

**PROGRAMACIÓN DOCENTE**  
**Marketing y venta en imagen personal**  
**2º curso CFGM Peluquería y Cosmética**  
**Capilar**

**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 _____	5
4. DECISIONES METODOLÓGICAS Y DIDÁCTICAS _____	12
4.1. ORIENTACIONES _____	12
4.2. AGRUPAMIENTOS _____	13
3.3. TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN _____	13
5. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD _____	14
6. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS _____	14
7. RELACIÓN DE ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES PARA EL CURSO ESCOLAR _____	15
8. ELEMENTOS TRANSVERSALES: PREVENCIÓN DE RIESGOS _____	16
8.1. OBJETIVOS RELACIONADOS CON LOS ELEMENTOS TRANSVERSALES _____	16
9. ESTRATEGIAS E INSTRUMENTOS PARA LA EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE DEL ALUMNADO _____	16
9.1. EVALUACIÓN DE ALUMNOS EN LA CONVOCATORIA ORDINARIA _____	17
9.1.1. CRITERIOS DE EVALUACIÓN. _____	17
9.1.2. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN. _____	18
9.1.3. PROCESO DE RECUPERACIÓN DE TAREAS NO SUPERADAS EN LA EVALUACIÓN CONTINUA. _____	20
9.2. EVALUACIÓN DE ALUMNOS A LOS QUE NO SE LES HA PODIDO REALIZAR LA EVALUACIÓN CONTINUA _____	21
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 _____	23
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 Peluquería y Cosmética Capilar 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:** Real Decreto 1588/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Peluquería y Cosmética Capilar y se fijan sus enseñanzas mínimas.
- **Normativa Currículo:** Orden de 19 de noviembre de 2015, de la Consejería de Educación y Universidades por la que se establece el currículo del ciclo formativo de Grado Medio correspondiente al título de Técnico en Peluquería y Cosmética Capilar, en el ámbito de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

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

### RA 1. Identifica los productos y servicios en empresas de imagen personal, aplicando técnicas de marketing.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha caracterizado el marketing en el ámbito de la imagen personal.
- b) Se han identificado los tipos de marketing.
- c) Se han determinado los elementos del marketing mix que pueden ser utilizados por la empresa.
- d) Se han establecido las diferencias entre un bien, como producto tangible, y un servicio.
- e) Se han especificado las características propias de los servicios.
- f) Se ha analizado la importancia del precio como herramienta del marketing mix.
- g) Se han reconocido los tipos de canales de distribución (mayoristas y minoristas) relacionados con la imagen personal.
- h) Se han valorado las franquicias de peluquería y estética como un tipo de distribución con posibilidades de autoempleo.
- i) Se han identificado los elementos de la servucción.
- j) Se han definido las fases del plan de marketing.

### RA 2. Determina las necesidades de los clientes, analizando las motivaciones de compra de productos y servicios de imagen personal.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado al cliente como el elemento más importante en las empresas de imagen personal.
- b) Se han analizado las variables que influyen en el consumo de los clientes de imagen personal.
- c) Se han identificado las motivaciones de compra del cliente.
- d) Se han establecido las fases del proceso de compra.
- e) Se han especificado los niveles de motivación de la teoría de Maslow.
- f) Se ha establecido la clasificación del cliente según su tipología, carácter y rol.
- g) Se han determinado los mecanismos de fidelización de los clientes.
- h)

### RA 3. Establece pautas de atención al cliente, utilizando las técnicas de comunicación y sus herramientas.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha determinado el procedimiento de atención al cliente en todas las fases del proceso desde la recepción hasta la despedida.
- b) Se han identificado los elementos, etapas, barreras y objetivos de la comunicación.

- c) Se han identificado los instrumentos que utilizan las empresas de imagen personal en la comunicación interna y externa.
- d) Se ha caracterizado la comunicación verbal con los usuarios.
- e) Se ha establecido la secuencia de actuación en una presentación o charla comercial.
- f) Se han identificado las fases de la comunicación telefónica.
- g) Se han analizado los instrumentos de comunicación escrita (cartas, folletos y tarjetas, entre otros).
- h) Se ha valorado la importancia de la comunicación gestual en las relaciones comerciales.
- i) Se han realizado demostraciones de productos y servicios.

