



**MATERIA: VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE  
PRODUCTOS ALIMENTARIOS**

**NIVEL: 2º GM**

**CURSO: 2024/25**

**FAMILIA PROFESIONAL:  
INDUSTRIAS ALIMENTARIAS**



**CICLO FORMATIVO:  
CFGM ACEITES DE OLIVA Y VINOS**

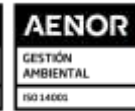
**CURSO: 2024/2025**



<b>MATERIA: VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS</b>	<b>NIVEL: 2º GM</b>	<b>CURSO: 2024/25</b>
--	---------------------	-----------------------

## INDICE

1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL MÓDULO Y RELACIÓN CON EL PLAN DE CENTRO.
2. PRESENTACIÓN DEL MÓDULO.
3. OBJETIVOS GENERALES RELACIONADOS CON EL MÓDULO
4. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES
5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE (RELACIONADAS CON EL MÓDULO) //CRITERIOS DE EVALUACIÓN
6. RELACIÓN DE UNIDADES DE TRABAJO CON BLOQUES TEMÁTICOS Y TEMPORALIZACIÓN
7. *DESARROLLO DE UNIDADES DE TRABAJO, CONTENIDO Y FORMACIÓN EN EMPRESAS Y SU RELACIÓN CON LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE, OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO Y COMPETENCIA PROFESIONAL.*
8. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS.
  - 8.1. *Aportación al Proyecto Lingüístico del centro (PLC)*
  - 8.2. *Estrategias Metodológicas*
9. MATERIALES DIDÁCTICOS.
  - 9.1. OTROS RECURSOS Y MATERIALES:
10. EVALUACIÓN: CRITERIOS DE CALIFICACIÓN, PONDERACIÓN DE RESULTADOS DE APRENDIZAJE, RECUPERACIÓN Y HERRAMIENTAS
  - 10.1. Criterios de calificación
  - 10.2. *Ponderación de los Resultados de Aprendizaje y/o de los Criterios de evaluación*
  - 10.3. *Herramientas*
  - 10.4. Medidas de Recuperación
11. INDICADORES DE LOGRO SOBRE LOS PROCESOS DE ENSEÑANZA Y PRÁCTICA DOCENTE.
12. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.
13. *EVALUACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN.*



<b>MATERIA: VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS</b>	<b>NIVEL: 2º GM</b>	<b>CURSO: 2024/25</b>
--	---------------------	-----------------------

## 1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL MÓDULO Y RELACIÓN CON EL PLAN DE CENTRO.

El IES Emilio Canalejo Olmeda es un centro educativo en el que se imparten las enseñanzas de Educación Secundaria Obligatoria, Bachillerato y ciclos formativos de diferentes grados (Básico, Medio y Superior), contando con cinco familias profesionales.

El centro se encuentra enclavado en la parte Norte de la localidad de Montilla. Una zona con un fuerte componente económico basado en la agricultura, especialmente la vid y el olivo, lo que da justificación a la existencia de algunos de los ciclos formativos que se imparten en él (tanto de manera directa como indirecta) y que atraen no solo a alumnado de la localidad sino de toda la campiña cordobesa y pueblos de alrededor. La presencia de industria y el desarrollo del sector servicios está cada vez más presente igualmente en la localidad.

Es un centro con trayectoria y largo recorrido que ha ido ampliando enseñanzas desde su año de fundación, en 1968, y que, desde el año 2014, cuenta con unas amplias y modernas instalaciones en la Avenida Del Trabajo que permiten desarrollar, si cabe mejor aún, la práctica docente y el desarrollo de la formación integral del alumnado (biblioteca, laboratorios, talleres, tanto para ciclos formativos como para otras enseñanzas de ESO y Bachillerato, aulas específicas para las materias/módulos que así lo requieren, con materiales y recursos apropiados para el desarrollo de la práctica docente, espacios y zonas de recreo, etc. El centro, gracias a la labor constante, dinámica e innovadora del profesorado y del equipo directivo, así como a la colaboración estrecha con la asociación de padres y madres, empresas e instituciones, está en continuo proceso de cambio y mejora, no solo en lo que instalaciones o mejora de infraestructuras se refiere (espacio expositivo, agenda cultural de la biblioteca, carros de ordenadores portátiles para trabajar en el aula, espacios verdes y relacionados con la ecología, ...) sino especialmente a todo aquello que se relaciona con la práctica docente y la formación de nuestro alumnado (planes y programas que se desarrollan en el centro, metodología innovadora, atención a la diversidad, desarrollo y fortalecimiento del contacto con las empresas e instituciones, públicas o privadas, de la zona, orientación vocacional y profesional del alumnado para afrontar estudios superiores o salidas profesionales, ...).

