



MATERIA: Venta y Comercialización de productos alimentarios
NIVEL: 2º CFGM

CURSO: 2023/2024

0. CONTEXTUALIZACIÓN DEL MÓDULO Y RELACIÓN CON EL PLAN DE CENTRO

ANÁLISIS DEL ALUMNADO	
Número de alumnos	2 alumnas y un alumno
Estudios Previos	Primer curso de grado medio de aceite de oliva y vinos
Otros aspectos de interés (Alumnado NEAE, repetidores, etc.)	Hay una alumna con discapacidad y ningún repetidor/a en este Módulo.
VINCULACIÓN CON EL PLAN DE CENTRO	
Proyectos y Planes educativos del centro	Este módulo tiene especial relación con el Programa Aldea, que pretende incrementar en el alumnado su conocimiento de los recursos naturales de la zona, así como con el Proyecto Vivir y sentir el Patrimonio, ya que tanto el aceite de oliva como el vino lo son. Transversalmente participaremos en la Escuela Espacio de Paz, el Plan de Igualdad, y el Plan Lingüístico.

1.- PRESENTACIÓN DEL MÓDULO.

Ciclo Formativo:	CFGM ACEITES DE OLIVA Y VINOS
Módulo Profesional:	VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS
Grupo:	GMAV 2º
Horas del Módulo:	N.º horas: 63 ANUALES (3 HORAS SEMANALES)
Ud. Competencia asociadas	No tiene asociadas unidades de competencia
Normativa que regula el título	REAL DECRETO 1798/2008, de 3 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Aceites de Oliva y Vinos, y se fijan sus enseñanzas mínimas. ORDEN de 15 de octubre de 2009, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Aceites de Oliva y Vinos
Profesora	Especialidad: 590 116 PROCESOS EN LA INDUSTRIA ALIMENTARIA Nombre: Fátima Luque Martínez

2. OBJETIVOS GENERALES RELACIONADOS CON EL MÓDULO

- n) Analizar la documentación asociada a los procesos relacionándola con la actividad productiva y comercial para su cumplimentación.
- ñ) Identificar y seleccionar técnicas publicitarias valorando su adecuación a los productos y a las características de la empresa para promocionar y comercializar los productos elaborados.
- t) Identificar las oportunidades que ofrece la realidad socio-económica de su zona analizando las posibilidades de éxito propias y ajenas para mantener un espíritu emprendedor a lo largo de la vida.
- u) Reconocer las oportunidades de negocio identificando y analizando demandas del mercado

MATERIA: Venta y Comercialización de productos alimentarios
NIVEL: 2º CFGM

CURSO: 2023/2024

para crear y gestionar una pequeña empresa.

v) Identificar y valorar las oportunidades de aprendizaje y su relación con el mundo laboral analizando las ofertas y demandas del mercado para mantener el espíritu de actualización e innovación.

3.- COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES

- m) Promocionar y comercializar los productos elaborados aplicando las técnicas de marketing.
- p) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, manteniendo relaciones fluidas con los miembros de su equipo de trabajo y teniendo en cuenta su posición dentro de la jerarquía de la empresa.
- q) Resolver problemas y tomar decisiones individuales siguiendo las normas y procedimientos establecidos en el ámbito de su competencia.
- s) Gestionar su carrera profesional analizando las oportunidades de empleo, autoempleo y de aprendizaje.
- u) Participar de forma activa en la vida económica, social y cultural, con una actitud crítica y responsable.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (RELACIONADAS CON EL MÓDULO) // CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
1. Establece los precios de los productos alimentarios elaborados, analizando costes y beneficios.	<ul style="list-style-type: none"> a) Se han identificado los tipos de costes existentes. b) Se han determinado las variables que intervienen en el coste y en el beneficio. c) Se han interpretado las fórmulas y conceptos de interés, descuento y márgenes comerciales. d) Se han identificado los condicionantes de los precios de venta de los productos alimentarios. e) Se ha realizado el escandallo del producto elaborado. f) Se ha fijado el precio de un producto con un beneficio establecido. g) Se han actualizado los precios a partir de la variación de los costes.
2. Aplica las técnicas de venta relacionándolas con los diferentes canales de comercialización.	<ul style="list-style-type: none"> a) Se han identificado las características de los productos, la imagen de marca y el posicionamiento de la empresa y la competencia. b) Se ha especificado la documentación necesaria de la operación de venta. c) Se han reconocido los sistemas de comunicación presencial y no presencial, aplicando las técnicas que facilitan la empatía con el cliente. d) Se han reconocido las variables que intervienen en la conducta y motivación de compra por parte del cliente. e) Se ha identificado la tipología de cliente y sus necesidades de compra. f) Se han adaptado las técnicas de venta al medio de comunicación empleado (presencial, teléfono, Internet, televisión interactiva, telefonía móvil, correo pos correo electrónico).



MATERIA: Venta y Comercialización de productos alimentarios
NIVEL: 2º CFGM

CURSO: 2023/2024

3. Realiza la operación de venta, justificando las fases y variables que intervienen.	<ul style="list-style-type: none"> a) Se han enumerado las fases de la operación de venta. b) Se han descrito las variables que intervienen en el precio de venta. c) Se ha calculado el interés del aplazamiento de las cuotas de pago y el precio de la operación según las condiciones del proceso pactado. d) Se han calculado los descuentos, el precio de venta total y las ratios comerciales función de las condiciones de pago e impuestos que gravan la operación de venta. e) Se ha identificado y cumplimentado la documentación asociada al cobro y al pago. f) Se ha descrito el proceso de anulación de operaciones de recobro. g) Se ha reconocido el potencial de las nuevas tecnologías como elemento de consumo y apoyo.
4. Atiende al cliente, describiendo las técnicas de comunicación empleadas.	<ul style="list-style-type: none"> a) Se han descrito las variables que influyen en el proceso de atención al cliente. b) Se ha descrito la forma y actitud en la atención y asesoramiento al cliente. c) Se han explicado las técnicas de venta básicas para captar la atención, y despertar interés en función del tipo de cliente. d) Se han seleccionado los argumentos adecuados ante las objeciones planteadas por el cliente. e) Se han analizado las estrategias para identificar la satisfacción del cliente. f) Se han descrito las técnicas que potencian el vínculo con el cliente. g) Se ha valorado el potencial de las nuevas tecnologías en la atención al cliente.
5. Resuelve quejas y reclamaciones, valorando sus implicaciones en la satisfacción del cliente.	<ul style="list-style-type: none"> a) Se han identificado las técnicas para prevenir conflictos. b) Se han descrito las técnicas utilizadas para afrontar quejas y reclamaciones de los clientes. c) Se ha reconocido el proceso que se debe seguir ante una reclamación. d) Se han identificado los elementos formales que contextualizan una reclamación. e) Se ha identificado la documentación asociada a las reclamaciones. f) Se han analizado las consecuencias de una reclamación no resuelta. g) Se ha valorado la importancia del servicio post-venta en los procesos comerciales.

