

## 1. Identificación da programación

### Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano académico
36017430	Ricardo Mella	Vigo	2022/2023

### Ciclo formativo

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
SAN	Sanidade	CMSAN02	Farmacia e parafarmacia	Ciclos formativos de grao medio	Réxime de adultos

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

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesións semanais	Horas anuais	Sesións anuais
MP0099	Disposición e venda de produtos	2022/2023	4	107	128

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

### Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	EDMUNDO ANTÓN GONZÁLEZ IGLESIAS
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión inspector



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

Este módulo profesional contén a formación necesaria para desempeñar a función de prestación do servizo de atención á persoa usuaria e á venda.

A función de prestación do servizo abrangue aspectos como:

- Atención, información e asesoría á poboación usuaria sobre produtos farmacéuticos e parafarmacéuticos.
- Venda de produtos parafarmacéuticos.
- Organización dos produtos na farmacia e na parafarmacia.

As actividades profesionais asociadas a esta función aplícanse en:

- Oficinas de farmacia.
- Establecementos de parafarmacia.
- Establecementos de ortopedia e ortoprótese.

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

U.D.	Título	Descrición	Duración (sesións)	Peso (%)	Resultados de aprendizaxe			
					MP0099_00			
					RA1	RA2	RA3	RA4
1	Atención e comunicación co usuario	Elabóranse, identifícanse estratexias de comunicación cara o usuario.	20	15	X			
2	Actividades de Venda	Instrue o alumno nos procesos de decisión de compra e actitude na venda aplicando técnicas de márketing	55	45		X		
3	Organización dos produtos de parafarmacia	Empregaranse técnicas de merchandising na organización dos espazos e produtos	38	30			X	
4	A calidade na prestación dos servizos	Aplicar sistemas de xestión de calidade na organización e cara o usuario	15	10				X
Total:			128					

#### 4. Por cada unidade didáctica

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

N.º	Título da UD	Duración
1	Atención e comunicación co usuario	20

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Aplica técnicas de atención a persoas usuarias utilizando procedementos e protocolos de comunicación, e describe estes procedementos.	SI

##### 4.1.c) Obxectivos específicos da unidade didáctica

Obxectivos específicos	Act	Título das actividades	Duración (sesións)
1.1 Describir os elementos que interveñen na comunicación	1	O proceso da comunicación	5,0
2.1 Conocer diferentes formas de comunicación co usuario	2	Describir os diferentes tipos de comunicación	5,0
3.1 Aprender a comunicarse eficazmente	3	Comunicación eficaz	5,0
4.1 Identificáronse e trataronse os diferentes tipos de usuarios	4	A Atención os usuarios	5,0
TOTAL			20

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

Criterios de avaliación	Instrumentos de avaliación	Mínimos exixibles	Peso cualificación (%)
CA1.1 Identifícanse conceptos, elementos, barreiras, factores modificadores e tipos de comunicación.	• PE.1 - Cuestionario de preguntas sobre os elementos da comunicación	S	10
CA1.2 Analizáronse os tipos de linguaxe, así como as técnicas e as estratexias para unha boa comunicación.	• LC.1 - Proba práctica sobre estratexias na comunicación	S	10
CA1.3 Valorouse a importancia da cortesía, a amabilidade, o respecto, a discreción, a cordialidade e o idioma do usuario, para favorecer a relación cos clientes.	• LC.2 - Proba práctica sobre a empatía	S	13
CA1.4 Establecéronse as habilidades persoais e sociais que cumpra desenvolver para lograr unha perfecta comunicación.	• LC.3 - Proba práctica sobre habilidades na comunicación	S	13
CA1.5 Distinguíronse os elementos fundamentais para transmitir a imaxe da empresa como un departamento de atención á poboación usuaria.	• PE.2 - Cuestionario de preguntas sobre os elementos dun servizo público	S	12
CA1.6 Simulouse a obtención da información necesaria en diversas situacións de hipotéticas persoas usuarias.	• TO.1 - Participación en rol	S	10
CA1.7 Analizouse o comportamento de diferentes tipos de persoas en supostos debidamente caracterizados.	• LC.4 - Participación en rol	S	10
CA1.8 Definíronse as características da información (inmediatez e precisión) e do asesoramento (claridade e exactitude).	• PE.3 - Cuestionario de preguntas sobre as características da información	S	12
CA1.9 Descríbense as fases da atención ás persoas usuarias segundo o plan de acción definido.	• PE.4 - CONTIDOS	S	10
TOTAL			100