La variedad de enseñanzas, no obstante, conlleva que el perfil del alumnado y profesorado que integra el centro sea muy diverso. En el centro hay matriculados aproximadamente cada año en torno a 900 estudiantes, de edades, expectativas e intereses distintos, en las distintas enseñanzas que más arriba se indicaba: Educación Secundaria Obligatoria -12 grupos-, Bachilleratos -con las modalidades de Ciencias y Tecnología, Humanidades y Ciencias Sociales y Artes Plásticas, Imagen y Sonido, con 6 grupos-, y 26 grupos en total de Formación Profesional – 4 de Grado Básico, 12 de Grado Medio y 10 de Grado Superior. Las familias profesionales con que cuenta el centro son: Transporte y Mantenimiento de Vehículos, Electricidad y Electrónica, Industrias Alimentarias, Administración y Gestión y Actividades Físicas y Deportivas.

El claustro de profesorado oscila entre los 90 y 100 profesores, teniendo en cuenta aquellos que presentan jornada completa y quienes no. Sus especialidades son muy diversas para poder atender así



<b>MATERIA: VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS</b>	<b>NIVEL: 2º GM</b>	<b>CURSO: 2024/25</b>
--	---------------------	-----------------------

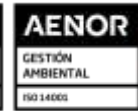
a las diferentes enseñanzas y la formación del alumnado. Si algo caracteriza al claustro de profesorado del centro es su constante deseo de mejora en la práctica educativa y en la formación del alumnado. De ahí que en el centro se lleven a cabo distintos Planes y Programas, tal y como está recogido en el Plan de Centro, que vienen a contribuir y desarrollar la formación de nuestro alumnado e inciden en su formación integral desde las diferentes áreas/materias/módulos. Entre ellos, destaca el Programa de trabajo CIMA que se está trabajando desde el año pasado, con diferentes líneas de actuación como son: Promoción de hábitos de vida saludable; Educación ambiental para la sostenibilidad: STEAM; Arte, cultura y creatividad; Innovación social y educación para el desarrollo y Educomunicación. En el centro todas las líneas de trabajo se relacionan para conseguir una serie de proyectos interdisciplinares que redunden en el desarrollo competencial del alumnado. Cada materia participa de una manera u otra desde su perspectiva y mostrando interés por todas las actividades que se proponen.

Además de este Programa, se desarrollan otros como Transformación Digital Educativa, Bibliotecas escolares, Escuela, espacio de Paz, Plan de igualdad de género, Erasmus Plus, Bienestar emocional, diferentes proyectos de Investiga y descubre, , ...

La biblioteca de centro es también un elemento vertebrador que aglutina todas las tendencias del CIMA y otros planes y proyectos como espacio de referencia, siendo un foco de difusión cultural y desarrollo de actividades educativas que afectan no solo al alumnado del centro de las diferentes enseñanzas sino a toda la comunidad educativa y, si cabe, a la localidad, puesto que se han desarrollado actividades intercentros y de colaboración con otras entidades, así como la consecución y reconocimiento de la labor llevada a cabo con premios en distintos concursos en los que se ha participado.

El alumnado del centro es un alumnado heterogéneo, como ya se ha dicho antes, con edades e intereses distintos y de nivel socioeconómico y cultural medio. En enseñanzas postobligatorias como Formación Profesional contamos con que gran parte del alumnado procede de los pueblos de alrededor, lo cual da posibilidad al centro y a las diferentes familias profesionales, con establecer redes de colaboración con empresas e instituciones de otras localidades. En otras enseñanzas, como Bachillerato, y en concreto en la modalidad de Artes plásticas, Imagen y Sonido, son también de diferentes localidades vecinas los alumnos que en él están matriculados.