**RA 4. Utiliza técnicas de promoción y publicidad, justificando la selección de los instrumentos empleados.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los objetivos de la publicidad
- b) Se han establecido las fases de una campaña publicitaria.
- c) Se han especificado los medios publicitarios más utilizados por las empresas del sector.
- d) Se han relacionado los instrumentos de la promoción con los objetivos y efectos.
- e) Se han establecido las fases de una campaña de promoción.
- f) Se ha realizado una campaña promocional de un producto/servicio de estética.

**RA 5. Aplica las técnicas del merchandising promocional, utilizando los instrumentos específicos y adecuándolos a la imagen de la empresa.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han establecido los objetivos del merchandising.
- b) Se han clasificado los tipos de compras según el comportamiento del cliente.
- c) Se han especificado los elementos del merchandising.
- d) Se han relacionado los efectos de la ambientación visual, sonora y olfativa con el proceso de venta.
- e) Se ha establecido la distribución de los espacios y productos en los puntos de venta.
- f) Se han identificado la cartelería y los expositores como instrumentos de publicidad en el lugar de venta.
- g) Se ha analizado la función del escaparate y su influencia en la decisión de compra del consumidor.
- h) Se han aplicado y combinado los diferentes elementos del merchandising.

**6. Realiza demostraciones de venta de servicios y productos de imagen personal, definiendo las etapas y utilizando las técnicas específicas.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las cualidades, actitudes, aptitudes y habilidades que debe reunir un asesor de ventas en las relaciones comerciales.

- b) Se han establecido las técnicas de asertividad utilizadas en las relaciones comerciales.
- c) Se han aplicado técnicas de asertividad y habilidades sociales.
- d) Se han establecido las fases y las técnicas de venta.
- e) Se ha establecido la argumentación comercial como fórmula de recomendación al cliente.
- f) Se han establecido las pautas para la resolución de objeciones a la venta.
- g) Se han identificado las señales de cierre de la venta. h) Se han establecido estrategias para el cierre de una venta.
- h) Se han establecido los procedimientos para seguimiento postventa en los procesos comerciales.

**7. Trata las reclamaciones y quejas, aplicando procedimientos de resolución de conflictos.**

Criterios de evaluación:

- a) Se ha descrito el procedimiento para la resolución de conflictos y reclamaciones.
- b) Se ha descrito el procedimiento para la recogida de reclamaciones.
- c) Se han identificado las alternativas al procedimiento que se pueden ofrecer al cliente ante reclamaciones fácilmente subsanables.
- d) Se ha trasladado la información sobre la reclamación según el orden jerárquico preestablecido.
- e) Se ha registrado la información del seguimiento postventa, de incidencias, de peticiones y de reclamaciones de clientes como indicadores para mejorar la calidad del servicio prestado y aumentar la fidelización.

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

**Primera evaluación**

<b>N.º 1. El asesor de ventas.</b>		
N.º de sesiones: 8 Desde el 15 de Septiembre al 28 de Septiembre de 2023.		
Competencias profesionales, personales y sociales: b, n, s		
Resultados de aprendizaje	Criterios de evaluación asociados	Contenidos básicos
6	a b c	- Características del asesor de ventas. La asertividad y la empatía en el asesor de ventas de productos y servicios de imagen personal.
	a	- La importancia del cliente en las empresas de imagen personal.

2		- Concepto e identificación del cliente: el cliente interno y el cliente externo.
	b	- Variables que influyen en el consumo de los clientes.
	c	- Necesidades y gustos del cliente. - La motivación, la frustración y los mecanismos de defensa.
	d	- Proceso de decisión de compra. - La satisfacción de los clientes
	e	- Necesidades y gustos del cliente. - La teoría de Maslow.
	f	- Clasificación del cliente: Clasificación tipológica, clasificación según el carácter y clasificación según el rol.
	g	- Fidelización de los clientes.

