

1. Identificación da programación
Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano académico
36011579	A Guía	Vigo	2024/2025

Ciclo formativo

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
COM	Comercio e márketing	CSCOM03	Xestión de vendas e espazos comerciais	Ciclos formativos de grao superior	Réxime xeral-ordinario

Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (*)

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesións semanais	Horas anuais	Sesións anuais
MP0927	Xestión de produtos e promocións no punto de venda	2024/2025	6	105	126
MP0927_12	Implantación de produtos	2024/2025	6	55	66
MP0927_22	Accións promocionais en espazos comerciais	2024/2025	6	50	60

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

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	IRENE BARRASA GARCÍA
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión inspector

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

A competencia xeral deste título consiste en xestionar as operacións comerciais de compravenda e distribución de produtos e servizos, e organizar a implantación e animación de espazos comerciais segundo criterios de calidade, seguridade e prevención de riscos, aplicando a normativa vixente.

A importancia que o sector do comercio ten en Galicia queda reflexada no feito de ser o sector produtivo que maior número de empresas e traballadores ten. É, xa que logo necesario que o sector do comercio conte con profesionais con formación suficiente en técnicas de venda, habilidades de comunicación e xestión de establecementos comerciais, que sexan capaces de aproveitar as novas tecnoloxías da información e da comunicación para xestionar o coñecemento empresarial necesario para cumprir cos obxectivos comerciais fixados pola dirección de marketing. Unha formación que tradicionalmente é autodidacta e ás veces pouco decisiva á hora de acadar un posto de traballo no sector do comercio. Pero actualmente o sector precisa profesionais con formación de calidade, permanente e que sexan capaces de aproveitar as oportunidades que as tecnoloxías da información e da comunicación lles brinda.

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 (%)
1	Produto e variedade	Determinar a amplitude e profundidade da variedade e a súa ubicación na superficie de venda	22	17
2	Implantación de produtos no lineal	Establecer os niveis de exposición do lineal atendendo ao seu valor comercial.	22	17
3	Rendibilidade da implantación de produtos	Calcular o rendemento da superficie de venda.	22	18
4	Deseño de accións promocionais	Identificar e organizar as accións de merchandising e/ou márketing directo adecuadas ao tipo de promoción definido no plan de márketing.	20	16
5	Persoal de promoción	Definir o perfil do persoal de promoción necesario para desenvolver as diferentes accións promocionais.	20	16
6	Control das accións promocionais	Calcular os ratios de control das campañas promocionais.	20	16

4. Por cada unidade didáctica

4.1.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
1	Produto e variedade	22

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Determina a dimensión da variedade de produtos, definindo a colocación estratéxica para conseguir a xestión óptima do establecemento	SI

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

Criterios de avaliación
CA1.1 Elixiuse a variedade de produtos de acordo coa información comercial dispoñible
CA1.2 Utilizáronse aplicacións informáticas de xestión comercial na análise da variedade de produtos
CA1.3 Calculáronse os coeficientes de ocupación do solo e do espazo para determinar a densidade comercial mediante follas de cálculo informáticas
CA1.4 Distribuíronse os metros lineais do establecemento entre cada familia de produtos e/ou servizos, utilizando programas informáticos
CA1.5 Segmentouse a variedade de produtos en familias e servizos segundo obxectivos comerciais
CA1.6 Aplicáronse métodos de cálculo da dimensión da variedade de produtos para asegurar a rendibilidade do punto de venda
CA1.7 Determinouse o número de referencias de cada familia de produtos e servizos segundo obxectivos comerciais
CA1.8 Realizáronse estudos de análise da competencia e de expectativas dos/as consumidores/as para mellorar a elección da variedade de produtos

4.1.e) Contidos

Contidos
Clasificación de produtos por familias, gamas, categorías, colocación, acondicionamento e codificación.
0Programas informáticos de xestión da variedade de produtos.
Estrutura da variedade de produtos.
Obxectivos, criterios de clasificación e tipoloxía da variedade de produtos.
Métodos de determinación da variedade de produtos.