4.- RELACIÓN DE UNIDADES DE TRABAJO CON BLOQUES TEMÁTICOS Y TEMPORALIZACIÓN

	BLOQUE TEMÁTICO	UNIDAD DE TRABAJO	TÍTULO	TEMPORALIZACIÓN
1ª EV.	El alumnado está realizando su Formación en Centros de Trabajo y no acude al centro educativo			
2ª EVALUACIÓN	ESTABLECIMIENTO DE PRECIOS DE LOS PRODUCTOS ALIMENTARIOS	1	Costes y Beneficios. Fijación de precios	12 horas
		2	Técnicas de venta. El cliente y el vendedor	10 horas
		3	Distribución y promoción de productos alimenticios	10 horas
	PRÁCTICAS realizadas simultáneamente con el desarrollo de las unidades.			
3ª EVALUACIÓN	REALIZACIÓN DE LA OPERACIÓN DE VENTA	4	La operación de venta	8 horas
		5	Métodos de pago. Documentación del cobro y el pago.	7 horas
	ATENCIÓN AL CLIENTE	6	La comunicación. Atención y fidelización de clientes.	9 horas
	RESOLUCIÓN DE RECLAMACIONES Y QUEJAS	7	Atención de reclamaciones y quejas	7 horas
	PRÁCTICAS realizadas simultáneamente con el desarrollo de las unidades.			
TOTAL HORAS:				63



MATERIA: Venta y Comercialización de productos alimentarios

NIVEL: 2º CFGM

CURSO: 2023/2024

5.- DESARROLLO DE UNIDADES DE TRABAJO Y CONTENIDOS. Y SU RELACIÓN CON LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE, OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO Y COMPETENCIA PROFESIONAL.

	RA	CE
UT 1. COSTES Y BENEFICIOS. FIJACIÓN DE PRECIOS	1	a, b, c, d, e, f, g
Objetivos generales: n, t, u, v		
Competencias: m, p, q, s, u		20%
<p><u>Contenidos desarrollados</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Costes y beneficios. Conceptos básicos y tipos • Cálculo del coste de las materias primas. Variables. Registro documental • Cálculo comercial del interés, descuento y márgenes • Escandallo y valoración. Ratios • Métodos de fijación de precios. Cálculo de precios • Componentes del precio de venta y sus condicionantes. Influencia del precio de venta de la política agraria • Criterios para la actualización de los precios <p><u>Destrezas a trabajar</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Realización de los cálculos necesarios para obtener el precio final del producto • Realización de ejercicios en los que se calcule el incremento de los precios que sufren los productos a través de los canales de distribución. <p>Las <u>líneas de actuación en el proceso enseñanza-aprendizaje</u> que permiten alcanzar los objetivos de la unidad versarán sobre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estimación de precios de productos y bebidas elaboradas. <p>Cálculo de costes de materias primas, de producción y el margen comercial o beneficio.</p>		



MATERIA: Venta y Comercialización de productos alimentarios

NIVEL: 2º CFGM

CURSO: 2023/2024

	RA	CE
<p>UT 2. TÉCNICAS DE VENTA. EL CLIENTE Y EL VENDEDOR</p> <p>Objetivos generales: n, ñ, t, u, v</p> <p>Competencias: m, p, q, s, u</p>	2	b, c, d, e
	12%	
<p><u>Contenidos desarrollados</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • El cliente. Tipología de clientes • Tratamiento y normas de cortesía • Técnicas de venta. Concepto y componentes • El vendedor. Características, funciones y actitudes. • Organización de la venta. Agenda comercial. Documentación • Fases de la venta presencial y no presencial • Necesidades y gustos del cliente. Motivación, frustración y mecanismos de defensa. • Habilidades de comunicación. • Técnicas que facilitan la empatía con los clientes de productos alimentarios <p><u>Destrezas a trabajar</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Análisis de las diferentes técnicas de venta. Ventajas e inconvenientes de los distintos canales de venta. • Análisis de las necesidades y expectativas del cliente. • Análisis de los principios de la atención al cliente. <p>Las <u>líneas de actuación en el proceso enseñanza-aprendizaje</u> que permiten alcanzar los objetivos de la unidad versarán sobre:</p> <p>Atención y asesoramiento a posibles clientes</p>		



