

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	CD2COM000100	Actividades comerciais	Ciclos formativos de grao medio	Réxime xeral-ordinario

Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (*)

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesións semanais	Horas anuais	Sesións anuais
MP1231	Dinamización do punto de venda	2024/2025	6	159	190
MP1231_12	Organización da superficie comercial e merchandising	2024/2025	6	109	130
MP1231_22	Rotulación, cartellaría e escaparatismo	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	NOELA MARTÍNEZ OSEIRA
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión inspector

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

A presente programación concreta as actividades a desenvolver no módulo de Dinamización do Punto de Venda en consonancia co Decreto 49/2016, do 7 de abril, polo que se establece o currículo do ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de Técnico en Actividades Comerciais

Este módulo profesional contén a formación necesaria para que o alumnado se poida inserir laboralmente e desenvolver a súa carreira profesional no sector do Comercio e Marketing, realizando funcións de venda de bens e/ou servizos a través das diversas canles de comunicación ou ben realizando funcións de organización e xestión do seu propio comercio.

Competencias:

- f) Realizar actividades de animación do punto de venda en establecementos dedicados á comercialización de produtos e/ou servizos, aplicando técnicas de merchandising, de acordo cos obxectivos establecidos no plan de comercialización da empresa.
- m) Adaptarse ás novas situacións laborais orixinadas por cambios tecnolóxicos e organizativos nos procesos produtivos, actualizando os seus coñecementos, utilizando os recursos existentes para a aprendizaxe ao longo da vida e as tecnoloxías da información e da comunicación.
- n) Actuar con responsabilidade e autonomía no ámbito da súa competencia, organizando e desenvolvendo o traballo asignado, cooperando ou traballando en equipo con outros profesionais no ámbito de traballo.
- ñ) Resolver de xeito responsable as incidencias relativas á súa actividade, identificando as súas causas dentro do ámbito da súa competencia e autonomía.
- o) Comunicarse eficazmente, respectando a autonomía e a competencia das persoas que interveñen no ámbito do seu traballo.
- p) Aplicar os protocolos e as medidas preventivas de riscos laborais e protección ambiental durante o proceso produtivo, para evitar danos nas persoas e no contorno laboral e ambiental.
- q) Aplicar procedementos de calidade e de accesibilidade e deseño universais nas actividades profesionais incluídas nos procesos de produción ou prestación de servizos.

Obxectivos xerais:

- i) Crear imaxe de tenda, combinando os elementos exteriores e interiores do establecemento comercial con criterios comerciais, para realizar actividades de animación do punto de venda en establecementos dedicados á comercialización de produtos e/ou servizos.
- j) Analizar as políticas de venda e fidelización da clientela, organizando a exposición e a promoción da variedade de produtos, para realizar actividades de animación do punto de venda en establecementos dedicados á comercialización de produtos e/ou servizos.
- q) Analizar e utilizar os recursos existentes para a aprendizaxe ao longo da vida e as tecnoloxías da información e da comunicación para aprender e actualizar os seus coñecementos, recoñecendo as posibilidades de mellora profesional e persoal, para se adaptar ás situacións profesionais e laborais.
- r) Desenvolver traballos en equipo e valorar a súa organización, participando con tolerancia e respecto, e tomar decisións colectivas ou individuais, para actuar con responsabilidade e autonomía.
- s) Adoptar e valorar solucións creativas ante problemas e continxencias que se presenten no desenvolvemento dos procesos de traballo, para arranxar de xeito responsable as incidencias da súa actividade.
- t) Aplicar técnicas de comunicación, adaptándose aos contidos que se vaian transmitir, á súa finalidade e ás características das persoas receptoras, para asegurar a eficacia do proceso.
- u) Analizar os riscos ambientais e laborais asociados á actividade profesional e relacionalos coas súas causas, co fin de fundamentar as medidas preventivas que se vaian adoptar, e aplicar os protocolos correspondentes para evitar danos propios, nas demais persoas, no contorno e ambientais.

v) Analizar e aplicar as técnicas necesarias para dar resposta á accesibilidade e ao deseño universais.

Serán traballadores que xestionen un comercio ou unha tenda tradicional por conta propia, ou por conta allea en calquera empresa ou organización nas seccións de comercialización.