Contidos
Amplitude, largura e profundidade da variedade de produtos.
Coherencia da variedade de produtos.
Elección de referencias.
Número máximo, mínimo e normal de referencias.
Limiar de supresión de referencias.

4.2.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
2	Implantación de produtos no lineal	22

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Determina o procedemento de implantación da variedade de produtos nos lineais segundo criterios comerciais, optimizando as operacións de mantemento e reposición	SI

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

Criterios de avaliación
CA2.1 Establecéronse os niveis de exposición do lineal, atendendo ao seu valor comercial
CA2.2 Asignáronse as referencias da variedade de produtos ao lineal en función dos plans de venda
CA2.3 Calculouse o número óptimo de unidades dispostas na fachada dos andeis (facings) para cada referencia segundo criterios comerciais e de organización
CA2.4 Utilizáronse aplicacións informáticas para a optimización do lineal
CA2.5 Determinouse o sistema de organización dos recursos humanos e materiais necesarios nas operacións de colocación, reposición e mantemento dos lineais
CA2.6 Calculouse o número de traballadores/as que se precisa en cada sección ou actividade en función do tempo de implantación dos produtos

Criterios de avaliación
CA2.7 Elaboráronse instrucións claras e precisas de colocación, reposición e mantemento dos lineais para llas transmitir ao equipo humano
CA2.8 Programouse e organizouse a reposición de produtos, asegurando a súa presenza continua no lineal

4.2.e) Contidos

Contidos
<p>O lineal: definición e funcións.</p> <p>Zonas e niveis do lineal.</p> <p>Sistemas de repartición e de reposición do lineal.</p> <p>Tipos de exposicións do lineal.</p> <p>Lineal óptimo.</p> <p>Tempos de exposición.</p> <p>Disposición de artigos na fachada dos andeis (facings). Regras de implantación.</p> <p>Aplicacións informáticas de optimización de lineais.</p> <p>Organización dos recursos humanos en operacións relativas aos lineais.</p>

4.3.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
3	Rendibilidade da implantación de produtos	22

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA3 - Calcula a rendibilidade da implantación da variedade de produtos, analizando e corrixindo as posibles desviacións sobre os obxectivos propostos	SI

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

Criterios de avaliación
CA3.1 Calculouse o rendemento da superficie de venda, utilizando follas de cálculo informáticas
CA3.2 Utilizáronse os instrumentos cualitativos e cuantitativos, así como os parámetros de xestión e calidade, para valorar de xeito periódico a implantación dos produtos
CA3.3 Calculouse a eficacia financeira dunha familia de produtos mediante o uso de follas de cálculo informáticas
CA3.4 Definíronse os parámetros que implican a supresión dunha referencia da variedade de produtos
CA3.5 Definíronse as variables e os sistemas ou criterios de calidade necesarios para introducir novas referencias na variedade de produtos
CA3.6 Calculouse a rendibilidade das políticas de merchandising mediante a aplicación informática axeitada
CA3.7 Realizáronse informes que reflectan os resultados e as conclusións sobre a rendibilidade das políticas de merchandising aplicadas

4.3.e) Contidos

Contidos
Instrumentos de control cuantitativos e cualitativos.
Parámetros de xestión por categorías: marxe bruta, cifra de facturación, beneficio bruto, índices de circulación, atracción, compra, etc.
Rendibilidade directa do produto.
Análise de resultados e presentación de informes.
Medidas correctoras: supresión e introdución de referencias.
Follas de cálculo.

4.4.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
4	Deseño de accións promocionais	20

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Deseña accións promocionais no punto de venda, aplicando técnicas de merchandising axeitadas	SI

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

Criterios de avaliación
CA1.1 Identifícaronse e organizáronse as accións de merchandising ou márketing directo adecuadas ao tipo de promoción definido no plan de márketing
CA1.2 Utilizáronse aplicacións informáticas na organización e na planificación das accións promocionais
CA1.3 Calculouse o orzamento necesario para levar a cabo a acción promocional
CA1.4 Definiuse a forma e o contido da mensaxe promocional, consonte o plan de vendas ou promoción
CA1.5 Seleccionáronse os materiais e os soportes comerciais necesarios para as accións promocionais
CA1.6 Identifícaronse os lugares máis idóneos para situar as promocións, de maneira que forcen o percorrido da clientela pola maior parte do establecemento
CA1.7 Realizáronse e colocáronse os indicadores visuais necesarios que dirixan a clientela cara ás zonas promocionais
CA1.8 Simuláronse accións de información e atención á clientela durante a acción promocional, cumprindo os requisitos de amabilidade, claridade e precisión