##### 4.1.e) Contidos

Contidos
----------

Contidos
Habilidades persoais e sociais que melloran a comunicación interpersonal.
Técnicas de comunicación.
Determinación do perfil das persoas consumidoras (idade, situación sociocultural, sexo, etc.).
Fases de atención.
Ficheiro de persoas usuarias. Bases de datos.

**4.1.f) Actividades de ensino e aprendizaxe, e de avaliación, con xustificación de para que e de como se realizarán, así como os materiais e os recursos necesarios para a súa realización e, de ser o caso, os instrumentos de avaliación**

Que e para que	Como			Con que	Como e con que se valora	Duración (sesións)
Actividade (título e descrición)	Profesorado (en termos de tarefas)	Alumnado (tarefas)	Resultados ou produtos	Recursos	Instrumentos e procedementos de avaliación	
O proceso da comunicación - Identifícase os elementos da comunicación e os factores que a modifican	<ul style="list-style-type: none"> <li>O profesor explicará o proceso de informar e comunicar así como os elementos que interveñen na mesma.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizará un esquema dos elementos da comunicación</li> <li>Facerá tarefas de exemplos de diferentes elementos que forman parte da comunicación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Definición de comunicación, e información, esquema dos elementos de comunicación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>apuntes, videos conferencias, diferentes tipos de roles, etc</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>LC.1 - Proba práctica sobre estratexias na comunicación</li> <li>LC.2 - Proba práctica sobre a empatía</li> <li>PE.1 - Cuestionario de preguntas sobre os elementos da comunicación</li> <li>TO.1 - Participación en rol</li> </ul>	5,0
Describir os diferentes tipos de comunicación - Identifícaronse os diferentes tipos de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>Explicará as fases de comunicación e tipos de comunicación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Esquema dos tipos de comunicación</li> <li>Rol ou escenificación entre os alumnos dos diferentes tipos de comunicación</li> <li>Representar exemplos de comunicación no verbal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Descrición dos diferentes tipos de comunicación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>apuntes, internet, mostrador de farmacia, caixas de medicamentos, expositores de farmacia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>LC.1 - Proba práctica sobre estratexias na comunicación</li> <li>PE.1 - Cuestionario de preguntas sobre os elementos da comunicación</li> </ul>	5,0
Comunicación eficaz - Identifícaronse a emisión e recepción dos mensaxes	<ul style="list-style-type: none"> <li>Explicación de comunicación eficaz e das barreiras que impiden a mesma. Explicación das diferentes tipos de barreiras entre emisor e receptor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Descrición e resumen dos diferentes tipos de barreiras</li> <li>Exemplos de cada un dos tipos de barreiras entre emisor e receptor</li> <li>Escenificación entre los alumnos de comunicación eficaz e non eficaz</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Que o alumno sepa comprender que e a comunicación eficaz e coñeza os diferentes tipos de barreiras que se interpoñen entre emisor e receptor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>apuntes, caderno de exercicios, mostrador de farmacia, envases vacíos de medicamentos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>LC.3 - Proba práctica sobre habilidades na comunicación</li> <li>PE.3 - Cuestionario de preguntas sobre as características da información</li> </ul>	5,0
A Atención os usuarios - Identificar os elementos e control os usuarios	<ul style="list-style-type: none"> <li>Explicación de usuario e cliente, características que definen os clientes e descrición dos tipos de posibles usuarios ou clientes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cuestionario de preguntas sobre características de usuario e cliente. Cuestionario de plan de acción da atención o usuario</li> <li>Participación en rol de diferentes tipos de usuarios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Que o alumno sepa actuar sobre a prestación de servicios a distintos tipos de usuarios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>apuntes, caderno de exercicios, mostrador de farmacia, envases vacíos de medicamentos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>LC.2 - Proba práctica sobre a empatía</li> <li>LC.4 - Participación en rol</li> <li>PE.2 - Cuestionario de preguntas sobre os elementos dun servizo público</li> <li>PE.4 - CONTIDOS</li> </ul>	5,0
<b>TOTAL</b>						<b>20,0</b>