<b>N.º 2 Marketing (I) : Conceptos básicos.</b>		
N.º de sesiones: 13 Desde el 29 de Septiembre al 26 de Octubre de 2023.		
Competencias profesionales, personales y sociales: n, s		
<b>Resultados de aprendizaje</b>	<b>Criterios de evaluación asociados</b>	<b>Contenidos básicos</b>
1	a	- Historia del marketing. - Definición y conceptos básicos de marketing: producto, servicio, necesidad, deseo y demanda.
	b	- El marketing en las empresas de imagen personal. Tipos de marketing: estratégico y operativo.
	c	- El marketing mix. Características y elementos. Productos: tipos, características de los productos y servicios. Precio. Distribución. Minoristas y mayoristas. Las franquicias y sus características. Comunicación.
	d	
f		
	g	
	h	

<b>N.º 3. Marketing (II): Productos y servicios en imagen personal.</b>		
N.º de sesiones: 10 Desde el 27 de Octubre al 10 de Noviembre de 2023.		
Competencias profesionales, personales y sociales: n, s		
<b>Resultados de aprendizaje</b>	<b>Criterios de evaluación asociados</b>	<b>Contenidos básicos</b>

1	e	- Productos y servicios en imagen personal: características.
	f i	- La servucción. El plan de marketing. Fases. Elaboración.

<b>N.º 4. La Publicidad: Comunicación y Promoción</b>		
N.º de sesiones: 10 Desde el 14 de Noviembre al 30 de Noviembre de 2023.		
Competencias profesionales, personales y sociales: l, d, n		
<b>Resultados de aprendizaje</b>	<b>Criterios de evaluación asociados</b>	<b>Contenidos básicos</b>
3	a	- Procedimiento de atención al cliente en las distintas fases del proceso.
	b	- Etapas y elementos del proceso de comunicación: emisor, mensaje, código, receptor y feed back. - Objetivos de la comunicación. Tipos de comunicación en una empresa de imagen personal.
	c	- La comunicación en el marketing: comunicación interna y externa.
	d e f	- Comunicación verbal oral. Técnicas de comunicación interpersonal o colectiva. Las barreras de la comunicación. Organización de charlas. La comunicación telefónica.
	d g	- Comunicación verbal escrita. Normas de comunicación y expresión escrita. Instrumentos de comunicación escrita empleados en las empresas de imagen personal: cartas, folletos, documentos internos y tarjetas. Los artículos de prensa en secciones especializadas en imagen personal.
	h	- Comunicación gestual. Importancia del paralenguaje. Los gestos y su significado. - Categorías de la comunicación.
	i	- Presentación y demostración de un producto o servicio. Pautas de realización.

4	a b c	- La publicidad. Concepto de publicidad. Objetivos. La campaña publicitaria: fases. El mensaje y los medios publicitarios. Elementos que conforman la publicidad como técnica de venta. El folleto publicitario y la página web, entre otros.
	d e	- La promoción de ventas. Concepto y clasificación. Principales objetivos y efectos que persiguen las promociones. Instrumentos promocionales utilizados en el sector.
	f	- La campaña promocional: fases y diseño de una campaña promocional en imagen personal. - La campaña publicitaria: fases y diseño de una campaña promocional en imagen personal.

### Segunda evaluación

<b>N.º 5. Merchandising en el centro de belleza (I) : merchandising básico y promocional.</b>		
N.º de sesiones: 16		Desde el 1 de Diciembre al 19 de Enero de 2023.
Competencias profesionales, personales y sociales: d, ñ, s		
<b>Resultados de aprendizaje</b>	<b>Criterios de evaluación asociados</b>	<b>Contenidos básicos</b>
5	a	- Concepto de merchandising. Merchandising básico. Merchandising promocional. El merchandising en el centro de belleza.
	b	- Tipos de compras: compras previstas y compras por impulso.
	c e	- Elementos del merchandising. La ambientación general. Mobiliario y decoración. Los puntos de venta: organización de las secciones. Zonas y puntos de venta fríos y calientes. La circulación por el local. El lineal y las cabeceras. La rotación e implantación del producto. La comunicación de los precios.