La diversidad de intereses del alumnado, así como la heterogeneidad en cuanto a sus capacidades y destrezas es una realidad, por tanto, en nuestro centro. Desde el departamento de Orientación, tal y como está recogido en el Plan de centro, se dan pautas y se llevan a cabo actuaciones con los equipos educativos de los diferentes cursos y etapas para que el proceso de enseñanza y aprendizaje sea lo más adecuado y personalizado posible teniendo en cuenta las peculiaridades de cada alumno y sus necesidades, llevando a cabo programas de refuerzo, adaptaciones curriculares o programas específicos, entre otros, cuando procede. A ello contribuyen los diferentes miembros que forman dicho departamento como las profesoras de Pedagogía Terapéutica o Audición y Lenguaje y todo el equipo educativo del alumnado, encabezado por su tutor/a. Además, hay que tener en cuenta otras figuras que se han incorporado al centro en los últimos años como el Enfermero escolar o la Educadora social, que



<b>MATERIA: VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS</b>	<b>NIVEL: 2º GM</b>	<b>CURSO: 2024/25</b>
--	---------------------	-----------------------

vienen a incidir en otros aspectos del ámbito personal y emocional del alumnado, muy importantes e íntimamente vinculados igualmente con su mejor rendimiento académico.

<b>ANÁLISIS DEL ALUMNADO</b>	
<b>Número de alumnos</b>	<b>8</b>
<b>Estudios Previos</b>	<b>E.S.O, CFGB</b>
<b>Otros aspectos de interés (Alumnado NEAE, repetidores, etc.)</b>	<b>2 alumnos con TDHA</b>
<b>VINCULACIÓN CON EL PLAN DE CENTRO</b>	
<b>Proyectos y Planes educativos del centro</b>	<b>Proyecto Lingüístico del Centro Plan de Igualdad de Género</b>

## 2. PRESENTACIÓN DEL MÓDULO.

<b>Ciclo Formativo:</b>	CFGM ACEITES DE OLIVA Y VINOS
<b>Módulo Profesional:</b>	<b>VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS</b>
<b>Grupo:</b>	<b>2º</b>
<b>Horas del Módulo:</b>	<b>Nº horas: 63 ANUALES ( 3 HORAS SEMANALES ; 21 SEMANAS)</b>
<b>Ud. Competencia asociadas</b>	<b>No está asociado a unidades de competencia</b>
<b>Normativa que regula el título</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo</b>, de ordenación e integración de la Formación Profesional.</li> <li>● <b>Orden de 29 de septiembre de 2010</b>, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.</li> <li>● <b>Real Decreto 1798/2008</b>, 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.</li> <li>● <b>ORDEN de 15 de octubre de 2009</b>, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Aceites de Oliva y Vinos.</li> <li>● <b>Real Decreto 1147/2011, del 29 de julio</b>, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo.</li> </ul>



<b>MATERIA: VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS</b>	<b>NIVEL: 2º GM</b>	<b>CURSO: 2024/25</b>
--	---------------------	-----------------------

<b>Profesor</b>	<b>Especialidad: 590-116 Procesos en la industria alimentaria</b> <b>Nombre: Ana Marchán Luna</b>
-----------------	--

### 3. OBJETIVOS GENERALES RELACIONADOS CON EL MÓDULO

*La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:*

- 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 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.*

### 4. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES

*La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:*

- 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.*



<b>MATERIA: VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS</b>	<b>NIVEL: 2º GM</b>	<b>CURSO: 2024/25</b>
--	---------------------	-----------------------