4.4.e) Contidos

Contidos
Comunicación comercial.
Publicidade no lugar de venda (PLV).
Tipos de elementos de publicidade: stoppers, pancartas, pantallas, carteis, etc.
Publicidade e promoción.
Márketing directo.

Contidos
Público obxectivo.
Promocións de fabricante e de distribuidor/ora.
Promocións dirixidas aos/ás consumidores/as.
Animación de puntos quentes e fríos.
Indicadores visuais.
Produtos gancho e produtos estrela.

4.5.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
5	Persoal de promoción	20

4.5.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Determina os procedementos de selección e formación do persoal de promoción no punto de venda, definindo o perfil da persoa candidata e as accións formativas segundo o orzamento dispoñible	SI

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

Criterios de avaliación
CA2.1 Definiuse o perfil do persoal de promoción necesario para desenvolver as diferentes accións promocionais
CA2.2 Determináronse as accións formativas adecuadas ao persoal de promoción, en función das características do produto e aplicando técnicas de liderado e traballo en equipo
CA2.3 Identificáronse os tipos de clientela, para lle proporcionar a atención e a información axeitadas durante a acción promocional
CA2.4 Seleccionáronse as instrucións que cumpra transmitirle de xeito claro e preciso ao persoal encargado de realizar as accións promocionais
CA2.5 Analizouse a normativa de seguridade e prevención de riscos laborais, para garantir o seu cumprimento durante a realización das accións promocionais

4.5.e) Contidos

Contidos
<p>Perfil do persoal de promocións comerciais.</p> <p>Tipoloxía da clientela.</p> <p>Formación de persoal de promocións comerciais.</p> <p>Normativa de seguridade e prevención de riscos laborais no punto de venda.</p> <p>Técnicas de manipulación de produtos.</p> <p>Técnicas de liderado e de traballo en equipo.</p>

4.6.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
6	Control das accións promocionais	20

4.6.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA3 - Controla a eficiencia das accións promocionais, adoptando medidas que melloren a xestión da actividade	SI

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

Criterios de avaliación
CA3.1 Establecéronse procedementos de control que permitan detectar desviacións respecto aos obxectivos
CA3.2 Elaboráronse tests e enquisas de valoración das campañas promocionais que permitan obter información sobre a súa rendibilidade e a súa eficacia
CA3.3 Calculáronse as razóns de control das campañas promocionais mediante programas específicos ou xenéricos de xestión
CA3.4 Detectáronse as desviacións producidas respecto aos obxectivos comerciais planificados

Crterios de avaliación

CA3.5 Propuxéronse as medidas correctoras máis eficaces sobre as desviacións detectadas

4.6.e) Contidos**Contidos**

Crterios de control das accións promocionais.

Índices e razóns económico-financeiras: marxe bruta, taxa de marca, existencias medias, rotación das existencias, rendibilidade bruta, etc. Análise de resultados. Auditorías de márketing. Análise da promoción na web.

Razóns de control de eficacia de accións promocionais: razóns xerais das accións promocionais, do lineal, de márketing e das promocións.

Análise das desviacións. Aplicación de medidas correctoras.

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

Este módulo consta de 2 unidades formativas (UF), cada unha delas cos seus correspondentes resultados de aprendizaxe (RA), criterios de avaliación (CA) e contidos básicos.

Para superar o módulo débense superar todos os RA.

Para superar cada RA do módulo hai que superar todos os mínimos exixibles asociados a devandito RA. Os mínimos esixibles son os marcados nesta programación no apartado 4c de cada unidade didáctica.