<b>N.º 6. Merchandising en el centro de belleza (II): escaparate y decoración.</b>		
N.º de sesiones: 14		Desde el 22 de Enero al 16 de Febrero de 2023.

Competencias profesionales, personales y sociales: d, ñ, s		
Resultados de aprendizaje	Criterios de evaluación asociados	Contenidos básicos
5	d f g h	- Elementos del merchandising. Decoración. La luz y el color. La ambientación olfativa y sonora. Elementos exteriores del establecimiento: Los rótulos, la entrada, los escaparates. La publicidad en el lugar de venta (PLV): cartelera y expositores.

N.º 7. Proceso de venta, quejas y reclamaciones.		
N.º de sesiones: 6 Desde el 19 de Febrero al 29 de Febrero de 2023.		
Competencias profesionales, personales y sociales: b, n, ñ, o, p		
Resultados de aprendizaje	Criterios de evaluación asociados	Contenidos básicos
6	d e f g h	- Fases y técnicas de venta. Preparación y planificación de la venta. Toma de contacto con el cliente. Determinación de las necesidades. La argumentación comercial. Las objeciones: clasificación y tratamiento de objeciones. El cierre de la venta: señales, técnicas y tipos de cierre. La venta cruzada.
	i	- Servicio de asistencia postventa. Seguimiento comercial o de postventa: la documentación de seguimiento. Las herramientas informáticas en la relación postventa con el cliente. Procedimientos utilizados en la postventa. Análisis de la información: los informes comerciales.
7	a b c d e	- Valoración del cliente sobre la atención recibida: reclamación, queja, sugerencia y felicitación. - Procedimientos para la resolución de quejas y reclamaciones. - Elementos de una queja o reclamación: quejas presenciales y no presenciales. - Procedimiento de recogida de las reclamaciones. - Documentos necesarios o pruebas en una reclamación. - Las fases de la resolución de quejas/reclamaciones.

## 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](http://www.educarm.es). Desde este departamento usaremos, de forma consensuada y unánime, la plataforma Google Classroom, como herramienta para compartir los contenidos a nuestros alumnos y como un elemento de comunicación con ellos, además de la forma en la que pueden presentarse las tareas propuestas. 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.

En este apartado 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, adaptados al estilo y ritmo de aprendizaje, no contemplándose como único recurso didáctico el libro de texto.

Se diferencian:

- Recursos que utilizan como soporte la palabra escrita:
  1. Libros de texto: Marketing y venta en imagen personal de la editorial Altamar y Parainfo.
  2. Apuntes del docente, que se proporcionará al inicio de cada evaluación.

3. Presentación de diapositivas.
  4. Cartelería y folletos publicitarios/ promocionales.
- Recursos que utilizan como soporte los medios informáticos y audiovisuales:
    1. Pizarra digital
    2. Procesadores de texto.
    3. Proyector digital.
    4. Ordenadores/Smartphone.
    5. Colección de videos.
    6. Publicaciones notorias.
    7. Páginas web.
    8. Noticias de prensa digitales.
  - Otros recursos:
    1. Equipamientos de aula.
    2. Material de oficina: bolígrafos, rotuladores para pizarra, subrayadores, post-it, grapadoras, papel, tijeras, carpetas, archivadores.

En cuanto a los libros de texto: se indican para su consulta, pero no son obligatorios puesto que el alumno trabajará en clase con los apuntes del profesor.

## 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 se encuentran reflejadas en la Tabla 1.

Tabla 1. Actividades complementarias y extraescolares.

ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA/EXTRAESCOLAR	FECHA	OBSERVACIONES
Visita a centros de peluquería.	Enero-Febrero	Los alumnos podrán profundizar sobre las técnicas de Merchandising en el lugar de venta.
Charlo a cargo de profesional sobre la luz y el color como elementos del merchandising.	Enero-Febrero	-
Visita a feria profesional de imagen personal, Jesal extectic o similar	Febrero	-
Charla a cargo de profesional en Marketing digital.	Febrero-Marzo	-

Se fomentará la participación del alumnado en todas aquellas actividades programadas por el Departamento y el I.E.S (como la Semana de la Ciencia, etc.)

## 8. ELEMENTOS TRANSVERSALES: PREVENCIÓN DE RIESGOS

La LOE, en sus primeros artículos, establece los principios básicos de la educación en España, los cuales se tienen que inspirar en el respeto a los derechos y libertades reconocidos en la Constitución, el respeto a los derechos y libertades reconocidos, debe garantizar una actitud que sea respetuoso con la equidad e igualdad de oportunidades, superar la discriminación, poner en práctica valores que favorezcan la libertad personal, la responsabilidad, la ciudadanía democrática, la necesidad de que los alumnos se formen en la prevención y resolución pacífica de los conflictos, del fomento de la igualdad efectiva entre hombres y mujeres, así como la prevención de la violencia de género.

Los elementos transversales no forman parte de ningún módulo en concreto ya que no están contemplados en el currículo, sino que los atraviesan transversalmente pudiendo el docente trabajarlas interdisciplinariamente desde los objetivos y desde los contenidos. De hecho, se hace necesario en todo el proceso educativo, introducir la educación en valores.

### 8.1. OBJETIVOS RELACIONADOS CON LOS ELEMENTOS TRANSVERSALES

Desde el módulo programado se pretende que los alumnos alcancen los siguientes objetivos relacionados con la educación en valores:

- Concienciar a los alumnos y alumnas en el respeto, tolerancia, convivencia y cooperación en el trabajo en equipo, respetando y valorando las opiniones y aportaciones del grupo puesto que repercute durante el ejercicio del trabajo profesional.
- Defender la actitud de profesional responsable, honesto ante el público, capaz de argumentar la realidad de los servicios prestados.
- Sensibilizar al alumno de los graves problemas ambientales a los que se enfrenta el ser humano, debido en parte a la generación de residuos en la industria cosmética donde es fundamental el adecuado almacenamiento, recogida y gestión de residuos.
- Atender a que el uso de distintas sustancias químicas empleadas en la formulación cosmética sirve para prevenir y proteger frente a daños que pueda tener consecuencias sobre la salud en el futuro.
- Concienciar al alumno del potencial de las TICs como fuente de información, así como herramienta para localizar, procesar y gestionarla.
- Sensibilizar a los alumnos de la gran desinformación sobre la imagen personal que hay en las redes y concienciarlos de que deben alcanzar un espíritu crítico a través de la adquisición de los conocimientos sobre la materia.

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

La evaluación del proceso de aprendizaje de los alumnos será:

- **Continua:** durante todo el proceso para obtener información de forma constante del progreso y las carencias, que permitirán reorientar y modificar los aspectos que no sean funcionales o aplicar actividades de refuerzo o ampliación en su caso.
- **Diferenciada:** partiendo de la evaluación del alumnado y la evaluación empleando procedimientos y técnicas adaptados a cada tipo de contenido.
- **Criterial:** se tomará como referencia los criterios de evaluación propuestos para la materia.

La evaluación tendrá como referencia el **logro de los objetivos** y el grado de la **adquisición de las competencias correspondientes al módulo** profesional.

### 9.1. EVALUACIÓN DE ALUMNOS EN LA CONVOCATORIA ORDINARIA

Como módulo de segundo curso, se realiza dos evaluaciones correspondientes a cada uno de los trimestres. Por lo tanto, trimestralmente se realizarán sesiones para evaluar a los alumnos.

A su vez, en cada Unidad Didáctica (UD) se aplicarán distintos **Instrumentos de calificación o Tareas evaluables** que permiten valorar si el alumno alcanza o no los criterios de evaluación de los resultados de aprendizaje.