MATERIA: Venta y Comercialización de productos alimentarios

NIVEL: 2º CFGM

CURSO: 2023/2024

	RA	CE
<p>UT 3. DISTRIBUCIÓN Y PROMOCIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS</p> <p>Objetivos generales: n, ñ, t, u, v</p> <p>Competencias: m, p, q, s, u</p> <p><u>Contenidos desarrollados</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Características de los productos. Posicionamiento e imagen de marca • Canales de venta. Métodos de búsqueda • Ventas a través de medios no presenciales (teléfono, internet, teléfono móvil, correo electrónico y otros) <p><u>Destrezas a trabajar</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Análisis de los diferentes canales de venta. Ventajas e inconvenientes de cada uno de ellos. • Reconocimiento de la importancia del posicionamiento e imagen de la marca para generar beneficios <p>Las <u>líneas de actuación en el proceso enseñanza-aprendizaje</u> que permiten alcanzar los objetivos de la unidad versarán sobre:</p> <p>Presentación y disposición de los productos en expositores que motiven su compra, aplicando las condiciones de conservación adecuadas.</p>	2	a, f
		13%
<p>UT 4. LA OPERACIÓN DE VENTA</p> <p>Objetivos generales: n, ñ, t, u, v</p> <p>Competencias: m, p, q, s, u</p> <p><u>Contenidos desarrollados</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Fases de la operación de venta • Precio de venta. Conceptos básicos y variables • Cálculo comercial en las operaciones de venta. Interés simple y compuesto. Descuentos. Aplicaciones. • Impuesto que gravan las operaciones de venta • Ventas a través de medios no presenciales (teléfono, internet, email). <p><u>Destrezas a trabajar</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Análisis de los tipos de intereses asociados a la operación de venta. • Resolución de problemas con cálculos de precio de venta con aplicación de descuentos. • Identificación de los impuestos asociados a las operaciones de venta. <p>Las <u>líneas de actuación en el proceso enseñanza-aprendizaje</u> que permiten alcanzar los objetivos de la unidad versarán sobre:</p> <p>Estimación de precios de productos y bebidas elaboradas.</p>	3	a, b, c, d
		10%



MATERIA: Venta y Comercialización de productos alimentarios
NIVEL: 2º CFGM

CURSO: 2023/2024

	RA	CE
<p>UT 5. MÉTODOS DE PAGO. DOCUMENTACIÓN DEL COBRO Y EL PAGO Objetivos generales: n, ñ, t, u, v Competencias: m, p, q, s, u</p>	3	e, f, g
	10%	
<p><u>Contenidos desarrollados</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Medios de pago. Transferencias, tarjetas de crédito/débito, pago con reembolso, pago en efectivo, otros. Documentación del cobro y el pago. Anulación de las operaciones. Ventas a través de medios no presenciales (teléfono, internet, email). Aplicación de las nuevas tecnologías en las operaciones de venta. Terminal en el punto de venta (TPV) Lenguajes comerciales e intercambio de datos electrónicos (EDI). <p><u>Destrezas a trabajar</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Resolución de ejercicios relacionados con las operaciones de pago como domiciliaciones bancarias, transferencias bancarias, giros postales, tarjetas, etc. Exploración de la importancia de la utilización de la Banca electrónica. Simulación de pagos por internet. Cumplimentación de registros de los cobros y pagos al contado. <p>Las <u>líneas de actuación en el proceso enseñanza-aprendizaje</u> que permiten alcanzar los objetivos de la unidad versarán sobre:</p> <p>Estudio de la documentación relacionada con los medios de pago.</p>		
	RA	CE
<p>UT 6. LA COMUNICACIÓN. ATENCIÓN Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES Objetivos generales: n, ñ, t, u, v Competencias: m, p, q, s, u</p>	4	a, b, c, d, e, f, g
	20%	
<p><u>Contenidos desarrollados</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Proceso de comunicación. Elementos y tipos de comunicación. Variables que intervienen. Caracterización. Comunicación verbal. Emisión y recepción de mensajes orales y escritos. Comunicación no verbal Habilidades de comunicación. Receptividad y asertividad Técnicas de aplicación en la atención al cliente. Naturaleza. Efectos Información suministrada por el cliente. Análisis. Naturaleza de la información. Estrategias de fidelización de clientes Aplicación de las nuevas tecnologías en la atención al cliente 		



MATERIA: Venta y Comercialización de productos alimentarios

NIVEL: 2º CFGM

CURSO: 2023/2024

Destrezas a trabajar

- Análisis de las funciones que tiene la comunicación no verbal.
- Aplicación de la imagen personal en la comunicación.
- Identificación de los elementos de la comunicación en los mensajes emitidos.
- Reconocimiento de las distintas formas de comunicación oral que existen.
- Realización de la comunicación con claridad, precisión, cortesía, respeto y sensibilidad.
- Análisis los errores más comunes que se producen en la comunicación oral.
- Conocimiento de los servicios que pueden ofrecer las empresas para fidelizar a los clientes.

Líneas de actuación en el proceso enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos de la unidad versarán sobre:

- Atención y asesoramiento a posibles clientes

	RA	CE
UT 7. ATENCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES	5	a, b, c, d, e, f, g
Objetivos generales: n, ñ, t, u, v		
Competencias: m, p, q, s, u		15%

Contenidos desarrollados

- Objeciones de los clientes y su tratamiento. Diferencias entre reclamaciones, quejas y sugerencias
- Técnicas para prever conflictos.
- Técnicas para afrontar quejas y reclamaciones
- Procedimiento de recogida de las reclamaciones/quejas presencial no presenciales.
- Elementos formales que contextualizan la reclamación.
- Configuración documental de la reclamación.
- Resolución de quejas y reclamaciones. Repercusiones económicas
- Procedimientos utilizados en el servicio postventa.
- Normativa relacionada con la protección del consumidor y el usuario en España y en la Unión Europea.
- Valoración de la repercusión sobre la imagen de una marca la no resolución de quejas y reclamaciones.

Destrezas a trabajar

- Diferenciación de los tipos de demanda o reclamación.
- Determinación de los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.
- Redacción de escritos de respuesta utilizando para ello medios electrónicos u otros canales de comunicación.
- Análisis de la normativa vigente en materia de consumo.

Las líneas de actuación en el proceso enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos de la unidad versarán sobre:

Resolución de conflictos y reclamaciones



MATERIA: Venta y Comercialización de productos alimentarios

NIVEL: 2º CFGM

CURSO: 2023/2024

6.- ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

6.1.- Aportación al Proyecto Lingüístico del centro (PLC)

Un aspecto importante que como docentes debemos tener en cuenta es promover la lectura de textos vinculados a la asignatura. Pueden ser de diferente índole o naturaleza. También, es importante el desarrollo de actividades que fomenten buenas prácticas comunicativas que contribuyan al desarrollo del pensamiento crítico en nuestro alumnado. Todas estas actividades se encuentran enmarcadas en el Proyecto lingüístico de centro (PLC) y se difundirán a través del periódico del mismo.