Cada RA ten un peso específico respecto a a cualificación final do módulo que será a media ponderada de todos os RA a condición de que estean todos superados, de acordo á seguinte ponderación:

Os Criterios de Avaliación (CA) establecidos como mínimos exixibles son os indicados no apartado 4.c., tendo que acadarse o 50% da cualificación de cada un para ter unha avaliación positiva. O cálculo do 50% establecerase no nivel mínimo de logro que corresponda ao instrumento de avaliación empregado.

Os procedementos de avaliación que se aplicarán poderán ser:

a. Probas de coñecementos:

i. Poden consistir en exames escritos con preguntas curtas e/ou a desenvolver, cuestionarios tipo test ou supostos prácticos.

ii. Conterán instrucións de realización con indicación de tempos máximos para realizalas e a cualificación máxima por preguntas ou apartados.

iii. Nos cuestionarios tipo test se indicará o número mínimo de preguntas que se deben contestar positivamente para acadar unha avaliación positiva mínima que nunca será superior ao 60% das preguntas ben contestadas e se penalizan as preguntas mal contestadas.

iv. Para os exames escritos con preguntas a desenvolver ou supostos prácticos empréganse modelos de solución (padróns) graduados do seguinte xeito: pregunta completa 100% da cualificación, pregunta case completa 75% da cualificación, pregunta aceptable (mínimo) 50% da cualificación, pregunta incompleta 25% da cualificación, pregunta moi incompleta 5% da cualificación.

Unha proba de coñecementos non realizada inxustificadamente, suporá volvela realizar no período de actividades de recuperación correspondente.

v. Este tipo de probas serán combinadas. Ou sexa, se avaliarán varios criterios de cualificación nelas. A cualificación consistirá en corrixir a proba globalmente e repartir a cualificación entre os CA avaliados en función do peso establecido en axustar avaliación.

b. Probas de produto e/ou desempeño:

i. Poden consistir en traballos de investigación, memorias, fichas, plans, obxectos e defensas orais tanto en grupo como individuais.

ii. Conterán indicacións/instrucións precisas sobre como presentalas, os formatos de presentación, o xeito de presentación (correo electrónico, aula virtual,...), de debe ser defendido, os prazos de presentación, as penalizacións por presentacións fóra de prazo e de como se cualificarán (niveis de logro e indicadores). Un produto non presentado inxustificadamente, implicará volvelo realizar no período de actividades de recuperación correspondente.

iii. Cualifícanse con táboas de indicadores (rúbricas) con catro niveis de logro: completo/excelente 100% da cualificación do indicador de que se trate; case completo/bo 75%; aceptable (mínimo) 50% e insuficiente (inferior ao 50%).

iv. Nas táboas de indicadores empregaranse os seguintes bloques: expresión escrita, ortografía, formato, presentación e creatividade, contido e desempeño. Os indicadores de contido puntuarán como mínimo un

60% da cualificación total do produto.

v. Se o produto que se pide trae asociada unha exposición oral (defensa) esta será avaliada por separado coa súa correspondente táboa de indicadores que incluírán os seguintes bloques: linguaxe non verbal, linguaxe verbal, presentación e creatividade do apoio visual.

vi. Este tipo de probas serán combinadas. Ou sexa, se avaliarán varios criterios de cualificación nelas. A cualificación consistirá en corrixir a proba globalmente e repartir a cualificación entre os CA avaliados en función do peso establecido en axustar avaliación.

Poderase rexeitar un exame ou exercicio se a súa presentación ou caligrafía o fan ilexible. Neste caso, poderíase substituír por unha proba oral.

Procedemento ante copia de exame:

-A utilización de apuntes, "chuletas", libros de texto, calculadoras, teléfonos móbiles, ou outros medios que non foran autorizados polo profesorado no enunciado do exame ou do traballo, será considerado copia.

-A copia en exames suporá a calificación cun 0 (cero) na proba e a expulsión inmediata da aula.

-O alumnado afectado non terá dereito a recuperación desta proba no período de avaliación de que se trate. En caso de reincidencia, terá que facer unha proba final de todo o módulo.

-A mesma sanción será aplicable a traballos individuais ou en grupo.