As ocupacións e postos de traballo máis salientables son:

- Vendedor/a
- Vendedor técnico
- Representante comercial
- Promotor/a
- Televendedor
- Vendedor a distancia
- Teleoperador/a
- Caixeiro ou repoñedor

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	O Espacio Comercial	Organización do espacio comercial, recursos humanos e materiais, comportamento da clientela e normativa aplicable.	33	13
2	Xestión do produto na zona de venda	Estratexias e características do surtido e o lineal. Moblaxe, superficies, tempos e normativa.	33	13
3	As accións promocionais	A comunicación comercial, mix, publicidade, relacións públicas, promoción de vendas, normativa.	32	12
4	O control do merchandising	Análise das accións de merchandising, tanto as relativas ao produto, como ao punto de venda, así como as aplicacións informáticas empregadas para este fin.	32	12
5	A publicidade no lugar de venda	Estudo da publicidade no lugar de venda (obxectivos, formas, cartelería, packaging, etc...), para posteriormente tratar o tema relacionado coa publicidade e relacións públicas no punto de venda.	30	25
6	Organización e deseño do exterior do punto de venda	Escaparatismo, os elementos externos do punto de venda, as técnicas de escaparatismo e montaxe dun escaparate.	30	25

4. Por cada unidade didáctica
4.1.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
1	O Espacio Comercial	33

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Organiza a superficie comercial, aplicando técnicas de aproveitamento óptimo de espazos e criterios de seguridade e hixiene	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 Identifícanse os trámites oportunos para a obtención de licenzas e autorizacións de elementos externos na vía pública
CA1.2 Dispuxéronse os elementos da tenda, da moblaxe e de exposición, segundo as necesidades da superficie de venda
CA1.3 Determináronse as principais técnicas de merchandising que se utilizan na distribución dunha superficie de venda
CA1.4 Definíronse as características dunha zona fría e dunha zona quente nun establecemento comercial
CA1.5 Determináronse métodos para reducir barreiras psicolóxicas e físicas de acceso ao establecemento comercial
CA1.6 Descríbonse as medidas que se aplican nos establecementos comerciais para conseguir que a circulación da clientela sexa fluída e poida permanecer o máximo tempo posible no interior
CA1.7 Descríbonse os criterios que se utilizan na distribución lineal do solo por familia de produtos, explicando vantaxes e inconvenientes
CA1.8 Identificouse a normativa de seguridade e hixiene referida á distribución en planta dunha superficie comercial

4.1.e) Contidos

Contidos
<p>Normativa e trámites administrativos na apertura e na implantación.</p> <p>Recursos humanos e materiais no punto de venda.</p> <p>Técnicas de merchandising.</p> <p>Distribución dos corredores.</p> <p>Implantación das seccións.</p> <p>Comportamento da clientela no punto de venda.</p> <p>Determinantes do comportamento da poboación consumidora. Condicionantes externos.</p> <p>Zonas quentes e zonas frías.</p> <p>Normativa aplicable ao deseño de espazos comerciais.</p>

4.2.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
2	Xestión do produto na zona de venda	33

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Coloca, expón e repón os produtos na zona de venda, atendendo a criterios comerciais, a condicións de seguridade e á normativa	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 Delimitáronse as dimensións da variedade de produtos

Criterios de avaliación
CA2.2 Estableceuse o número de referencias segundo características dos produtos, espazo dispoñible e tipo de lineal
CA2.3 Realizáronse simulacións de rotación dos produtos nos lineais dun establecemento comercial
CA2.4 Analizáronse os efectos que producen na poboación consumidora os modos de colocación de produtos nos lineais
CA2.5 Clasificáronse os produtos en familias, consonte a normativa
CA2.6 Identificáronse os parámetros físicos e comerciais que determinan a colocación dos produtos en diversos niveis, zonas do lineal e posicións
CA2.7 Interpretáronse planogramas de implantación e reposición de produtos no lineal
CA2.8 Realizouse a distribución e a colocación dos produtos no lineal, aplicando técnicas de merchandising

4.2.e) Contidos

Contidos
Estrutura e caracterización da variedade de produtos.
0Zonas e niveis do lineal.
Sistemas de repartición e de reposición do lineal.
Tipos de exposicións do lineal.
Lineal óptimo e lineal mínimo.
Características técnicas, comerciais e psicolóxicas dos produtos.
Tempos de exposición.
Facings: regras de implantación.
Normativa.
Obxectivos, criterios de clasificación e tipos de variedade de produtos.
Métodos de determinación da variedade de produtos.