6.2.- Estrategias Metodológicas

En nuestra propuesta de Programación Didáctica puede concretarse lo que sigue:

- Intentamos que el alumnado sea sujeto de su propio aprendizaje mediante una metodología activa en la que éste/a va descubriendo cómo los hechos descritos en la situación profesional tienen unas consecuencias que van a ser parte de su futura práctica profesional.
- El aprendizaje teórico se basa en material suministrado de bibliografía a la que se hace referencia más adelante, la propia biblioteca del Centro, trabajos y estudios relacionados y otro material obtenido de páginas web especializadas.
El aprendizaje funcional se concreta en la realización de visitas activas a los distintos Puntos de interés que se citan como actividades complementarias y que tienen como objetivo desarrollar las capacidades propias de la profesión, así como la presencia en muestras y ferias monográficas de especial relevancia.
- Los conceptos se desarrollan no sólo como adquisición de conocimientos aislados, sino que se relacionan en un centro de referencia común: la actividad profesional en distintas empresas del sector que se adoptan como modelo.
- Se realiza trabajo en grupo siempre que se pueda mantener la distancia de seguridad con el objetivo de fomentar el debate y la puesta en común de ideas entre sus miembros, fomentando el contraste de opiniones y el respeto a la pluralidad de ideas.

Para que el alumnado adquiera los procedimientos, estrategias y destrezas que favorezcan un aprendizaje significativo, el desarrollo de las unidades didácticas se puede realizar de la forma siguiente:

- En cada unidad la profesora explicará los nuevos conceptos, desarrollará los ejemplos y realizará actividades asociadas a cada uno de los epígrafes.
- Las actividades más significativas se realizarán en clase, después del desarrollo de cada una de las diferentes partes de la unidad. De esta forma el alumnado dispondrá de la base necesaria para poder realizar en su casa el



MATERIA: Venta y Comercialización de productos alimentarios
NIVEL: 2º CFGM

CURSO: 2023/2024

resto de las actividades, que serán corregidas en clase, o bien, entregadas al profesor para su revisión y control.

- Gran parte de las actividades se pueden realizar en grupo, lo que hará el trabajo más ameno y contribuirá a que alumnado aprenda a colaborar.
- Es conveniente que el alumnado desarrolle la competencia digital, trabajando muchos de los contenidos mediante la búsqueda e investigación mediante internet, realizando actividades online, viendo vídeos para después ser comentados, etc.
- Dada la vinculación que tiene el Centro con la lectura y la CCL, una parte de los trabajos, que forman parte de los instrumentos de evaluación exigirán la lectura y la mejora de la expresión oral y escrita.
- Así mismo se fomentará la lectura de artículos de actualidad del sector oleícola y vitivinícola relacionados con el tema propuesto.

Los **instrumentos de evaluación** serán variados para permitir que la información obtenida sobre la marcha del proceso de enseñanza-aprendizaje sea completa. Los clasificamos en tres grupos:

- **Pruebas objetivas:**

Éstas se evaluarán mediante la observación de las siguientes pautas:

- Contesta correctamente a lo que se le pregunta.
- Se calificará con la plantilla correspondiente

- **Actividades y Trabajos:**

Las actividades deberán recogerse en el cuaderno del alumnado. Éstas se evaluarán mediante la observación de las siguientes pautas:

- Analiza y resuelve correctamente las actividades propuestas.
- Contrasta la información obtenida por diferentes fuentes y la expresa con sus propias palabras.
- Utiliza técnicas y procesos adecuados.
- Redacta con precisión y escribe con corrección ortográfica.
- Presenta documentos e informes con orden y limpieza.
- Es puntual en la entrega de actividades y trabajos.

Los trabajos podrán ser escritos u orales (con sus correspondientes rúbricas especificada más adelante).

- **Pruebas prácticas en taller almazara y laboratorio:**

Para evaluar los conocimientos y la forma de organizarse del alumnado en el puesto de trabajo se utilizarán rúbricas de evaluación.



MATERIA: Venta y Comercialización de productos alimentarios

NIVEL: 2º CFGM

CURSO: 2023/2024

7.- MATERIALES DIDÁCTICOS.

El material necesario para que el alumno pueda seguir el módulo le será facilitado a través de apuntes elaborados por el profesor. Los alumnos tendrán acceso a los mismos a través de Google Classroom, pudiendo realizar las consultas y dudas que crean necesarias a través del correo corporativo del profesor.

No obstante, lejos de intentar establecer un listado cerrado de recursos a utilizar, a lo largo del curso se deberá usar todo aquel material que se presente y sea susceptible de ser utilizado con aprovechamiento. Con carácter básico y teniendo en cuenta el carácter práctico y su finalidad en cuanto a la inserción en el mercado laboral del módulo, y del Ciclo Formativo en general, se utilizarán aquellos materiales que sirvan para conocer la documentación y medios que se encontrarán en el desempeño de su puesto de trabajo.

Podemos nombrar los siguientes medios materiales a utilizar:

- ✓ Calculadora
- ✓ Legislación específica.
- ✓ Material didáctico diverso: pizarra, transparencias, proyector
- ✓ Ordenadores con acceso a internet
- ✓ Google Classroom.

OTROS RECURSOS Y MATERIALES:

- ✓ Libros de texto y bibliografía de ampliación
 - Gestión comercial y servicio de atención al cliente. Editorial Edebé. ISBN 978-84-236-8921-7.
 - Procesos de venta. Ramón Colet y Eduardo Polío. Editorial McGraw Hill.
- ✓ Fotocopias.
- ✓ Manuales de trabajo.
- ✓ Presentaciones PowerPoint.
- ✓ Ejercicios, documentos didácticos y supuestos prácticos.
- ✓ Documentación gráfica.
- ✓ Visita instalaciones.

MATERIALES TIC

Páginas web, videos obtenidos de la red, artículos de revistas digitales, simuladores.

Todo el alumnado debe desarrollar la Competencia digital. Esto supone la capacidad de buscar, obtener y tratar información, así como de utilizarla de manera crítica y sistemática, evaluando su pertinencia y diferenciando entre información real y virtual, pero reconociendo al mismo tiempo los vínculos.

Los alumnos/as deben ser capaces de utilizar herramientas para producir, presentar y comprender información compleja y tener la habilidad necesaria para acceder a servicios basados en internet, buscarlos y utilizarlos, pero también deben saber cómo



MATERIA: Venta y Comercialización de productos alimentarios

NIVEL: 2º CFGM

CURSO: 2023/2024

utilizar las tecnologías de la sociedad de la información en apoyo del pensamiento crítico, la creatividad y la innovación.