-Dado que é responsabilidade do alumnado evitar que o seu exame, traballo e todo o material avaliábel sexa obxecto de copia, a sanción afectará a todo o alumnado involucrado: o que copiou, o que permitiu a outros que copiasen, e o que participou en calquera tarefa ou actividade ou estratexia para mellorar os resultados propios ou alleos, mediante procedementos deshonestos.

6. Procedemento para a recuperación das partes non superadas

6.a) Procedemento para definir as actividades de recuperación

1. As probas con cualificacións inferiores a 5 puntos deberán ser superadas nos períodos correspondentes para as actividades de recuperación que se establezan.

2. Deberán ser recuperadas as probas de coñecemento ou de produtos e/ou desempeños que obtiveron unha cualificación inferior a 5 puntos.

3. As actividades de recuperación desenvolveranse no período de abril a xuño aínda que durante o curso se establecerán para cada proba non superada, outros períodos de recuperación en datas anteriores.

Trátase de que o alumnado aprenda dos propios erros e sexa capaz de corrixilos.

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

1. O alumnado perde a avaliación continua cando ten un 10% de faltas de asistencia sen xustificar ou un 15% xustificadas como máximo.
2. Elaborarase unha proba combinada que permita cualificar os CA do módulo. Conterá instrucións de realización con indicación de tempos máximos para realizalas e a cualificación máxima por preguntas ou apartados. Consistirá nunha proba de coñecementos por escrito con dúas partes: un cuestionario tipo test e casos prácticos.
3. O alumnado non terá que examinarse das partes superadas antes da perda da avaliación continua. Ou sexa, estarán exentos de contestar aquelas partes da proba que conteña casos prácticos relacionados con esas partes superadas. Esta exención lle será comunicada individualmente ás persoas alumnas.
4. O cuestionario conterá o número suficiente de preguntas para poder avaliar os CAs do módulo. Deberán estar ben contestadas o 60% das preguntas do cuestionario para ter unha avaliación positiva nesta parte. As preguntas do cuestionario mal contestadas penalizan coa metade do valor da pregunta e as preguntas non contestadas non penalizan.
5. A parte de casos prácticos consistirá nun número suficiente deles que permita avaliar os CAs do módulo que serán corrixidos con táboas de indicadores con catro niveis de logro: completo/excelente 100% da cualificación do indicador de que se trate; case completo/bo 75%; aceptable (mínimo) 50% e insuficiente (inferior ao 50%).
6. O cuestionario tipo test ponderará un 30% e os casos prácticos un 70% da cualificación final da proba. Cada parte será avaliada sobre 10 puntos e non se dará a proba por superada se en cada parte non se obtén como mínimo 4 puntos sobre 10.

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

1. Cada 15 días, farase o seguimento da programación na aplicación informática. Mensualmente se dará conta na reunión de departamento preceptiva deste seguimento.
2. A avaliación da práctica docente realizarase unha reflexión sobre as competencias de programación, actividades de aula, avaliación e formación tendo en conta os seguintes indicadores de cada competencia:
 - a. Programación:
 - i. Planificación do traballo docente.

- ii. Programación de unidades didácticas.
- iii. Programación de actividades e tarefas.
- iv. Tratamento da atención á diversidade e da transversalidade.
- b. Actividades de aula:
 - i. Metodoloxía desenvolvida.
 - ii. Motivación para a aprendizaxe.
 - iii. Potenciación da autonomía no proceso de ensino-aprendizaxe.
 - iv. Coordinación co resto do equipo docente.
 - v. O clima na aula e resolución de conflitos.
 - vi. Traballo en equipo.
 - vii. Actividades desenvolvidas variadas facendo un papel docente-guía.
 - viii. Utilización dos recursos do contexto para reforzar o proceso EA.
 - ix. Atención á diversidade.
 - x. Inclusión da transversalidade nas actividades.
- c. Avaliación:
 - i. Instrumentos utilizados para facer a avaliación inicial e o seu rexistro.

ii. Instrumentos utilizados para a avaliación continua e o seu rexistro.

iii. Procedemento utilizado para a avaliación final.

iv. Coavaliación e autoavaliación, se proceden.

v. Desenvolvemento das actividades de recuperación.

vi. Información proporcionada sobre a avaliación e a cualificación.

d. Formación:

i. Formación desenvolvida formal.

ii. Formación desenvolvida non formal.

