los contenidos y procedimientos trabajados.

c) Resolución de supuestos prácticos, dónde el alumno debe discutir, reflexionar, calcular y argumentar, según los casos, utilizando los conocimientos adquiridos.

Será necesario obtener un 5 en la nota media ponderada de dichas pruebas, siendo éstas calificadas entre 0 y 10 puntos.

9.3. EVALUACIÓN DE ALUMNOS EN LA CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Los alumnos que no hayan superado este módulo con una nota igual o superior a 5 en la convocatoria ordinaria, tienen una última oportunidad para superar el módulo en una convocatoria extraordinaria.

Se fijarán unas sesiones de preparación, previas a la realización de las pruebas de calificación en fase extraordinaria, que se anunciarán al alumnado afectado por los cauces habituales de comunicación con ellos.

Los instrumentos de calificación podrán consistir en alguno o varios de los siguientes:

a) Realización de un test, con cuatro alternativas posibles y sólo una correcta o determinación de la veracidad o no de determinadas afirmaciones y justificación de respuestas.

b) Contestación a preguntas teóricas sobre los contenidos y procedimientos trabajados.

c) Resolución de supuestos prácticos, dónde el alumno debe discutir, reflexionar, calcular y argumentar, según los casos, utilizando los conocimientos adquiridos.

Será necesario obtener un 5 en la nota media ponderada de dichas pruebas, siendo éstas calificadas entre 0 y 10 puntos.

Estos instrumentos se aplicarán en el período de evaluación extraordinaria, de acuerdo con las fechas propuestas por el centro educativo y publicadas en el calendario escolar. En cualquier caso, la fecha de realización de dichas pruebas se publicará con al menos 15 días de antelación por los cauces de comunicación habituales entre el docente y los alumnos.

9.4. PLAN DE RECUPERACIÓN PARA ALUMNOS CON EL MÓDULO PENDIENTE NO SUPERADO

Los alumnos que no hayan superado este módulo con una nota igual o superior a 5 en el curso anterior se ajustarán al siguiente plan de recuperación:

El alumno se pondrá en contacto con el docente que imparte este módulo en el curso actual, para que éste pueda transmitirle las instrucciones necesarias para poder preparar correctamente las pruebas de calificación necesarias.

Los instrumentos de calificación podrán consistir en alguno o varios de los siguientes:

a) Realización de un test, con cuatro alternativas posibles y sólo una correcta o determinación de la veracidad o no de determinadas afirmaciones y justificación de respuestas.

b) Contestación a preguntas teóricas sobre los contenidos y procedimientos trabajados.

c) Resolución de supuestos prácticos, dónde el alumno debe discutir, reflexionar, calcular y argumentar, según los casos, utilizando los conocimientos adquiridos.

Será necesario obtener un 5 en la nota media ponderada de dichas pruebas, siendo éstas calificadas entre 0 y 10 puntos.

Estos instrumentos se aplicarán durante la última quincena de la evaluación correspondiente, de acuerdo con las fechas propuestas por el centro educativo y publicadas en el calendario escolar. En cualquier caso, la fecha de realización de dichas pruebas se publicará con al menos 15 días de antelación por los cauces de comunicación habituales entre el docente y los alumnos.

10. ESTRATEGIAS E INSTRUMENTOS PARA LA EVALUACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA Y LA PRÁCTICA DOCENTE

Tiene gran importancia este aspecto en la evaluación, ya que de los resultados del mismo puede derivarse la necesidad de plantear modificaciones en el diseño, organización y distribución de los contenidos y actividades.

Su evaluación corresponde al departamento o familia profesional e incluye los siguientes aspectos:

- a) La validez de la selección, distribución y secuenciación de los resultados de aprendizaje, contenidos y criterios de evaluación, a lo largo del curso.
- b) La idoneidad de la metodología, así como de los materiales curriculares y didácticos empleados.
- c) La validez de las estrategias de evaluación establecidas.

Estos elementos se pueden concretar en aspectos más cercanos a la práctica educativa diaria y a las relaciones o interacciones que en ella se producen:

- a) Respecto a la programación, se tendrá que reflexionar sobre lo programado, y si se ha adaptado esta programación en función de los alumnos, de los resultados de la evaluación inicial y de los documentos de planificación escolar del centro.
- b) Respecto a los alumnos, se valorarán cuáles han sido los aspectos positivos y negativos a nivel relación profesor-alumnado y alumnado entre sí, intentando determinar en la medida de lo posible las posibles causas y estableciendo propuestas de mejora.
- c) Se reflexionará sobre si las actividades programadas han podido ser llevadas a cabo y han tratado de ser adaptadas al alumnado atendiendo a las dificultades surgidas en cada momento.
- d) En relación al equipo educativo, se valorará sobre si la relación con el resto de miembros del equipo y demás miembros del centro ha sido adecuada y de colaboración.

11. MEDIDAS PREVISTAS PARA EL FOMENTO DE LA LECTURA Y DE LA MEJORA DE LA EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA

A través de la lectura y análisis de textos relacionados con el módulo, el alumno puede ampliar sus conocimientos (aprendiendo a aprender por sí mismo, principio del aprendizaje constructivista), aclarar dudas planteadas, mejorar el vocabulario relacionado con la materia y mejorar su expresión oral y escrita.

A lo largo del curso se realizará alguna actividad relacionada con la búsqueda de información, análisis de un artículo, etc. Las lecturas versarán sobre artículos de Internet, biografía recomendada, prensa, revistas especializadas, etc.