XUNTA  
DE GALICIA

CONSELLERÍA DE CULTURA,  
EDUCACIÓN, FORMACIÓN  
PROFESIONAL E UNIVERSIDADES

ANEXO XIII  
MODELO DE PROGRAMACIÓN DE MÓDULOS  
PROFESIONAIS



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

N.º	Título da UD	Duración
2	Actividades de Venda	55

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Executa actividades de venda de produtos farmacéuticos e parafarmacéuticos tendo en conta as fases dun proceso de venda, e describe esas fases.	SI

#### 4.2.c) Obxectivos específicos da unidade didáctica

Obxectivos específicos	Act	Título das actividades	Duración (sesións)
1.1 Comprender e identificar as técnicas de Marketing	1	O marketing no comercio	15,0
2.1 Conocer as bases e estratexias necesarias na promoción e rendabilidade da empresa	2	Análise da situación da empresa e os seus obxectivos	10,0
3.1 Recoñecer as variables e factores que inflúen no proceso de compra	3	O proceso de compra	15,0
4.1 Recoñecer as variables e factores que inflúen no proceso de venda	4	O proceso de venda	15,0
TOTAL			55

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

Criterios de avaliación	Instrumentos de avaliación	Mínimos exixibles	Peso cualificación (%)
CA2.1 Analizáronse as calidades e as actitudes que debe desenvolver o persoal vendedor cara á empresa (márketing interno) e cara á poboación usuaria.	• PE.1 - Cuestionario de preguntas sobre marketing	S	10
CA2.2 Identificouse a tipoloxía das persoas usuarias, as súas motivacións e as súas necesidades de compra.	• PE.2 - Cuestionario de preguntas características das persoas usuarias	S	15
CA2.3 Describiuse a importancia do coñecemento das características do produto por parte do persoal vendedor.	• LC.1 - participación en rol	S	10
CA2.4 Determináronse as liñas de actuación na venda segundo o plan de acción establecido pola empresa.	• LC.2 - pobra práctica	S	10
CA2.5 Desenvolvéronse as fases dun proceso de venda (captar a atención, provocar o interese, espertar o desexo e mover á acción).	• PE.3 - Cuestionario de preguntas e participación en rol	S	15
CA2.6 Relacionouse o concepto de márketing coa satisfacción dos desexos da poboación consumidora, en función da localización da empresa.	• LC.3 - Simulación práctica	S	10
CA2.7 Valoráronse como facilitadores no proceso de decisión de compra a información, o asesoramento, o ambiente acolledor, a educación, a comunicación e as habilidades sociais do persoal vendedor.	• LC.4 - Simulación práctica e cuestionario	S	15
CA2.8 Definiuse a importancia de manter actualizado o ficheiro de persoas usuarias para a aplicación do plan de fidelización, empregando as ferramentas informáticas establecidas.	• LC.5 - contidos	S	15
TOTAL			100

#### 4.2.e) Contidos

Contidos
Tipos de compra.
Técnicas de venda.