3. Na memoria do fin de curso se recollerán propostas de modificacións para o curso seguinte, en función da autoavaliación anterior realizada.

8. Medidas de atención á diversidade

8.a) Procedemento para a realización da avaliación inicial

Ao abeiro do art. 28 da Orde do 12 Xullo de 2011, ao comezo do curso, no momento de cubrir as fichas persoais dos alumnos, realizarase unha valoración de cada un deles, a partir dos datos académicos e de experiencia profesional, que facilite ao profesor/a.

Realizaremos tamén unha análise competencial dos alumnos a través de diversas tarefas para avaliar as súas competencias matemáticas, dixitais, lingüísticas, sociais, aprender a aprender, espírito emprendedor e cívicas principalmente:

1. Competencia en comunicación lingüística. Refírese á habilidade para utilizar a lingua, expresar ideas e interactuar con outras persoas de maneira oral ou escrita. Para desenvolvela deseñaranse tarefas que

impliquen a expresión escrita e a utilización da oralidade (traballos de reflexión e investigación por escrito e defensa dos mesmos de xeito oral apoiados en produtos gráficos).

2. Competencia matemática e competencias básicas en ciencia e tecnoloxía. A primeira alude ás capacidades para aplicar o razoamento matemático para resolver cuestións da vida cotiá; a competencia en ciencia céntrase nas habilidades para utilizar os coñecementos e metodoloxía científicos para explicar a realidade que nos rodea; e a competencia tecnolóxica, en como aplicar estes coñecementos e métodos para dar resposta aos desexos e necesidades humanos. Neste caso a preparación de material básico para repasar coñecementos matemáticos poderían reforzar a competencia.

3. Competencia dixital. Implica o uso seguro e crítico das TIC para obter, analizar, producir e intercambiar información. Neste caso a utilización de software na elaboración de produtos de xeito responsable e tendo en conta licenzas e uso de datos persoais podería axudar a reforzar esta competencia.

4. Aprender a aprender. É unha das principais competencias, xa que implica que o alumnado desenvolva a súa capacidade para iniciar a aprendizaxe e persistir nel, organizar as súas tarefas e tempos, e traballar de maneira individual ou colaborativa para conseguir un obxectivo. Ensinar a investigar e a ser crítico coas buscas de información poden reforzar esta competencia.

5. Competencias sociais e cívicas. Fan referencia ás capacidades para relacionarse coas persoas e participar de maneira activa, participativa e democrática na vida social e cívica. O traballo en equipo ensinando pautas para facelo poden reforzar esta competencia.

6. Sentido da iniciativa e espírito emprendedor. Implica as habilidades necesarias para converter as ideas en actos, como a creatividade ou as capacidades para asumir riscos e planificar e xestionar proxectos.

O titor/a do grupo na sesión de avaliación inicial aportaranos, a información dispoñible dos alumnos sobre: características xerais do grupo, e ás específicas académicas ou persoais con incidencia educativa. A tal fin valorará a información dos informes individualizados de avaliación da etapa anteriormente cursada e consultará co Departamento de Orientación en caso de detectar alumnos con necesidades educativas especiais ou que requiran apoio educativo específico.

Durante o curso realizarase ao inicio de cada unidade didáctica unha avaliación inicial, a través dun pequeno coloquio ou treboadas de ideas, que indique o nivel de coñecementos do alumnado a respecto da materia a impartir, téndoo en conta para adecuar os medios didácticos a utilizar.

O seguimento da programación terá por obxecto coñecer ás características e a formación previa de cada alumno/a, así como as súas capacidades.

Así mesmo, deberá servir para orientar e situar ao alumnado en relación co perfil profesional correspondente.