En la práctica del aula, todos los alumnos, por grupos, buscarán información sobre un determinado apartado de la unidad de trabajo, redactando, resumiendo y exponiendo las ideas principales utilizando presentaciones gráficas

8.- CRITERIOS DE CALIFICACIÓN, PONDERACIÓN DE RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y RECUPERACIÓN.

8.1. Criterios de calificación.

En cumplimiento de la Orden de 29 de septiembre de 2010, se realizarán al menos dos sesiones de evaluación parcial. Además de éstas, se llevará a cabo una sesión de evaluación inicial y una sesión de evaluación final.

En el apartado 1 del Art. 16 de esta Orden, se indica que “la evaluación conllevará una calificación que reflejará los resultados obtenidos por el alumno o alumna en su proceso de enseñanza-aprendizaje. La calificación de los módulos profesionales de formación en el centro educativo y del módulo profesional de proyecto se expresará en valores numéricos de 1 a 10, sin decimales. Se considerarán positivas las iguales o superiores a 5 y negativas las restantes.

Los **criterios de calificación** serán las ponderaciones que aparecen en la tabla del punto 8.2.

Para poder realizar la calificación, se asociará un instrumento de evaluación a cada uno de los criterios de evaluación correspondientes a los Resultados de Aprendizaje del módulo que se programa. A continuación, aparecen los instrumentos de evaluación que se emplearán a lo largo del curso:

– Pruebas objetivas:

Estas se evaluarán mediante la observación de las siguientes pautas:

- Contesta correctamente a lo que se le pregunta.
- Se calificará con la plantilla (solucionario) correspondiente.
- En la realización de pruebas tipo test, contando positivo las respuestas correctas y restando puntuación las incorrectas en función de la esperanza matemática a partir del número de opciones.

$$\text{Respuestas correctas} = \text{Aciertos} - \text{Fallos}/(N-1)$$

Siendo N el número de opciones de la pregunta.

- Pruebas teóricas mixtas, es decir la puesta en escena de preguntas tipo test y



MATERIA: Venta y Comercialización de productos alimentarios
NIVEL: 2º CFGM

CURSO: 2023/2024

preguntas de respuesta corta, que permitan una valoración sobre el dominio de la terminología y la comprensión y aplicación de los contenidos, siéndole de aplicación lo establecido anteriormente para las de tipo test.

Podrá incluirse algún supuesto práctico de aplicación a la solución de problemas, presentar al alumno situaciones-problemas cuya solución requiera la activación de un concepto antes aprendido.

Cada prueba objetiva se corregirá con su correspondiente solucionario.

- Actividades y Trabajos:

Deberán recogerlas en su cuaderno. Estas se evaluarán mediante la **observación** de las siguientes pautas:

- Analiza y resuelve correctamente las actividades propuestas.
- Contrasta la información obtenida por diferentes fuentes y la expresa con sus propias palabras.
- Utiliza técnicas y procesos adecuados.
- Redacta con precisión y escribe con corrección ortográfica.
- Presenta documentos e informes con orden y limpieza.



MATERIA: Venta y Comercialización de productos alimentarios
NIVEL:2º CFGM

CURSO: 2023/2024

Los trabajos de investigación se evaluarán con la siguiente rúbrica consensuada con el departamento:

TRABAJO INVESTIGACIÓN	EXCELENTE 10-9	MUY BUENO 8	BUENO 7 -6	REGULAR 5-4	MAL 3-2-1	TOTAL
INSTRUCCIONES 10%	Sigue todas y cada una de las instrucciones que se dieron antes de comenzar la actividad.	Sigue todas menos 1 de las instrucciones que se dieron antes de comenzar la actividad.	Sigue casi todas las instrucciones que se dieron antes de comenzar la actividad.	Sigue algunas de las instrucciones que se dieron antes de comenzar la actividad	Apenas sigue o no sigue las instrucciones que se dieron antes de comenzar la actividad	
CONTENIDO 50%	El alumno explica, interpreta y reflexiona sobre el tema, contenido del trabajo, insertando citas bibliográficas, sin recurrir a copiar fuentes directas.	El alumno explica, interpreta de forma general y, a veces, reflexiona sobre el contenido del texto. Recurre a las citas bibliográficas, pero no las menciona.	El alumno explica e interpreta el contenido del trabajo, pero no reflexiona al respecto. No recurre a las fuentes bibliográficas y, a veces, copia directamente.	El alumno no explica bien, ni interpreta el contenido del trabajo. No reflexiona al respecto. El contenido es incompleto. Copia las fuentes directamente o de otro compañero.	El alumno explica de forma muy escasa el tema y contenido del trabajo. No reflexiona.	
EXPRESIÓN 30%	Se expresa correctamente a nivel escrito sin cometer faltas de ortografía. A nivel oral, habla con fluidez, no lee. Gesticula y transmite la información.	A nivel escrito, muestra leves errores de expresión y ortografía. A nivel oral, se expresa bien, aunque a veces recurre a la lectura, perdiendo fluidez.	A nivel escrito, se observan errores de expresión y ortografía. A nivel oral, su expresión es correcta pero lee continuamente y pierde fluidez.	A nivel escrito, comete numerosos errores expresivos y ortográficos. A nivel oral, su exposición es breve, lee, pierde toda la fluidez.	A nivel escrito, no entrega el trabajo. A nivel oral, no expone o lee la exposición de otros compañeros.	
PRESENTACIÓN 10%	Respetar márgenes, se percibe claramente el orden	No cuida los márgenes, pero se percibe el orden	Respetar márgenes, aunque se percibe leve desorden	No cuida los márgenes y se aprecia desorden	No respeta los márgenes y se aprecia un claro desorden	



MATERIA: Venta y Comercialización de productos alimentarios
NIVEL: 2º CFGM

CURSO: 2023/2024

Aquellas actividades de **carácter oral** se evaluarán con la siguiente rúbrica consensuada con el departamento:

EXPOSICIÓN ORAL	MUY BIEN 10-8	BIEN 7-6	REGULAR 5-4	MAL 3-2-1	TOTAL
CONTENIDO 40 %	La información expuesta es muy completa y demuestra completo entendimiento del tema	La información expuesta es completa y demuestra entendimiento del tema	La información expuesta es escasa y demuestra entendimiento de partes del tema	La información expuesta es muy escasa y no parece entender muy bien del tema	
EXPRESIÓN 25%	Se expresa de forma adecuada, usando un vocabulario apropiado y hablando con gran claridad todo el tiempo	Se expresa de forma adecuada, usando un vocabulario apropiado y hablando con claridad la mayoría del tiempo.	En ocasiones cuesta seguir la exposición, pues no se expresa con total claridad.	Cuesta seguir la exposición y titubea en la mayor parte del discurso	
FORMATO 20%	Se ajusta completamente a las normas de formato establecidas	Hay una o dos normas de formato que no cumple	Hay más de dos normas de formato que no cumple	No cumple ninguna norma de formato	
EXPRESIÓN CORPORAL Y CONTACTO VISUAL 5%	La postura y los gestos son muy adecuados. Mira a todos los compañeros con total naturalidad mientras habla.	La postura y los gestos son adecuados. Mira a los compañeros la mayoría del discurso	La postura y los gestos no son adecuados en ciertas ocasiones. Mira a los compañeros en algunos momentos	No mantiene la postura y gestos propios de una exposición oral. Apenas mira a sus compañeros durante el discurso	
TIEMPOS 5%	Se ajusta perfectamente al tiempo establecido para la exposición.		Se excede/no alcanza el tiempo establecido para la exposición.		
BIBLIOGRAFÍA 5%	Incluye 3 o más fuentes bibliográficas fidedignas	Incluye 2 o más fuentes bibliográficas fidedignas	Incluye 1 fuente bibliográfica fidedigna	No incluye Fuentes o incluye fuentes bibliográficas de escasa o nula veracidad	

Estas **rúbricas** contendrán los criterios de evaluación que la actividad contemple evaluar, asociados a su correspondiente RA. Se establecerán distintos ítems (permiten describir el/los criterios utilizados para evaluar el trabajo del alumno/a), que variarán según el tipo de criterio evaluado. Cada uno de los ítems se describirá y puntuará con la siguiente escala: MUY BIEN (10-8 puntos), BIEN (7-6



MATERIA: Venta y Comercialización de productos alimentarios

NIVEL: 2º CFGM

CURSO: 2023/2024

puntos), REGULAR (5-4 puntos), INSUFICIENTE (3-1 punto). La puntuación máxima para cada ítem será de 10 puntos, a ponderar según el porcentaje otorgado a cada ítem.

Cuando la naturaleza de la actividad práctica no se preste a la evaluación mediante rúbricas se empleará otro instrumento de evaluación, concretamente la **lista de cotejo**. En este caso se trata de un instrumento de puntuación dicotómica, donde cada ítem acepta solo dos alternativas (sí/no, logrado/no logrado, presente/ausente).

Para obtener la calificación tanto de las evaluaciones parciales como de la final, procedemos ponderando cada criterio de evaluación (CE) en función de su mayor o menor contribución a alcanzar el resultado de aprendizaje (RA), de forma que para cada parcial el total de ponderaciones sume el máximo a calificar, esto es el 100% y posteriormente calculamos la calificación multiplicando la nota obtenida a través de cada instrumento por la ponderación del criterio de evaluación. El instrumento que recoge todas las calificaciones, son las fichas individuales de los alumnos que componen el cuaderno del profesor.

En cada evaluación el alumno llevará la nota media de los RA trabajados en dicha evaluación sin considerar la ponderación sobre la nota final, esta información podrá darse personalmente al alumno si lo solicita, pero al ser necesario poner una nota orientativa sobre la evolución del alumno, esta será indicadora de la superación o no de los RA trabajados, de modo que si tiene menos de un 5 en el boletín de calificación esto indicará que existe uno o varios de los RA trabajados que no han sido alcanzados, con lo que se requerirá la realización por parte del alumno de aquellas actividades de recuperación que el docente considere adecuados.

La nota final será la suma de las calificaciones obtenidas en cada Resultado de Aprendizaje y ponderadas según el porcentaje que hemos indicado en la tabla adjunta en el punto 8.2. Se considerará aprobado al alumno que obtenga un cinco o más tras realizar los cálculos anteriores.

La **nota final** de módulo se calculará de la siguiente manera:

$$\text{Nota final} = (RA\ 1 * 0.2) + (RA\ 2 * 0.25) + (RA\ 3 * 0.2) + (RA\ 4 * 0.2) + (RA\ 5 * 0.15)$$

8.2.- Ponderación de los Resultados de Aprendizaje y/o de los Criterios de evaluación

Resultado Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Ponderación sobre la nota final	Unidades de trabajo	Evaluación
RA1	a, b, c, d, e, f, g	20%	UT. 1	2ª
RA2	b, c, d, e	12%	UT. 2	2ª



MATERIA: Venta y Comercialización de productos alimentarios

NIVEL: 2º CFGM

CURSO: 2023/2024

RA2	a, f	13%	UT. 3	2ª
RA3	a, b, c, d	10%	UT. 4	3ª
RA3	e, f, g	10%	UT. 5	3ª
RA4	a, b, c, d, e, f, g	20%	UT. 6	3ª
RA5	a, b, c, d, e, f, g	15%	UT. 7	3ª
		100%		

La calificación reflejará los resultados obtenidos por el alumnado en su proceso de enseñanza-aprendizaje. La nota de las pruebas objetivas, de los trabajos, actividades y prácticas comprenderá valores numéricos del 0 al 10. Dichas pruebas las realizarán periódicamente para la evaluación de las unidades didácticas trabajadas en clase.

La calificación de los módulos en las sesiones de evaluación se expresará en valores numéricos de 1 a 10, sin decimales.

La evaluación de los aprendizajes del alumnado será continua (observada diariamente) y se realizará por módulos profesionales.

En los estudios de Formación Profesional reglada es imprescindible la asistencia a clase. Puesto que surgen situaciones a lo largo del curso académico que pueden impedir que el alumno asista a todas las clases, el profesorado llevará un control de las ausencias de cada alumno en sus módulos o materias.