Contidos
<p>Fases da venda.</p> <p>Márketing interno e externo.</p> <p>Plan de acción da empresa.</p> <p>Normativa e lexislación.</p>

**4.2.f) Actividades de ensino e aprendizaxe, e de avaliación, con xustificación de para que e de como se realizarán, así como os materiais e os recursos necesarios para a súa realización e, de ser o caso, os instrumentos de avaliación**

Que e para que	Como			Con que	Como e con que se valora	Duración (sesións)
Actividade (título e descrición)	Profesorado (en termos de tarefas)	Alumnado (tarefas)	Resultados ou produtos	Recursos	Instrumentos e procedementos de avaliación	
O marketing no comercio - Comprenderonse e identificáronse as técnicas de Marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>Explicación de marketing e os seus compoñentes. Tipos de marketing e accións que se desenvolven en cada un deles.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Elaborará un mapa conceptual relacionando os compoñentes de marketing.</li> <li>Explicará os tipos de marketing.</li> <li>Simulación práctica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comprensión de marketing e tipos do mesmo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>apuntes, caderno de exercicios, mostrador de farmacia, envases vacíos de medicamentos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>LC.1 - participación en rol</li> <li>PE.1 - Cuestionario de preguntas sobre marketing</li> <li>PE.2 - Cuestionario de preguntas características das persoas usuarias</li> </ul>	15,0
Análise da situación da empresa e os seus obxectivos - Describíronse os diferentes entornos e situacións da empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>Explicación do entorno da empresa, os posibles tipos de entorno da empresa e explicación do método DAFO</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Esquema dos diferentes tipos de entorno da empresa. Explicación do método DAFO</li> <li>Busca en internet da influencia do entorno na empresa da oficina de farmacia.</li> <li>Vídeo-conferencia de marketing farmacéutico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comprensión do entorno na empresa da oficina de farmacia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>apuntes, caderno de exercicios, cañón, internet.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>LC.2 - pobra práctica</li> <li>LC.3 - Simulación práctica</li> <li>LC.5 - contidos</li> <li>PE.1 - Cuestionario de preguntas sobre marketing</li> <li>PE.2 - Cuestionario de preguntas características das persoas usuarias</li> <li>PE.3 - Cuestionario de preguntas e participación en rol</li> </ul>	10,0
O proceso de compra - Describíronse os diferentes situacións do proceso de compra	<ul style="list-style-type: none"> <li>Explicación de los factores que influyen na compra, a importancia da base de datos dos clientes e descrición dos distintos tipos de compras.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Explicar factores que condicionan a compra. Descrición dos tipos de compras</li> <li>Simulación práctica ou rol dos tipos de compras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comprensión dos tipos de compras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>apuntes, caderno de exercicios, mostrador de farmacia, envases vacíos de produtos farmacéuticos e parafarmacéuticos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>LC.4 - Simulación práctica e cuestionario</li> </ul>	15,0
O proceso de venda - Recoñeceronse os factores que influyen no proceso de venda	<ul style="list-style-type: none"> <li>Explicación de venda e factores que condicionan a venda. Fases de venda. Cualidades do vendedor.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Describir as fases de venda e factores que condicionan a venda.</li> <li>Simular a planificación de venda.</li> <li>Simular venda de diferentes produtos farmacéuticos e parafarmacéuticos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comprensión de venda e factores que condicionan a venda, fases de venda e cualidades de venda.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>apuntes, caderno de exercicios, mostrador de farmacia, envases vacíos de produtos farmacéuticos e parafarmacéuticos, lector de códigos de barras e programa farmatic</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>LC.5 - contidos</li> </ul>	15,0
TOTAL						55,0



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

N.º	Título da UD	Duración
3	Organización dos produtos de parafarmacia	38

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA3 - Organiza os produtos farmacéuticos e de parafarmacia no punto de venda aplicando técnicas de merchandising.	SI

#### 4.3.c) Obxectivos específicos da unidade didáctica

Obxectivos específicos	Act	Título das actividades	Duración (sesións)
1.1 Comprender e identificar as técnicas de Merchandising	1	O Merchandising na empresa	5,0
2.1 Coñecer as bases e estratexias necesarias na presentación no exterior do punto de venda	2	Estratexias de presentación externa	10,0
3.1 Coñecer os elementos que influen nas estratexias do interior	3	A distribución do espacio	15,0
4.1 Recoñecer as características da promoción e publicidade	4	Promoción e publicidade	8,0
TOTAL			38