Contidos
<p>Amplitude da variedade de produtos: largura e profundidade.</p> <p>Elección de referencias.</p> <p>Limiar de supresión de referencias.</p> <p>Disposición da moblaxe.</p> <p>Clasificación de produtos por familias, gamas, categorías, posicionamento, acondicionamento e codificación.</p> <p>Definición e funcións do lineal.</p>

4.3.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
3	As accións promocionais	32

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA3 - Determina accións promocionais para rendibilizar os espazos de establecementos comerciais, aplicando técnicas para incentivar a venda, e para a captación e fidelización de clientela	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 Descríbense os medios promocionais que habitualmente se utilizan nun pequeno establecemento comercial
CA3.2 Enumeráronse as principais técnicas psicolóxicas que se aplican nunha acción promocional
CA3.3 Consideráronse as situacións susceptibles de introducir unha acción promocional
CA3.4 Programáronse, segundo as necesidades comerciais e o orzamento, as accións máis axeitadas
CA3.5 Seleccionouse a acción promocional máis axeitada para os obxectivos comerciais

4.3.e) Contidos

Contidos
<p>Proceso de comunicación comercial: elementos básicos.</p> <p>0Execución das campañas.</p> <p>Efectos psicolóxicos e sociolóxicos das promocións na poboación consumidora.</p> <p>Normativa de seguridade e hixiene na realización de promocións de vendas.</p> <p>Mix de comunicación: tipos e formas.</p> <p>Políticas de comunicación.</p> <p>Promocións de fábrica, de distribución e dirixidas á poboación consumidora.</p> <p>Produtos gancho e produtos estrela.</p> <p>Publicidade no lugar de venda.</p> <p>Promoción de vendas.</p> <p>Relacións públicas.</p> <p>Elaboración de informes sobre política de comunicación utilizando aplicacións informáticas.</p>

4.4.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
4	O control do merchandising	32

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA4 - Aplica métodos de control de accións de merchandising e avalía os resultados obtidos	SI

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

Criterios de avaliación
CA4.1 Estableceuse o procedemento de obtención do valor das razóns de control
CA4.2 Descríbense os instrumentos de medida que se utilizan para valorar a eficacia dunha acción promocional
CA4.2.1 Descríbense os instrumentos de medida que se utilizan para valorar a eficacia dunha acción promocional do produto
CA4.2.2 Descríbense os instrumentos de medida que se utilizan para valorar a eficacia dunha acción promocional do establecemento
CA4.2.3 Descríbense os instrumentos de medida que se utilizan para valorar a eficacia das accións de comunicación
CA4.3 Calculáronse as razóns que se utilizan para o control das accións de merchandising
CA4.4 Avaliouse a eficacia da acción promocional, utilizando as principais razóns que a cuantifican
CA4.5 Realizáronse informes onde se interpreten e se argumenten os resultados obtidos

4.4.e) Contidos

Contidos
Adecuación promocional ao establecemento e á planificación anual, mensual ou semanal.
Criterios de control das accións promocionais.
Razóns e índices económico-financeiros: marxe bruta, taxa de marca, existencias medias, rotación do existencias, rendibilidade bruta, etc.
Análise de resultados.
Razóns de control de eficacia de accións promocionais.
Aplicación de medidas correctoras.

4.5.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
5	A publicidade no lugar de venda	30

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Realiza traballos de decoración, sinalética, rotulación e cartelaría, aplicando técnicas de publicidade e animación no punto de venda	SI

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

Criterios de avaliación
CA1.1 Animouse e decorouse o establecemento segundo a planificación anual, dinamizándoo segundo a política comercial do establecemento
CA1.2 Elaborouse papelaría segundo o libro de estilo corporativo dun establecemento
CA1.3 Asociáronse tipografías cos efectos que producen na poboación consumidora
CA1.4 Elaboráronse formas de cartelaría acordes con cada posicionamento e coa sinalética
CA1.5 Creáronse mensaxes que se lle queiran transmitir á clientela mediante as técnicas de rotulación, combinando materiais que consigan a harmonización entre forma, textura e cor
CA1.6 Utilizáronse programas informáticos de edición ao realizar carteis para o establecemento
CA1.7 Montáronse os elementos decorativos en condicións de seguridade e prevención de riscos laborais

4.5.e) Contidos

Contidos
Publicidade no lugar de venda.
Formas publicitarias específicas da publicidade no lugar de venda.
Cartelaría no punto de venda.