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (RELACIONADAS CON EL MÓDULO)	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p><b>1.Establece los precios de los productos aliment elaborados, analizando costes y beneficios.</b></p> <p><b>20%</b></p>	<p>a) Se han identificado los tipos de costes existentes.</p> <p>b) Se han determinado las variables que intervienen el coste y en el beneficio.</p> <p>c) Se han interpretado las fórmulas y conceptos de interés, descuento y márgenes comerciales.</p> <p>d) Se han identificado los condicionantes de los precios de venta de los productos alimentarios.</p> <p>e) Se ha realizado el escandallo del producto elaborado.</p> <p>f) Se ha fijado el precio de un producto con un beneficio establecido.</p> <p>g) Se han actualizado los precios a partir de la variación de los costes.</p>
<p><b>2. Aplica las técnicas de venta relacionándolas con diferentes canales de comercialización.</b></p> <p><b>20%</b></p>	<p>a) Se han identificado las características de los productos, la imagen de marca y el posicionamiento de la empresa y de la competencia.</p> <p>b) Se ha especificado la documentación necesaria de la operación de venta.</p> <p>c) Se han reconocido los sistemas de comunicación presencial y no presencial, aplicando las técnicas que facilitan la empatía con el cliente.</p> <p>d) Se han reconocido las variables que intervienen en la conducta y motivación de la compra por parte del cliente.</p> <p>e) Se ha identificado la tipología de cliente y sus necesidades de compra.</p> <p>f) Se han adaptado las técnicas de venta al medio de comunicación empleado (presencial, teléfono, Internet, televisión interactiva, telefonía móvil, correo postal, correo electrónico).</p>
<p><b>3.Realiza la operación de venta, justificando las fases y variables que intervienen.</b></p> <p><b>20%</b></p>	<p>a) Se han enumerado las fases de la operación de venta.</p> <p>b) Se han descrito las variables que intervienen en el precio de venta.</p> <p>c) Se ha calculado el interés de aplazamiento, las cuotas de pago y el precio de la operación según</p>



<b>MATERIA: VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS</b>	<b>NIVEL: 2º GM</b>	<b>CURSO: 2024/25</b>
--	---------------------	-----------------------

	<p>las condiciones del proceso pactado.</p> <p>d) Se han calculado los descuentos, el precio de venta total y las ratios comerciales en función de las condiciones de pago e impuestos que gravan la operación de venta.</p> <p>e) Se ha identificado y cumplimentado la documentación asociada al cobro y al pago.</p> <p>f) Se ha descrito el proceso de anulación de operaciones de cobro.</p> <p>g) Se ha reconocido el potencial de las nuevas tecnologías como elemento de consulta y apoyo.</p>
<p><b>4. Atiende al cliente, describiendo las técnicas de comunicación empleadas.</b></p> <p>20%</p>	<p>a) Se han descrito las variables que influyen en el proceso de atención al cliente.</p> <p>b) Se ha descrito la forma y actitud en la atención y asesoramiento al cliente.</p> <p>c) Se han explicado las técnicas de venta básicas para captar la atención, y despertar el interés en función del tipo de cliente.</p> <p>d) Se han seleccionado los argumentos adecuados ante las objeciones planteadas por el cliente.</p> <p>e) Se han analizado las estrategias para identificar la satisfacción del cliente.</p> <p>f) Se han descrito las técnicas que potencian el vínculo con el cliente.</p> <p>g) Se ha valorado el potencial de las nuevas tecnologías en la atención al cliente.</p>
<p><b>5. Resuelve quejas y reclamaciones, valorando implicaciones en la satisfacción del cliente.</b></p> <p>20%</p>	<p>a) Se han identificado las técnicas para prevenir conflictos.</p> <p>b) Se han descrito las técnicas utilizadas para afrontar quejas y reclamaciones de los clientes.</p> <p>c) Se ha reconocido el proceso que se debe seguir ante una reclamación.</p> <p>d) Se han identificado los elementos formales que contextualizan una reclamación.</p> <p>e) Se ha identificado la documentación asociada a las reclamaciones.</p> <p>f) Se han analizado las consecuencias de una reclamación no resuelta.</p> <p>g) Se ha valorado la importancia del servicio post-venta en los procesos comerciales.</p>

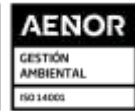




<b>MATERIA: VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS</b>	<b>NIVEL: 2º GM</b>	<b>CURSO: 2024/25</b>
--	---------------------	-----------------------