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

Criterios de avaliación	Instrumentos de avaliación	Mínimos exixibles	Peso cualificación (%)
CA3.1 Identifícase a relación libre e persoal que se establece entre as persoas usuarias e os produtos expostos segundo a organización, a colocación, a decoración e a iluminación.	• LC.1 - Exemplificación práctica	S	10
CA3.2 Clasifícanse os produtos farmacéuticos e de parafarmacia segundo a súa utilidade, consonte a normativa.	• PE.1 - Cuestionario de preguntas	S	15
CA3.3 Establecéronse os parámetros físicos e comerciais que determinan a colocación dos produtos (puntos quentes) nos niveis do lineal (moblaxe).	• PE.2 - Cuestionario de preguntas	S	10
CA3.4 Desenvólvense procedementos de etiquetaxe e elaboráronse elementos publicitarios de apoio para a información sobre os produtos.	• TO.1 - Exemplificación práctica	S	15
CA3.5 Valorouse a importancia de reposición das existencias de acordo co procedemento establecido pola empresa.	• TO.2 - Exemplificación práctica	S	15
CA3.6 Analizáronse as vantaxes e desvantaxes dos sistemas antifurto.	• LC.2 - Proba práctica	S	10
CA3.7 Descríbense os tipos de embalaxe e empaquetaxe segundo o produto, as súas características e a imaxe que queira transmitir a empresa.	• PE.3 - Cuestionario de preguntas	S	10
CA3.8 Valoráronse as propostas que o persoal vendedor poida achegar baseándose na información compilada acerca das demandas e das suxestións de hipotéticas persoas usuarias.	• TO.3 - Contidos	S	15
TOTAL			100

#### 4.3.e) Contidos

Contidos
Exterior: fachada e escaparate.
Interior: moblaxe, decoración e iluminación.



Contidos
Puntos quentes e puntos fríos no establecemento comercial.
Colocación dos produtos. Niveis do lineal. Tipos de empaquetaxe e de embalaxe.
Informe comercial da persoa vendedora.

**4.3.f) Actividades de ensino e aprendizaxe, e de avaliación, con xustificación de para que e de como se realizarán, así como os materiais e os recursos necesarios para a súa realización e, de ser o caso, os instrumentos de avaliación**