Contidos
Tipos de elementos de publicidade: stoppers, pancartas, displays, carteis, etc.
Normativa de seguridade e prevención de riscos laborais.

4.6.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
6	Organización e deseño do exterior do punto de venda	30

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Realiza os escaparates adecuados ás características esenciais dos establecementos e coida os elementos exteriores, aplicando técnicas profesionais	SI

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

Criterios de avaliación
CA2.1 Analizouse un estudo no que se analice o deseño e a montaxe de escaparates en establecementos comerciais de diferentes tipos
CA2.2 Explicáronse os efectos psicolóxicos que producen na poboación consumidora as técnicas utilizadas en escaparatismo
CA2.3 Argumentáronse as funcións e os obxectivos que pode ter un escaparate
CA2.4 Definíronse os criterios de valoración do impacto que pode producir un escaparate no volume de vendas
CA2.5 Especificáronse os criterios de selección dos materiais que se vaian utilizar e o orzamento dispoñible
CA2.6 Definíronse os criterios de composición e montaxe dos escaparates, atendendo a criterios comerciais
CA2.7 Deseñáronse escaparates aplicando os métodos axeitados e as técnicas precisas, segundo un bosquejo
CA2.8 Montáronse escaparates con obxectivos comerciais diversos

4.6.e) Contidos

Contidos
Elementos exteriores.
0Imaxe.
Asimetría e simetría.
Formas xeométricas.
Eficacia do escaparate: razóns de control.
A cor na definición do escaparate: psicoloxía e fisioloxía da cor.
Iluminación en escaparatismo.
Elementos para a animación do escaparate: módulos, carteis, sinalización, etc.
Aspectos esenciais do escaparate.
Principios de utilización e reutilización de materiais de campañas de escaparates.
Bosquexos de escaparates.
Normativa e trámites administrativos na implantación externa.
0Programas informáticos de deseño e distribución de espazos.
Planificación de actividades.
Materiais e medios.
Normativa de seguridade na montaxe dun escaparate e elementos exteriores.
Escaparate: clases.
Orzamento de implantación de escaparate.
Cronograma.
Criterios económicos e comerciais na implantación.
Incidencias na implantación e medidas correctoras.

Contidos

O escaparate e a comunicación.

Percepción e memoria selectiva.

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

En canto aos mínimos exixibles, estes coinciden cos criterios de avaliación recollidos en cada unha das unidades didácticas. A partir deles, debemos dar una calificación ao alumno, para establecer o grado de consecución dos obxectivos e o seu adecuado avance no módulo. Según o art.15.5º do RD 1538/2006, "A calificación dos módulos profesionais será numérica, entre un e dez, sen decimais. A superación do ciclo formativo requirirá a avaliación positiva en todos os módulos profesionais que o compoñen. Considéranse positivas as puntuacións iguais ou superiores a 5 puntos.

O proceso de calificación do alumnado é o seguinte:

1.- Probas de coñecementos:

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

1.b. Conterán instrucións de realización con indicación de tempos máximos para realízalas e a cualificación máxima por preguntas ou apartados.

1.c. 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. Os cuestionarios tipo test faranse mediante formularios automatizados que se autocorrixen.

1.d. Para os exames escritose/ou orais con preguntas a desenvolver ou supostos prácticos empréganse modelos de solución 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.

1.e. Este tipo de probas serán combinadas, ou sexa, avaliaranse 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.

2.- Tarefas e actividades prácticas: o traballo diario na resolución de casos propostos, cálculos de orzamentos, prácticas no taller e calquer outro exercicio práctico suporán ata un 30% da cualificación final.

Para a avaliación destas tarefas empregaránse como ferramenta de traballos as rúbricas, na que se recollerán os aspectos que se van avaliar ao longo do proceso de aprendizaxe, xunto a descritores ordenados por niveis de execución ou calidade para cada un dos aspectos. Serán puntuadas ata 10, ponderadas polo peso da actividade e da unidade á que pertenza no cómputo total do módulo. Suporán ata un 30% da nota final.

3.- Participación e cooperación: a participación activa no foro ou na posta en común na aula, as respostas aos tests de autoavaliación, así como a participación na coavaliación, serán rexistrados nunha lista de cotexo. Suporá ata un 10% da cualificación final.