## 6. RELACIÓN DE UNIDADES DE TRABAJO CON BLOQUES TEMÁTICOS Y TEMPORALIZACIÓN

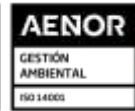
	BLOQUE TEMÁTICO	UNIDAD DE TRABAJO	TÍTULO	TEMPORALIZACIÓN
<b>2ª EVALUACIÓN</b>	Establecimiento de precios de los productos alimentarios	1	Costes y Beneficios. Fijación de precios	6
	Aplicación de las técnicas de venta	2	Técnicas de venta. El cliente y el vendedor	6
		3	Distribución y promoción de productos alimenticios	6
	<b>Nº DE HORAS DE PRÁCTICAS EN EL INSTITUTO</b>			6
	<b>Nº DE HORAS DE FORMACIÓN DUAL EN EMPRESA</b>			11
<b>3ª EVALUACIÓN</b>	Realización de la operación de venta	4	La operación de venta. Métodos de pago. Documentación del cobro y el pago	10
	Atención al cliente	5	La comunicación. Atención y fidelización de clientes	9
		6	Atención de reclamaciones y quejas	5
	<b>Nº DE HORAS DE PRÁCTICAS EN EL INSTITUTO</b>			4
<b>Nº DE HORAS DE FORMACIÓN DUAL EN EMPRESA</b>			0	
<b>TOTAL HORAS:</b>			<b>63 HORAS</b>	



<b>MATERIA: VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS</b>	<b>NIVEL: 2º GM</b>	<b>CURSO: 2024/25</b>
--	---------------------	-----------------------

**7. DESARROLLO DE UNIDADES DE TRABAJO, CONTENIDO Y FORMACIÓN EN EMPRESAS Y SU RELACIÓN CON LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE, OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO Y COMPETENCIA PROFESIONAL.**

	RA	CE
<b>1.- Costes y beneficios. Fijación de precios</b> (Objetivo: n,t,u,v; Competencia: m,p,q,s,u )	1 20%	a, b, c, d, e, f, g
<p><u>Contenidos desarrollados</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Costes y beneficios. Conceptos básicos y tipos</li> <li>• Cálculo del coste de las materias primas. Variables. Registro documental</li> <li>• Cálculo comercial del interés, descuento y márgenes • Escandallo y valoración. Ratios</li> <li>• Métodos de fijación de precios. Cálculo de precios</li> <li>• Componentes del precio de venta y sus condicionantes. Influencia el precio de venta de la política agraria</li> <li>• Criterios para la actualización de los precios</li> </ul> <p><u>Destrezas a trabajar</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realización de los cálculos necesarios para obtener el precio final del producto</li> <li>• Realización de ejercicios en los que se calcule el incremento de los precios que sufren los productos a través de los canales de distribución.</li> </ul> <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"> <li>- Estimación de precios de productos y bebidas elaboradas.</li> <li>- Cálculo de costes de materias primas, de producción y el margen comercial o beneficio.</li> </ul>		



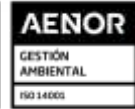
<b>MATERIA: VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS</b>	<b>NIVEL: 2º GM</b>	<b>CURSO: 2024/25</b>
--	---------------------	-----------------------

	RA	CE
<b>2.- Técnicas de venta. El cliente y el vendedor.</b> (Objetivo: n,ñ,t,u,v; Competencia: m,p,q,s,u )	2 13.34 %	b, c, d, e,
<p><u>Contenidos desarrollados</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El cliente. Tipología de clientes</li> <li>• Tratamiento y normas de cortesía</li> <li>• Técnicas de venta. Concepto y componentes</li> <li>• El vendedor. Características, funciones y actitudes. • Organización de la venta. Agenda comercial. Documentación</li> <li>• Fases de la venta presencial y no presencial</li> <li>• Necesidades y gustos del cliente. Motivación, frustración y mecanismos de defensa.</li> <li>• Habilidades de comunicación.</li> <li>• Técnicas que facilitan la empatía con los clientes de productos alimentarios</li> </ul> <p><u>Destrezas a trabajar</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de las diferentes técnicas de venta. Ventajas e inconvenientes de los distintos canales de venta.</li> <li>• Análisis de las necesidades y expectativas del cliente. • Análisis de los principios de la atención al cliente.</li> </ul> <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"> <li>• Atención y asesoramiento a posibles clientes</li> </ul>		