Que e para que	Como			Con que	Como e con que se valora	Duración (sesións)
Actividade (título e descrición)	Profesorado (en termos de tarefas)	Alumnado (tarefas)	Resultados ou produtos	Recursos	Instrumentos e procedementos de avaliación	
O Merchandising na empresa - Identificar os diferentes elementos que inflúen no Merchandising	<ul style="list-style-type: none"> <li>Explicación do merchandising na oficina de farmacia e tipos de merchandising</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Explicar o merchandising e redactar tipos de merchandising</li> <li>Aplicar o merchandising a oficina de farmacia</li> <li>Exemplificar a práctica do merchandising na oficina de farmacia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comprensión e aplicación práctica do merchandising na oficina de farmacia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>apuntes, imaxes, caderno de exercicios, mostrador de farmacia, envases vacíos de produtos farmacéuticos e parafarmacéuticos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>LC.1 - Exemplificación práctica</li> <li>PE.1 - Cuestionario de preguntas</li> </ul>	5,0
Estratexias de presentación externa - Describíronse as bases para a presentación no exterior	<ul style="list-style-type: none"> <li>Explicación da normativa estatal aplicada a oficina de farmacia. Describir os elementos necesarios na oficina de farmacia. Explicación das bases e estratexias necesarias aplicadas o entorno da empresa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Describir os elementos fundamentais do exterior da oficina de farmacia. Elaborar 2 ou máis esquemas de escaparate no caderno.</li> <li>Exemplificación de un escaparate na aula dependendo da estación do ano.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comprensión da importancia do entorno para aumentar as estratexias de venda.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>apuntes, imaxes, caderno de exercicios, mostrador de farmacia, envases vacíos de produtos farmacéuticos e parafarmacéuticos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>PE.2 - Cuestionario de preguntas</li> <li>TO.1 - Exemplificación práctica</li> </ul>	10,0
A distribución do espazo - Analizáronse as bases e estratexias necesarias na presentación no interior do punto de venda	<ul style="list-style-type: none"> <li>Descrición do interior da oficina de farmacia ou parafarmacia, analizando as bases das estratexias necesarias na presentación no interior.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Enumerar os elementos do interior que forman parte da arquitectura interior. Describir as diferentes zonas do interior.</li> <li>Exemplificación práctica de distribución interna. Simular reposición de produtos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Organización do espazo interior</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>apuntes, imaxes, caderno de exercicios, mostrador de farmacia, envases vacíos de produtos farmacéuticos e parafarmacéuticos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>LC.2 - Proba práctica</li> <li>PE.1 - Cuestionario de preguntas</li> <li>PE.3 - Cuestionario de preguntas</li> <li>TO.2 - Exemplificación práctica</li> </ul>	15,0
Promoción e publicidade - Esquematizáronse distintos elementos da promoción	<ul style="list-style-type: none"> <li>Explicación da importancia da promoción e publicidade, enumerando elementos de publicidade e diferenciando tipos de promoción.</li> <li>Explicación da importancia dos tipos de envases, deseño gráfico, etiquetado, código de barras, etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diferenciar os tipos de promoción e publicidade</li> <li>Esquema dos tipos de envases.</li> <li>Exemplificación práctica de envases, de expositores, carteles, deseño gráfico, etc</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comprensión dos conceptos de promoción e publicidade, así como a importancia da mesma.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>apuntes, imaxes, caderno de exercicios, mostrador de farmacia, envases vacíos de produtos farmacéuticos e parafarmacéuticos, carteles, displays, expositores de mesa, expositores de suelo, etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>TO.3 - Contidos</li> </ul>	8,0
TOTAL						38,0

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

N.º	Título da UD	Duración
4	A calidade na prestación dos servizos	15

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA4 - Atende reclamacións presentadas pola poboación usuaria, e recoñece e aplica criterios e procedementos de actuación.	SI

#### 4.4.c) Obxectivos específicos da unidade didáctica

Obxectivos específicos	Act	Título das actividades	Duración (sesións)
1.1 Identificar e procesar as suxerencias, queixas e reclamacións	1	As reclamacións	5,0
2.1 Identificar a normativa legal de consumo	2	Estratexias da presentación externa	2,0
3.1 Identificar a documentación sobre o sistema de calidade	3	O sistema de calidade	4,0
4.1 Coñecer os procedementos encamiñados a implantación do sistema de calidade	4	Xestión de calidade	4,0
TOTAL			15

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

Criterios de avaliación	Instrumentos de avaliación	Mínimos exixibles	Peso cualificación (%)
CA4.1 Tipifícase a actitude, a postura e o interese que se deban adoptar ante queixas e reclamacións, utilizando un estilo asertivo para informar as persoas usuarias.	• LC.1 - Exemplificación práctica	S	10
CA4.2 Desenvólvense as técnicas que se utilizan para a resolución de conflitos e reclamacións.	• PE.1 - Cuestionario de preguntas	S	15
CA4.3 Recoñécense os aspectos das reclamacións en que incida a lexislación.	• PE.2 - Cuestionario de preguntas	S	15
CA4.4 Describiuse o procedemento para a presentación de reclamacións.	• TO.1 - Exemplificación práctica	S	15
CA4.5 Identifícanse as alternativas ao procedemento que se lle poidan ofrecer ás persoas usuarias ante reclamacións de doado arranxo.	• PE.3 - Cuestionario de preguntas	S	15
CA4.6 Valorouse a importancia que teñen para o control de calidade do servizo os sistemas de información manuais e informáticos que organizan a información.	• PE.4 - Cuestionario de preguntas	S	15
CA4.7 Estableceuse a información rexistrada do seguimento posventa, de incidencias, de peticións e de reclamacións de persoas usuarias, como indicadores para mellorar a calidade do servizo prestado e aumentar a fidelización.	• LC.2 - Participación en rol	S	15
TOTAL			100

#### 4.4.e) Contidos

Contidos
Procedementos para reclamar. Lexislación.
Indicadores para o control de calidade do establecemento.
Sistemas de información. Rexistro manual e automatizado.