Para justificar las faltas, se procederá a actuar conforme establece el centro:

- Plazo máximo de 5 días lectivos desde su reincorporación al centro
- En el caso del alumnado mayor de edad, no será suficiente el documento general de justificación, sino que deberá de aportar el documento emitido por el Organismo correspondiente (asistencia médica, asistencia al Juzgado...).



MATERIA: Venta y Comercialización de productos alimentarios

NIVEL: 2º CFGM

CURSO: 2023/2024

8.3- Medidas de Recuperación

Las recuperaciones se realizarán trimestralmente.

Como las características de recuperación de cada alumno serán diferentes, estarán determinadas tanto por pruebas objetivas como por la realización de trabajos o actividades pendientes.

Tras la evaluación del tercer trimestre, aquellos alumnos que no hayan superado el módulo, continuarán hasta el final del periodo lectivo, estableciéndose un calendario para la presentación de los ejercicios o actividades pendientes, o la realización de las pruebas objetivas de las partes del módulo no superadas, manteniendo los criterios de evaluación anteriormente expuesto.

En cuanto al procedimiento para subir nota, los alumnos/as que, habiendo superado la materia, deseen modificar su nota media final, podrán hacerlo mediante una prueba objetiva al final del curso, de toda la materia del módulo.

9.- INDICADORES DE LOGRO SOBRE LOS PROCESOS DE ENSEÑANZA Y PRÁCTICA DOCENTE.

Indicadores enseñanza: Se miden mediante los siguientes parámetros, una vez por trimestre, y en función de su resultado, se adoptan las medidas correctivas adecuadas.

.- **Programación impartida:** este indicador mide en porcentaje, el número de temas impartidos en el trimestre, entre el número de temas que se había previsto impartir en el mismo.

.- **Horas impartidas:** este indicador mide en porcentaje, el número de horas impartidas en el trimestre, entre el número de horas que se habían previsto durante el mismo

.- **Asistencia del alumnado:** este indicador también se expresa en porcentaje. Se calcula el número de faltas totales del grupo (justificadas o no), del alumnado que asiste regularmente a clase, y se divide entre el número de horas totales que se han impartido en el trimestre. La cantidad que se obtiene se detrae del 100%

.- **Alumnado aprobado:** también se expresa en porcentaje. Es la división entre el número de alumnos aprobados en el grupo en cada trimestre, entre el número total de alumnos que componen el grupo y asisten regularmente a clase.



MATERIA: Venta y Comercialización de productos alimentarios
NIVEL: 2º CFGM

CURSO: 2023/2024

Se considera positiva la Evaluación de la Enseñanza con los siguientes valores de los indicadores:

- .- Programación impartida.** ≥85%
- .- Horas impartidas.** ≥90%
- .- Asistencia del alumnado.** ≥90%
- .- Alumnado aprobado.** ≥65%

Indicadores de la práctica docente:

Otro aspecto a evaluar es la propia práctica docente. Como ejemplos de estos indicadores están los siguientes:

Como ejemplos de estos indicadores están los siguientes:

- .- Uso de las TIC en el aula.** : este indicador mide el número de veces que se hace uso de las TIC en el aula, tanto por parte del alumnado, como por el profesorado. Es un buen indicador para alcanzar una de las líneas de actuación en el proceso de enseñanza aprendizaje (*la utilización de aplicaciones informáticas y nuevas tecnologías en el aula*).
- .- Actividades motivadoras.** este indicador mide el número de veces que se realizan actividades *distintas* a las habituales de enseñanza- aprendizaje, (tales como dinámicas de grupo, debates, trabajos de investigación, kahoot, etc.), que hacen que el desarrollo del módulo se haga distinto y motivador para el alumnado.

10- MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD:

La atención a la diversidad es un principio fundamental que debe regir toda la enseñanza, con el objetivo de proporcionar a todo el alumnado una educación adecuada a sus características y necesidades.

Es una necesidad vinculada a todas las etapas educativas y a todo el alumnado. Se debe concebir a partir del principio de inclusión, entendiendo que únicamente de ese modo se garantiza el desarrollo de todos, se favorece la equidad y se contribuye a una mayor cohesión social.

Respecto a las medidas de atención a la diversidad en la educación postobligatoria, los centros deben garantizar la accesibilidad de las personas a la enseñanza, implementando las adaptaciones de acceso al currículo, las enseñanzas o las instalaciones que se requieran en cada caso; sin embargo, no se contemplan medidas extraordinarias.

En el aula nos encontramos con un alumnado muy diverso. Esta diversidad, fiel reflejo de nuestra sociedad, está originada por múltiples motivos, como pueden ser diferentes capacidades, diferentes procedencias, distintas motivaciones e intereses, etc.

Nuestra propuesta pretende que la vía principal de atención a la diversidad se



MATERIA: Venta y Comercialización de productos alimentarios

NIVEL: 2º CFGM

CURSO: 2023/2024

encuentre en la programación, siendo sensible a las diferencias, que favorezca la individualización de la enseñanza y pueda permitir al profesor individualizar el proceso de enseñanza-aprendizaje.

La programación ha de ser planteada para dar respuesta a las necesidades educativas de todos los alumnos, manifestadas en los siguientes aspectos:

- a) Capacidad para aprender: Los contenidos se plantean para que, con la intervención del profesor, se pueda graduar la dificultad y se ajuste progresivamente a la capacidad para aprender que diferencia a cada alumno.
- b) Motivación por aprender: Está íntimamente ligada al futuro profesional de los alumnos.
- c) Estilos de aprendizaje: El estudio se puede abordar desde los diferentes estilos de aprendizaje de los alumnos; un estilo que va desde una perspectiva global para posteriormente tener en cuenta lo particular, otros alumnos aprenden paso a paso desde lo particular a lo general.
- d) Interés de los alumnos: En la formación profesional este ámbito está íntimamente ligado a la motivación por aprender; en el caso de la formación profesional es la incorporación al mundo profesional.