Os prazos de entrega das tarefas son improrrogables, sendo fixados cun marxe de tempo suficientemente amplo. Se un alumno falta con causa xustificada o profesor proporá unha tarefa alternativa á que se realizara na aula, pero non implica variacións no prazo das achegas na aula virtual, salvo enfermidades de longa duración ou hospitalización, nas que se estudiará cada caso de xeito individualizado.

As tarefas deberán ser entregadas dentro do prazo establecido. Despois dese momento non se considerarán entregadas e o alumnado terá que realizar as probas de recuperación que lle propoña a docente. Tampouco se valorarán as probas nas que o alumno sexa descuberto empregando métodos fraudulentos (copia nunha proba escrita, medios para conectarse con outras personas nas probas individuais ou plaxio dun traballo,...).

No caso de probas escritas e/ou orais (teóricas ou prácticas), a asistencia do alumno/a sen traer o material necesario ou a impuntualidade inustificada non serán motivo de prórroga e deberá presentarse ás probas de recuperación correspondentes.

O alumno deberá acadar unha cualificación positiva en cada unidade (superior a 5 puntos) e ter superados todos os mínimos exigibles para que lle sexa calculada a nota media. As unidades non superadas deberán ser recuperadas cos procedementos que explicamos no apartado correspondente.

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 4 puntos deberán ser superadas nos períodos correspondentes para as actividades de recuperación que se establezan.
 2. Se a nota da 1ª, 2ª ou 3ª avaliación é inferior a 5 puntos deberán ser recuperadas unicamente as probas de coñecemento ou de produtos e/ou desempeños que, individualmente, obtiveron unha cualificación inferior a 5 puntos.
 3. As actividades de recuperación desenvolveranse no período final de xuño aínda que durante o curso se establecerán, outros períodos de recuperación en datas anteriores.
- Trátase de que o alumnado aprenda dos propios erros e sexa capaz de corríxilos.

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

Os alumnos que superen a porcentaxe de faltas á clase, legalmente establecida, perderán o dereito á avaliación continua. Isto é, cando supere o 10% de faltas de asistencia, que no presente módulo, equivale a 16 horas ou 19 sesións de 50 minutos. En tal sentido, o alumno que perda o dereito á avaliación continua deberá estar pendente dos traballos que obrigatoriamente se requiran, así como a realización dun exame final.

Os instrumentos que se empregarán para avaliar a estes alumnos son:

- Actividades/traballos: o alumno deberá coñecer as actividades realizadas nas aulas no desenvolvemento das unidades didácticas do módulo. Serán concretadas individualmente en cada caso, según o desenvolvemento e situación de cada alumno, nunha sesión de titoría.
- Proba escrita e /ou oral: incluírá diversas preguntas teóricas de toda a materia, no que se incluírán contidos das 8 unidades didácticas, xunto con casos prácticos a resolver, no que se incluírán exercicios de cálculo numérico.

Os alumnos que non teñan as tres avaliacións superadas, deberán recuperar as avaliacións correspondentes e aqueles que teñan perdido o dereito de avaliación continua, deberán realizar a proba final para superar

o módulo.

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

Desenvolverase un procedemento de observación competencial a través de tarefas concretas que permitan recoller información de todas/algúnhas das competencias claves seguintes:

1. Competencia en comunicación linguística. Refírese á habilidade para utilizar a lingua, expresar ideas e interactuar con outras persoas de maneira oral ou escrita. Para desenvolverla 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.
7. Conciencia e expresións culturais. Fai referencia á capacidade para apreciar a importancia da expresión a través da música, as artes plásticas e escénicas ou a literatura.

Realizarase unha reunión de avaliación inicial nos primeiros cursos onde se tomarán decisións de reforzo ou flexibilización.

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:

- Recuperacións 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

9. Aspectos transversais

9.a) Programación da educación en valores

A LOE contempla na súa relación de principios da educación, a transmisión daqueles valores que favorecen a liberdade persoal, a responsabilidade, a cidadanía democrática, a solidariedade, a tolerancia, a igualdade, o respecto e a xustiza, que constitúen a base da vida en común.

Con esta referencia legal, debemos programar unha serie de temas e contidos a traballar de forma transversal a medida que imos abordando as distintas unidades didácticas do módulo. Deste xeito, procuraremos destacar uns determinados valores de forma simultánea a transmisión de coñecementos.