Respecto al **procedimiento de evaluación**, hay que tener en cuenta que la evaluación ha de ser continua, por tanto, se hará un seguimiento individual y continuado del alumno para comprobar cuál es su nivel de aprendizaje en todo momento. Para aplicar el proceso de evaluación continua, se requiere la asistencia regular del alumnado, debiendo acreditar un mínimo del 70% de asistencia a clase.

#### 9.1.1. CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESENCIALES O MÍNIMOS

El RD de título y sus enseñanzas mínimas fijan los resultados de aprendizaje y los criterios de evaluación del módulo.

**Los resultados de aprendizaje y criterios de evaluación** que se consideran **esenciales o mínimos** para alcanzar las competencias profesionales **se exponen a continuación** (Tabla 2).

Tabla 2. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación esenciales o mínimos.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
1	a, b, c, d, e, f, g, h, i, j
2	b, c, d, e
3	c, d, e, f, g, h, i
4	a, b, c, d
5	a, b, c, d, e, f, g
6	c, d, e, f, g, h

Además, se consideran **Tareas evaluables esenciales o mínimas** aquellas que permiten valorar **resultados de aprendizaje y criterios de evaluación** que se consideran **esenciales o mínimos** para alcanzar las competencias profesionales.

### 9.1.2. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Tal y como se ha mencionado anteriormente, la evaluación sigue un enfoque criterial, es decir, se tomará como referencia los criterios de evaluación propuestos para la materia (descritos anteriormente para cada unidad didáctica en el punto 3 de la presente programación).

Para ello, es necesario aplicar unos **instrumentos de calificación o tareas evaluables**. Las tareas evaluables o instrumentos de evaluación serán los más apropiados para el módulo, tipo de objetivos y contenidos a aprender/enseñar y se podrán realizar individualmente o en grupo. Se incluyen:

- Actividades de aula: realización de prácticas de laboratorio, experiencias, experimentos, la observación directa, realización de resúmenes, proyectos, carteles o posters, videos o material gráfico entre otros.  
Se consideran superadas con una puntuación igual o superior a 5. Se calcula atendiendo a unos indicadores de evaluación de la tarea.
- Pruebas orales y escritas: se realizarán una prueba por evaluación como mínimo, con la posibilidad de realizar una prueba parcial por evaluación (opcional y eliminatoria de la materia). Si el alumno aprueba el examen parcial, al final de la evaluación solo se tendrá que examinar de lo restante. Si obtiene una calificación inferior a 5, se podrá examinar de todo lo pendiente y lo restante en la prueba escrita de la convocatoria final de la evaluación durante ese trimestre en la prueba escrita de la convocatoria final de la evaluación.

Se considera superada con una puntuación igual o superior a 5. Se calcula realizando la media ponderada de las notas de las tareas que componen las unidades didácticas que componen la Evaluación, estén o no superadas (salvo UDD con tareas esenciales o mínimas que es necesario tener superadas)

Si el resultado es 5 o superior, se supera la Evaluación (y no será necesario recuperar las tareas no superadas). En caso contrario, resultado inferior a 5 o con tareas esenciales o mínimas no superadas, será necesario recuperar las “tareas” no superadas.

- Trabajo individual o en grupo: actividad que puede realizarse en horario lectivo o no lectivo.  
Se considera superada con una puntuación igual o superior a 5. Se calcula atendiendo al logro de los “indicadores de evaluación” de la tarea.

Además, en la realización de estos instrumentos de evaluación o tareas evaluables se valorará una serie de **actitudes en el alumnado**:

- Predisposición a la participación activa.
- Predisposición a cooperar en situaciones colectivas.
- Respeto al resto de los compañeros.
- Orden, limpieza y estilo en la presentación de informes.
- Cumplimiento de los plazos de entrega de tareas.

Las tareas evaluables y su peso específico de calificación con respecto a los criterios de evaluación permiten calcular la nota de la UD, de la evaluación y del módulo profesional (Tabla 3).

Tabla 3. Información ponderaciones para la calificación en base a los criterios de evaluación de los resultados de aprendizaje.