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

Para o alumnado que non responda adecuadamente as actividades programadas aplicaráselle as seguintes medidas en función das súas necesidades:

- Recuperación das partes non superadas antes do período de actividades de recuperación.
- Tarefas de alumnado específicas de reforzo.
- Introducción de estratexias e ferramentas que reforcen as competencias clave, nas actividades deseñadas.
- Deseño de actividades secuenciadas que axuden a entender o que se pide.
- Coordinación co equipo docente para tratar o reforzo en competencias clave.
- Coordinación co equipo docente para tratar o reforzo en competencias clave.

9. Aspectos transversais**9.a) Programación da educación en valores**

Tendo en conta o anterior no ámbito da familia profesional de Comercio e Marketing, trataranse as seguintes temáticas, de xeito transversal, tanto nas tarefas do profesorado como do alumnado:

1. Valores democráticos e mellora da cohesión social.
2. Loita contra a pobreza e contribución ao desenvolvemento humano.
3. Dereitos Humanos.
4. Protección das minorías e do colectivo LGTBIQ.
5. Dereitos laborais.

6. Respecto das condicións de competencia.
7. Transferencia de tecnoloxía: respecto licenzas e patentes.
8. Preservación do Medio Ambiente. A sustentabilidade.
9. Promoción da igualdade de xénero.
10. Reforzo do respecto dos Dereitos Fundamentais. A protección de datos persoais.
11. Deontoloxía profesional.
12. Identidade dixital: netetiqueta en foros de discusión, envío de correos electrónicos, chats, uso da videoconferencia, etc...

9.b) Actividades complementarias e extraescolares

Ao longo do curso promoveranse diferentes actividades complementarias e extraescolares tendentes a unha adecuada consecución dos resultados de aprendizaxe previstos no currículo, coa liña de actuación seguinte:

Visitas a empresas relacionadas coa distribución de produtos de consumo (hipermercados, mercados locais,...).

Visitas a feiras: Conxemar

Charlas e mesas redondas de antigos alumnos, expertos e profesionais do sector que comparten a súa experiencia profesional.

Na medida do posible buscarase a colaboración cos compañeiros docentes, tanto dentro do ciclo como aqueles que imparten o mesmo módulo noutros grupos, de xeito que simplifique a xestión das visitas e evitar duplicidades nas comunicacións coas institucións e empresas implicados.

Déixase aberta a posibilidade de engadir calquera outra actividade que poida xurdir ao longo do curso e que oportuna e valiosa de cara ao desenvolvemento do módulo.

10. Outros apartados

10.1) TIC

1. Este módulo conta cunha aula virtual na plataforma Moodle do IES A Guía, na categoría de COMERCIO E MARKETING. O alumnado, unha vez que teña un usuario na plataforma, poderá automatricularse mediante unha chave de automatriculación que lle será dada nas presentacións ou primeiros días de curso.
2. O curso deste módulo na aula virtual está organizado por UD que se irán abrindo conforme se vaia avanzando nos contidos do módulo e contarán como mínimo con ligazóns, ficheiros e tarefas por cada UD, en coherencia coa programación debidamente separadas por etiquetas. As tarefas serán deseñadas de xeito que quede claro o modo de presentación, o fondo e forma da tarefa, os prazos de entrega e se vai ser cualificada os criterios de cualificación e o seu valor en coherencia coa programación. Cada UD contará cun foro de dúbidas.
3. Nas primeiras semanas de clase presencial se incidirá no uso da aula virtual, nas pautas a seguir, no uso das TIC e na resolución de problemas técnicos que poida ter o alumnado. Tamén se establecerán grupos para as tarefas de grupo e se entrenará ao alumnado no uso de ferramentas dixitais para o desenvolvemento desas tarefas grupais.
4. Priorizarase a comunicación polos canais facilitados pola Consellería: Abalar e mensaxería da Aula virtual. Comprobarase que os datos aportados polo alumnado na matrícula a través de XADE están actualizados e que todos eles fagan un uso asiduo do correo facilitado e descarguen a app Abalar.
5. A comunicación co alumnado a través de Abalar será bidireccional, iniciada pola docente nas primeiras semanas de curso para que coñezan esta posibilidade a maiores da comunicación directa e presencial, na aula ou nas horas de tutoría.