<b>MATERIA: VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS</b>	<b>NIVEL: 2º GM</b>	<b>CURSO: 2024/25</b>
--	---------------------	-----------------------

	RA	CE
<b>3.- Distribución y promoción de productos alimenticios</b> (Objetivo: n,ñ,t,u,v; Competencia: m,p,q,s,u )	2 6.66 %	a, f
<p><u>Contenidos desarrollados</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Características de los productos. Posicionamiento e imagen de marca</li> <li>• Canales de venta. Métodos de búsqueda               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ventas a través de medios no presenciales (teléfono, internet, teléfono móvil, correo electrónico y otros)</li> </ul> </li> </ul> <p><u>Destrezas a trabajar</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de los diferentes canales de venta. Ventajas e inconvenientes de cada uno de ellos.</li> <li>• Reconocimiento de la importancia del posicionamiento e imagen de la marca para generar beneficios</li> </ul> <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"> <li>• Presentación y disposición de los productos en expositores que <u>motiven</u> su compra, aplicando las condiciones de conservación adecuadas.</li> </ul>		



<b>MATERIA: VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS</b>	<b>NIVEL: 2º GM</b>	<b>CURSO: 2024/25</b>
--	---------------------	-----------------------

	RA	CE
<b>4.- La operación de venta. Métodos de pago. Documentación del cobro y el pago</b> (Objetivo: n,ñ,t,u,v; Competencia: m,p,q,s,u )	3 20 %	a, b, c, d,e,f,g
<p><u>Contenidos desarrollados</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fases de la operación de venta</li> <li>• Precio de venta. Conceptos básicos y variables</li> <li>• Cálculo comercial en las operaciones de venta. Interés simple y compuesto. Descuentos. Aplicaciones.</li> <li>• Impuesto que gravan las operaciones de venta</li> <li>• Ventas a través de medios no presenciales (teléfono, internet, email.</li> </ul> <p>Medios de pago. Transferencias, tarjetas de crédito/débito, pago contrareembolso, pago en efectivo, otros.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Documentación del cobro y el pago. Anulación de las operaciones. • Ventas a través de medios no presenciales (teléfono, internet, email.</li> <li>• Aplicación de las nuevas tecnologías en las operaciones de venta. • Terminal en el punto de venta (TPV)</li> <li>• Lenguajes comerciales e intercambio de datos electrónicos (EDI).</li> </ul> <p><u>Destrezas a trabajar</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Resolución de problemas con cálculos de precio de venta con aplicación de descuentos.</li> </ul> <p>Resolución de ejercicios relacionados con las operaciones de pago como domiciliaciones bancarias, transferencias bancarias, giros postales, tarjetas, etc.</p> <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"> <li>• Estimación de precios de productos y bebidas elaboradas.</li> </ul>		



<b>MATERIA: VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS</b>	<b>NIVEL: 2º GM</b>	<b>CURSO: 2024/25</b>
--	---------------------	-----------------------

	RA	CE
<b>5.- La comunicación. Atención y fidelización de clientes</b> (Objetivo: n,ñ,t,u,v; Competencia: m,p,q,s,u )	4	a, b, c, d, e, f, g
<p>20%</p> <p><u>Contenidos desarrollados</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proceso de comunicación. Elementos y tipos de comunicación. - Variables que intervienen. Caracterización.</li> <li>• Comunicación verbal. Emisión y recepción de mensajes orales y escritos.</li> <li>• Comunicación no verbal</li> <li>• Habilidades de comunicación.</li> <li>• Receptividad y asertividad</li> <li>• Técnicas de aplicación en la atención al cliente. Naturaleza. Efectos</li> <li>• Información suministrada por el cliente. Análisis. Naturaleza de la información.</li> <li>• Estrategias de fidelización de clientes</li> <li>• Aplicación de las nuevas tecnologías en la atención al cliente <u>Destrezas a trabajar</u></li> <li>• 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.</li> <li>• Reconocimiento de las distintas formas de comunicación oral que existen.</li> <li>• Realización de la comunicación con claridad, precisión, cortesía, respeto y sensibilidad.</li> <li>• Análisis los errores más comunes que se producen en la comunicación oral.</li> <li>• Conocimiento de los servicios que pueden ofrecer las empresas para fidelizar a los clientes</li> </ul> <p><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"> <li>• Atención y asesoramiento a posibles clientes</li> </ul>		