EVALUACIÓN	UNIDAD DIDÁCTICA		Instrumentos de evaluación o Tarea evaluable	
	Título	Peso en Evaluación (%)	Título	Peso en Unidad Didáctica (%)
1	El asesor de ventas	20	Actividades de aula	30
			Trabajo individual o en grupo	10
			Control escrito*	60
	Marketing (I): Conceptos básicos	25	Actividades de aula	30
			Trabajo individual o en grupo	10
			Control escrito*	60
	Marketing (II): Productos y servicios en Imagen Personal	25	Actividades de aula	30
			Trabajo individual o en grupo	10
			Control escrito*	60
	La Publicidad: Comunicación y promoción	30	Actividades de aula	30
			Trabajo individual o en grupo	10
			Control escrito*	60
2	Merchandising en el centro de belleza (I): Merchandising básico y promocional.	35	Actividades de aula	30
			Trabajo individual o en grupo	10
			Control escrito*	60
	Merchandising en el centro de belleza (II): Escaparate y decoración.	35	Actividades de aula	30
			Trabajo individual o en grupo	10
			Control escrito*	60

	Proceso de venta, quejas y reclamaciones.	30	Actividades de aula	60
			Trabajo individual o en grupo	40

Las **TAREAS** marcadas con \* son consideradas “**ESENCIALES O MÍNIMAS**”, es imprescindible tener una nota de 5 o superior para que se pueda realizar la **MEDIA PONDERADA** de las notas del resto de tareas de la UNIDAD DIDÁCTICA.

La **nota final del módulo** corresponde a la media ponderada de cada una de la evaluación. Se considera superada con una puntuación igual o superior a 5. Se calcula realizando la media ponderada de las notas de las Evaluaciones que componen el módulo, estén o no superadas (salvo evaluaciones con tareas esenciales o mínimas que es necesario tener superadas).

- Si el **resultado es 5 o superior**, se supera el módulo (**y no será necesario recuperar las tareas no superadas**).
- En caso contrario, **resultado inferior a 5 o con tareas esenciales o mínimas no superadas**, no se supera el módulo y se consume la convocatoria actual.

#### 9.1.3. PROCESO DE RECUPERACIÓN DE TAREAS NO SUPERADAS EN LA EVALUACIÓN CONTINUA

Los alumnos que asisten regularmente a clase y se les pueda aplicar la evaluación continua, podrán **recuperar** exclusivamente las tareas no superadas correspondientes a las UDD que hayan impedido alcanzar la calificación de 5 en el trimestre y la evaluación correspondiente.

El profesor según la disponibilidad de espacios, equipos o tiempo, indicará el momento en que se realizará la recuperación:

- Si se abordará la recuperación de las tareas o conjunto de tareas, individualmente o reagrupadas.
- Si se incorporarán tareas / indicadores de evaluación a UD posteriores que permitan evaluarlas y recuperarlas.
- Si se realizarán actividades complementarias de apoyo o se les pedirá las actividades no superadas u otras nuevas que les sirvan para alcanzar los objetivos a superar.
- Si se realizarán nuevas pruebas escritas u orales de características similares a las ya realizadas que permitan evaluar las tareas y recuperarlas.

Una vez superada la tarea, para la calificación de la UD, evaluación y módulo se observarán los % (ponderaciones) inicialmente definidos.

Si en este proceso de recuperación de tareas no superadas, el alumno no supera la evaluación correspondiente, tendrá que presentarse en una prueba escrita global en la convocatoria ordinaria de evaluación (Marzo).

## 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 estas **30 horas** de un total de 100 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.

Para alumnos cuya incorporación al centro se produzca una vez iniciado el curso, o que hayan rectificado de forma fehaciente su actitud absentista, habrá que seleccionar y adaptar los contenidos y siempre **respetando las tareas esenciales o mínimas** que permiten valorar los resultados de aprendizaje y criterios de evaluación que se consideran esenciales o mínimos para alcanzar las competencias profesionales.