Contidos
Mellora do servizo prestado.

**4.4.f) Actividades de ensino e aprendizaxe, e de avaliación, con xustificación de para que e de como se realizarán, así como os materiais e os recursos necesarios para a súa realización e, de ser o caso, os instrumentos de avaliación**

Que e para que	Como			Con que	Como e con que se valora	Duración (sesións)
Actividade (título e descrición)	Profesorado (en termos de tarefas)	Alumnado (tarefas)	Resultados ou produtos	Recursos	Instrumentos e procedementos de avaliación	
As reclamacións - Analízanse os diferentes tipos de reclamacións	<ul style="list-style-type: none"> <li>Explicación dos conceptos de suxerencias, queixas e reclamación. Causas de reclamacións e protocolo a seguir ante a mesma</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Describir os conceptos no caderno. Citar causas de reclamacións e protocolo a seguir</li> <li>Exemplificación práctica de suxerencias, queixas e reclamacións</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comprensión dos conceptos de suxerencias, queixas e reclamacións e coñecemento do protocolo ante unha reclamación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>apuntes, imaxes, caderno, mostrador, internet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>LC.1 - Exemplificación práctica</li> <li>PE.3 - Cuestionario de preguntas</li> </ul>	5,0
Estratexias da presentación externa - Comprendeuse a lexislación vixente	<ul style="list-style-type: none"> <li>Explicación do procedemento ante unha queixa e xestión de reclamacións. Descrición das follas de reclamacións. Explicación da normativa legal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Esquema de resolución de conflitos. Búsqueda en internet da normativa legal de diferentes comunidades</li> <li>Simulación práctica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comprensión da estratexia a levar a cabo ante unha reclamación presentada polo usuario</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>apuntes, imaxes, internet, caderno.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>LC.1 - Exemplificación práctica</li> <li>PE.1 - Cuestionario de preguntas</li> <li>TO.1 - Exemplificación práctica</li> </ul>	2,0
O sistema de calidade - Identifícanse os elementos que interveñen no sistema de calidade	<ul style="list-style-type: none"> <li>Explicación do sistema de calidade. Tipos de calidade e indicadores da mesma</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar búsqueda de terminoloxía de calidade.</li> <li>Exemplificación de diversos tipos de calidade</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comprensión dos termos de calidade.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>apuntes, imaxes, caderno, internet, etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>PE.2 - Cuestionario de preguntas</li> <li>PE.4 - Cuestionario de preguntas</li> </ul>	4,0
Xestión de calidade - Descríbense as formas para implantar un sistema de calidade	<ul style="list-style-type: none"> <li>Explicación de como poder implantar o sistema de calidade na empresa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Resumir os procedementos encamiñados a implantación do sistema de calidade</li> <li>Exemplificación práctica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comprensión dos procedementos encamiñados a implantación do sistema de calidade</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>apuntes, imaxes, caderno de exercicios, mostrador de farmacia, envases vacíos de produtos farmacéuticos e parafarmacéuticos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>LC.2 - Participación en rol</li> <li>PE.3 - Cuestionario de preguntas</li> <li>PE.4 - Cuestionario de preguntas</li> <li>TO.1 - Exemplificación práctica</li> </ul>	4,0
TOTAL						15,0

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

Para a cualificación de cada trimestre teranse en conta os exames e as actividades prácticas:

-Exames: valen o 70% da nota de cada trimestre. En cada trimestre realizaranse un ou dous exames parciais. Cada un destes exames será total ou maioritariamente tipo test, onde as respostas contestadas incorrectamente restan (un terzo do valor das respostas contestadas correctamente). Para aprobar cada exame será necesario obter unha nota igual ou superior a un 5 sobre un máximo de 10 puntos.