<b>MATERIA: VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS</b>	<b>NIVEL: 2º GM</b>	<b>CURSO: 2024/25</b>
--	---------------------	-----------------------

	RA	CE
<b>6.- Atención de reclamaciones y quejas.</b> (Objetivo: n,ñ,t,u,v; Competencia: m,p,q,s,u)	5	a, b, c,
	20% ▾	d, e, f, g
<u>Contenidos desarrollados</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Objeciones de los clientes y su tratamiento. Diferencias entre reclamaciones, quejas y sugerencias</li> <li>• Técnicas para prever conflictos.</li> <li>• Técnicas para afrontar quejas y reclamaciones</li> <li>• Procedimiento de recogida de las reclamaciones/quejas presencial no presenciales.</li> <li>• Elementos formales que contextualizan la reclamación. • Configuración documental de la reclamación.</li> <li>• Resolución de quejas y reclamaciones. Repercusiones económicas• Procedimientos utilizados en el servicio postventa.</li> <li>• Normativa relacionada con la protección del consumidor y el usuario en España y en la Unión Europea.</li> <li>• Valoración de la repercusión sobre la imagen de una marca la no resolución de quejas y reclamaciones.</li> </ul> <u>Destrezas a trabajar</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diferenciación de los tipos de demanda o reclamación.</li> <li>• Determinación de los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.</li> <li>• Redacción de escritos de respuesta utilizando para ello medios electrónicos u otros canales de comunicación.</li> <li>• Análisis de la normativa vigente en materia de consumo.</li> </ul> Las <u>líneas de actuación en el proceso enseñanza-aprendizaje</u> que permiten alcanzar los objetivos de la unidad versarán sobre: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Resolución de conflictos y reclamaciones</li> </ul>		



<b>MATERIA: VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS</b>	<b>NIVEL: 2º GM</b>	<b>CURSO: 2024/25</b>
--	---------------------	-----------------------

## RELACIÓN DE RA Y CE CON FORMACIÓN EN EL CENTRO Y EN EMPRESA

Formación Inicial en el Centro Educativo (L-M-X-J-V)	Centro Educativo en alternancia	Empresa en alternancia
20 enero-24 enero	27 enero-11 abril MIÉRCOLES JUEVES VIERNES	27 enero-11 abril LUNES Y MARTES
RA 1 (a,b)	RA 1 (c,e,f,g) RA 2 (c,d,f)	RA 1 (d) RA2 (a,b,e) RA3 (d,e,g) RA 4 (a,g) RA 5(c,e)

## ACTIVIDAD DEL MÓDULO A REALIZAR EN LA EMPRESA

Actividad 25. Venta de productos elaborados (aceite, vino, vinagre, licores...): análisis de precios, gestión de documentación de venta y atención al cliente				
Código	Concreción de actividad	MP relacionados	RA	CE
25.1	Etiquetar productos y analizar su precio y los motivos que llevan a fijar el mismo para obtener un beneficio determinado	VCPA	1/2	1.d,/ 2.a
25.2	Atender al cliente en el punto de venta manejando los medios electrónicos disponibles para efectuar la venta	VCPA	2/4	2.b, 2.e/, 4.a, 4.g
25.3	Participar en la elaboración de facturas	VCPA	2/3	2.b,/ 3.d, 3.e
25.4	Consultar las aplicaciones informáticas o softwares utilizados para la elaboración de facturas y el registro de ventas	VCPA	3	3.g
25.5	Conocer el procedimiento para atender una posible reclamación que haga el cliente en el punto de venta	VCPA	5	5.c, 5.e