El alumno con más del 30% de faltas de asistencia justificadas o no, perderá el derecho a la evaluación continua. El alumno que se vea implicado en esta situación se someterá a una evaluación extraordinaria, convenientemente programada, la cual se describe en Tabla 4.

Tabla 4. Evaluación extraordinaria

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	MOMENTO DE REALIZACIÓN	FECHA DE EVALUACIÓN	CRITERIOS DE CALIFICACIÓN
Prueba escrita	Convocatoria ordinaria de Marzo	Convocatoria ordinaria de Marzo	80 %
Resolución de actividades teórico-prácticas de las unidades no superadas o no evaluadas	Se realizan en casa de forma autónoma.  El alumno puede seguir asistiendo a las clases.	Las tareas se entregarán 15 días antes de la fecha de la prueba.	20% (18 % contenido, 2% presentación)

## 9.3. EVALUACIÓN DE ALUMNOS EN LA CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

El alumno que, pasada la convocatoria ordinaria de Marzo, todavía presente evaluaciones no superadas o no evaluadas, deberá someterse a una evaluación en la convocatoria extraordinaria de Marzo.

Esta prueba consiste en una prueba global escrita que permita valorar los resultados de aprendizaje y criterios de evaluación que se consideran esenciales o mínimos para alcanzar las competencias profesionales. Se resume en la Tabla 5.

Tabla 5. Evaluación en la convocatoria extraordinaria.

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	MOMENTO DE REALIZACIÓN	FECHA DE EVALUACIÓN	CRITERIOS DE CALIFICACIÓN
Prueba escrita global	Convocatoria extraordinaria de Marzo	Convocatoria extraordinaria de Marzo	80 %

Resolución de actividades teórico-prácticas de la materia.	Se realizan en casa de forma autónoma.  El alumno puede seguir asistiendo a las clases.	Las tareas se entregarán 15 días antes de la fecha de la prueba de toda la materia	20% (18 % contenido, 2% presentación)
--	---	--	---------------------------------------

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

El plan de recuperación está dirigido a alumnos de segundo curso con el presente modulo suspenso en la convocatoria ordinaria de Marzo (Tabla 6).

Tabla 6. Programa de recuperación para alumnos de segundo curso.

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	MOMENTO DE REALIZACIÓN	FECHA DE EVALUACIÓN	CRITERIOS DE CALIFICACIÓN
Prueba escrita global	Desde la Convocatoria ordinaria de Marzo hasta la convocatoria extraordinaria de Marzo	Convocatoria extraordinaria de Marzo	80 %
- Resolución de actividades propuesta por el profesor y corregidas en clase de la materia. - Realización de resúmenes de los temas.	Asistiendo en clase y/o de forma autónoma en casa.	Las tareas se entregarán 8 días antes de la fecha de la prueba de toda la materia	20% (18 % contenido, 2% presentación)

#### 10. INFORMACIÓN DE LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN A LOS ALUMNOS. REVISIÓN DE TAREAS DE EVALUACIÓN

Al comienzo del curso, el profesor/a del módulo comunicará a los alumnos los criterios de evaluación y calificación, las tareas (instrumentos de evaluación) y el momento aproximado de su realización.

Con respecto a las tareas realizadas y su evolución en el proceso de aprendizaje, los alumnos estarán informados de las calificaciones obtenidas y llevará un registro de actividades o tareas realizadas por alumno.

- El alumno que lo desee podrá revisar la tarea para comprobar sus aciertos y fallos y verificar la calificación. La solicitud de revisión la comunicará al profesor, que lo citará para llevarla a cabo individualmente.
- Habrá un contacto fluido con el tutor del grupo para tratar asuntos concernientes al alumnado.
- Semanalmente se dispone de un tiempo relativo a la atención de padres de alumnos menores para proporcionarles toda la información relativa a su hijo.

## 11. 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.

## 12. 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, publicaciones en la red, etc. También se realizarán exposiciones orales, de forma individual o en grupo, puesta en común de opiniones y debates.