Alguns destes valores que deben ser transmitidos de forma transversal irán en consoancia cos 17 obxectivos da ONU para o 2030 e terán unha especial repercusión na proposta de casos prácticos e nos requisitos dos plans de marketing que elaboren os alumnos.

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 sostenibilidade.
9. Promoción da igualdade de xénero.
10. Reforzo do respecto dos Dereitos Fundamentais. A protección de datos persoais.
11. Deontoloxía profesional.
12. Identidade dixital: netiqueta en foros de discusión, envío de correos electrónicos, chats, uso da videoconferencia, etc...

9.b) Actividades complementarias e extraescolares

As actividades complementarias son aquelas que se realizan co alumnado en horario lectivo e que, formando parte da programación, teñen carácter diferenciado polo momento, espacio ou recursos que utilizan (visitas, traballos de campo, viaxes de estudo, conmemoracións e outras semellantes). As actividades extraescolares son aquelas que organiza o centro e figuran na programación xeral anual, aprobada polo Consello Escolar, pero se realizan fora do horario lectivo e a participación nelas é voluntaria.

Aquelas actividades que se realicen fora da localidade onde se sitúa o centro, deben ser aprobadas polo Consello Escolar, autorizadas polos pais/titores no seu caso e contar cun profesor por cada vinte alumnos, para acompañalos.

Buscaremos que o alumnado coñeza a realidade comercial da cidade e entorno. As visitas que programaremos as empresas estarán entre as seguintes: El Corte Inglés, Nestlé, Faro de Vigo, Mercado de Progreso, C.C. Gran Vía, Zona Teis,... sempre que poidamos contar co orzamento para desenvolverlas.

Tamén consideramos de interese as propostas de charlas, ponencias e/ou mesas redondas de expertos en comercio e marketing de diversos ámbitos ou tamén antigos alumnos do ciclo, que estean traballando no sector. Por outro lado, consideraremos visitas de tipo cultural a museos, entidades, lugares de especial interese,... que lle permita ao alumnado cultivar unha visión estética máis ampla necesaria non so como vagaxe persoal senón tamén orientada á aplicación no ámbito profesional respecto da dinamización no punto de venda.

10.Outros apartados

10.1) ESCENARIO COMBINADO PRESENCIAL E SEMIPRESENCIAL

1. Este módulo conta cunha aula virtual na plataforma Moodle do IES A Guía, na categoría de DINAMIZACIÓN NO PUNTO DE VENDA o alumnado, unha vez que teña un usuario na plataforma, poderá automatricularse mediante unha chave de automatrícula 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. A opción de semipresencialidade queda organizada de xeito rotatorio por semanas, dependendo do número de persoas alumnas por grupo clase e tamaño da aula. Na quenda semipresencial farase seguimento das tarefas e actividades programadas nas UD a través do foro de dúbidas e mediante mensaxería instantánea que se vai organizar para este módulo.
4. Nas primeiras semanas de clase presencial incidirase no uso da aula virtual, nas pautas a seguir nas titorías a distancia, no uso dos sistemas de videoconferencia 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.

5. Se organiza un grupo de contactos do alumnado do módulo que constará de teléfono móbil e correo electrónico como mínimo. Comprobarase que os datos aportados polo alumnado na matrícula a través de XADE están actualizados.

6. A incorporación do alumnado ao grupos de mensaxería, farase mediante envío de ligazóns dos grupos aos contactos da matrícula ou proporcionado polo propio alumnado para que se inclúan eles voluntariamente (teléfono móbil ou correo electrónico da axenda do punto anterior)

10.2) ESCENARIO A DISTANCIA

Se as circunstancias sanitarias obligasen a pasar a un sistema completamente a DISTANCIA, seguiranse as directrices de SEMIPRESENCIAL do apartado anterior, engadindo as seguintes:

1. A metade do horario do módulo, por exceso programarase polo sistema de videoconferencia preferentemente polas plataformas proporcionadas pola consellería de educación.
2. O resto do horario organizarase con tarefas e actividades propostas ao alumnado distintas das configuradas na programación para explicacións teóricas da persoa docente. Estas actividades poderán ser seguidas por outros sistemas diferentes á videoconferencia tendo en conta que a aula virtual conta con foro de dúbidas en cada UD e se vai organizar un grupo de mensaxería instantánea como sistema síncrono de comunicación.