La programación será lo suficientemente abierta y flexible para que el profesorado pueda introducir los cambios que estimen necesarios para dar respuesta a las diferentes capacidades para aprender, las diferentes motivaciones por aprender, los diferentes estilos de aprendizaje e interés de los alumnos. De esta forma las adaptaciones que se puedan hacer permiten facilitar la evolución individualizada de cada alumno para que puedan cumplir los objetivos de forma diferente trabajando los mismos contenidos.

El proceso de enseñanza y aprendizaje propuesto, incorporará una gran variedad de tipos de actividades que permitan la diversidad de agrupamientos y la adquisición de aprendizajes a distinto nivel, en función del punto de partida y las posibilidades de los alumnos.

Las actividades tendrán distintos niveles de dificultad y distintos enfoques, para que todos los alumnos puedan realizarlas con éxito y permitan utilizar metodologías diversas, dependiendo de los contenidos que se desarrollen (cuestiones con respuestas conceptuales, cuestiones tipo test, investigaciones, debates, cumplimentar documentos, realizar organigramas, actividades fuera del aula, simulaciones en el aula, consultas y búsquedas en Internet, etc.).

Las actividades programadas en cada unidad didáctica serán planteadas partiendo del análisis de los contenidos que se trabajen, de tal forma que no sean demasiado fáciles y, por consiguiente, poco motivadoras, ni tan difíciles que les resulten desmotivadoras.



MATERIA: Venta y Comercialización de productos alimentarios

NIVEL: 2º CFGM

CURSO: 2023/2024

La dificultad de las actividades está graduada para poder atender a la diversidad de los alumnos y, en muchas ocasiones, dejarán libertad para que el profesor pueda adaptarlas al contexto educativo y social, en que se desenvuelve la actividad docente secuenciándolas de forma distinta, o dando prioridad a uno contenidos sobre otros.

Se realizarán, si fuera necesario, actividades diferentes para diferentes agrupamientos de alumnos, de forma que el profesor pueda atender a todos los alumnos, o que algunos alumnos puedan ser tutorados por sus propios compañeros, "técnica entre iguales."

.- DETECCIÓN.

La detección de necesidades educativas especiales en el alumnado, se hace mediante el análisis del expediente del alumnado junto con el departamento de Orientación, así como del apartado correspondiente en Séneca.

Las diferencias de cada alumno, se van detectando en el día a día, contemplando sus respuestas y comportamientos ante las distintas situaciones que se plantean.

.- ACTUACIONES.

Tal como se ha comentado anteriormente, ante necesidades educativas especiales del alumnado, en FP, no se pueden hacer adaptaciones curriculares significativas, pero sí se le pueden proporcionar al alumnado, diferentes estrategias y métodos, para que adquieran los resultados de aprendizaje previstos.

Para atender la diversidad del alumnado, se contará con actividades de diversas características, acordes a las demandas que se vayan presentando.

1.1. REUNIONES DE EQUIPO DOCENTE: DETECCIÓN Y COMUNICACIÓN DE ALUMNADO CON NECESIDADES ESPECÍFICAS DE APOYO EDUCATIVO:

En las reuniones de equipo docente se comunicarán y determinarán las medidas ordinarias de atención a la diversidad a llevar a cabo con el grupo o con alumnos concretos. Así mismo, cuando se detecte casos nuevos se solicitará la evaluación pedagógica a la orientadora.

1.2. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LAS MEDIDAS.

El seguimiento y evaluación de las medidas de atención a la diversidad será continua, procediendo a la modificación de las mismas cuando se detecten cambios en las necesidades del alumnado.



MATERIA: Venta y Comercialización de productos alimentarios

NIVEL: 2º CFGM

CURSO: 2023/2024

EVALUACIÓN.

La evaluación del alumnado se llevará a cabo, mediante los instrumentos de evaluación que se han comentado anteriormente (pruebas objetivas, trabajos y actividades, prácticas y destrezas seguidas en el aula); con el fin de que se atienda la diversidad del alumnado, y se cuente con diversos registros de cada uno de ellos.

11.- EVALUACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN.

La evaluación es un componente básico en el proceso de enseñanza-aprendizaje; esta evaluación ha de ser coherente con las características del ciclo formativo, con los objetivos planteados y con la metodología utilizada.

La evaluación ha de ser formativa, y ha de servir para fomentar la reflexión y para orientar el proceso educativo, por ello tendrá que ser:

- Continua, para observar el proceso de aprendizaje.
- Integral, para considerar tanto la adquisición de nuevos conceptos, como de procedimientos, actitudes, capacidades de relación y comunicación y de desarrollo autónomo de cada estudiante.
- Individualizada, para que se ajuste a las características del proceso de aprendizaje de cada alumno y no de los alumnos en general. La evaluación individualizada suministra información propia de cada alumno sobre lo que ha hecho, sobre sus progresos y sobre lo que puede hacer de acuerdo con sus posibilidades.
- Orientadora, porque debe ofrecer información permanente sobre la evolución del alumno con respecto al proceso de enseñanza-aprendizaje.

Dicha evaluación se basará en los siguientes principios:

- Evaluación continua de los conocimientos.
- Asistencia sistemática a clase.
- Destreza para ordenar, relacionar y exponer con claridad los contenidos.
- Participación activa del alumno en el aula y fuera de ella.
- Valoración de las actividades a nivel individual y a nivel de grupo.
- Utilización didáctica activa de documentos audiovisuales.
- Argumentación de casos y experiencias reales.

Es necesario realizar una evaluación inicial en la que se trate no solo de detectar, el nivel de conocimientos de partida, sino también conocer las preferencias, las expectativas, las motivaciones, las actitudes y aptitudes, las situaciones personales de los alumnos, etc., para tener una referencia de partida y obrar en consecuencia.

La evaluación del currículo programado tiene como objetivo principal la corrección de las desviaciones que se hubiesen producido en el proceso de enseñanza aprendizaje; desde este punto de vista, cuando se evalúe se han de tener en cuenta



MATERIA: Venta y Comercialización de productos alimentarios
NIVEL: 2º CFGM

CURSO: 2023/2024

los aspectos siguientes:

- La adecuación de los objetivos a las características de cada grupo.
- La idoneidad de los procedimientos utilizados.
- La marcha de las actividades programadas.