-Actividades prácticas: valen o 30% da nota de cada trimestre. Ao longo do trimestre o alumando deberá realizar unha serie de actividades prácticas (traballos, exposicións, debates, escaparates, ...) que serán avaliados cunha rúbrica.

Para aprobar cada trimestre será necesario aprobar todos os exames realizados e que a nota global do trimestre sexa igual ou superior a un 5 sobre 10.

O alumnado que aprobe os tres trimestres terá o módulo superado.

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

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

O alumnado que non supere algún dos exames dun trimestre poderá recuperar eses contidos na recuperación trimestral correspondente. Só se fará unha recuperación por trimestre, onde se poderán recuperar o exame ou exames pendentes do trimestre correspondente.

O alumnado que suspenda ou non se presente á recuperación trimestral poderá recuperar os contidos dese trimestre no exame final.

No exame final poderase presentar o alumnado que teña pendentes un ou máis trimestres:

- O alumnado que aprobe o exame final terá o módulo superado.
- O alumnado que suspenda o exame final terá o módulo suspenso.

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

O alumnado que supere o límite máximo de faltas de asistencia do 10% das horas do módulo, segundo o establecido na lexislación vixente, perderá o dereito á avaliación continua e deberá presentarse a un exame de todo o módulo en xuño.

O exame de todo o módulo consistirá en preguntas tipo test sobre os contidos teóricos vistos en todas as unidades didácticas e preguntas sobre os contidos traballados nas actividades prácticas (en forma de preguntas tipo test, preguntas curtas e/ou supostos prácticos). As preguntas sobre os contidos teóricos representarán o 70% da puntuación do exame e as preguntas sobre as actividades prácticas o 30% restante.

Para aprobar o exame será necesario obter unha nota igual ou superior a 5 sobre 10 puntos.

O alumnado que se presente a este exame e suspenda terá o módulo suspenso.

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

O seguimento da programación realizarase mediante o caderno de aula, o seguimento na aplicación das programacións, as reunións de ciclo do equipo docente e as reunións de departamento.

## **8. Medidas de atención á diversidade**

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

A principios de curso realizarase unha proba de avaliación inicial para valorar o nivel de coñecementos previos que ten o alumnado sobre os contidos deste módulo e poder adaptar a metodoloxía docente da forma máis eficaz que sexa posible.

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

Ao alumnado que non alcance a consecución dos contidos previstos ofreceráselle a posibilidade de realizar determinadas tarefas e exercicios que puidesen contribuír á consecución deses obxectivos

## **9. Aspectos transversais**

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

En relación coa adquisición dunha formación integral básica que satisfaga o principio de preparar o alumnado para formar parte dunha sociedade democrática, pacífica e solidaria faise necesario incorporar, de forma transversal, un conxunto de contidos de especial relevancia:

- Educación para o/a consumidor/a.
- Educación para igualdade entre sexos e uso de linguaxe non discriminatoria.
- Educación para a paz.
- Educación ambiental.
- Educación para a saúde.
- Educación sexual.
- Educación moral e cívica.

### **9.b) Actividades complementarias e extraescolares**

Non se prevén.

## **10. Outros apartados**

### **10.1) Covid 19**

Se a situación sanitaria pola Covid 19 empeorase e fóssemos a un ensino con semipresencialidade daríanse os contidos teóricos por videoconferencia e aproveitaríanse as clases presenciais para a realización das actividades prácticas e o repaso e resolución de dúbidas dos contidos teóricos.

Se a situación sanitaria obrigase a facer un confinamento daríanse todos os contidos teóricos por videoconferencia e as exposicións dos traballos e actividades prácticas do alumnado tamén se realizarían online.