## 8. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS.

### 8.1 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.*

### 8.2 Estrategias Metodológicas





<b>MATERIA: VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS</b>	<b>NIVEL: 2º GM</b>	<b>CURSO: 2024/25</b>
--	---------------------	-----------------------

El objetivo principal de la metodología es facilitar y favorecer los procesos de aprendizaje de los alumnos, la cual debe basarse en los siguientes principios metodológicos:

- **Aprendizaje significativo** adaptando al conocimiento previo y la motivación del grupo.
- **Enseñanza activa y constructivista** mediante trabajo individual y en grupo.
- **Aprender de forma cooperativa** fomentando la participación de todo el grupo, utilizando técnicas de aprendizaje cooperativo en entornos virtuales y presenciales
- **Desarrollo de habilidades TIC.** Se potenciará el desarrollo de habilidades TIC desarrollando la actividad docente con la máxima implicación de los recursos web disponibles, manejo de office, programas informáticos....
- **Enfoque competencial** aplicando el aprendizaje a situaciones concretas de la actividad laboral.
- **Individualización.** Se potencia la respuesta de la responsabilidad individual ante el trabajo mediante la asignación de tareas, funciones y tiempos, de acuerdo con las características de cada alumno para fomentar la autonomía personal y la iniciativa.
- **Socialización.** Se trata de fomentar la valoración del trabajo en equipo a través de actividades en grupo donde se realicen un reparto de funciones y responsabilidades.
- **Creatividad.** Se pretende potenciar los recursos personales de ingenio, indagación e invención de soluciones a los problemas propuestos.
- **Metodologías innovadoras y activas** que contextualizan el aprendizaje, que son inclusivas y atienden a la diversidad de alumnado. En el marco de la programación destaco las siguientes: Aprendizaje basado en proyectos y tareas, aprendizaje cooperativo y tutoría entre iguales, gamificación, Aula invertida, utilización de recursos, herramientas y artefactos digitales. (classroom, correo electrónico...), aprendizaje basado en problemas (rutinas de pensamiento).

Todos estos principios, considerados en su conjunto, implican la utilización de una metodología flexible que pueda adaptarse a los distintos alumnos, así como a los recursos y medios disponibles. Las metodologías utilizadas para activar los procesos cognitivos serán

- Método deductivo-expositivo, para las explicaciones de contenidos
- Método analógico, o demostrativo, para realizar ejemplificaciones
- Método investigativo guiado, para realizar pequeñas investigaciones

Esta metodología pone el énfasis en la resolución de problemas, en el descubrimiento de los nuevos aprendizajes, en el establecimiento de nuevas relaciones e interconexiones entre los contenidos, etc. tareas que promuevan procesos de construcción de conocimiento realmente significativos y motivadores para el alumnado.



<b>MATERIA: VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS</b>	<b>NIVEL: 2º GM</b>	<b>CURSO: 2024/25</b>
--	---------------------	-----------------------

Además, y teniendo en cuenta que pretendemos desarrollar Competencias:

- Se potenciará una metodología investigadora, en el que el alumno/a, sea el descubridor de su propio aprendizaje (búsqueda de información, análisis y aplicación de lo aprendido).
- Contextualización de los aprendizajes, puesto que no hay competencias sin un contexto o situación real en la que se pueda aplicar. Para ello se presentarán las tareas en situaciones lo más similares al ámbito laboral, a través de la realización de supuestos práctico.
- Se favorecerá el trabajo en grupo realizando actividades en las que todos se sientan implicados, así como exposiciones de los estudios realizados para comunicar la información obtenida, y fomentando el uso de las nuevas tecnologías.
- Clases teóricas. Sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos. El profesor/a hará una exposición de la Unidad. desarrollando todos los contenidos de carácter teórico en el aula de teoría, acompañándose de los recursos didácticos y medios audiovisuales disponibles: presentaciones, fotografías, videos, etc. Las unidades explicadas quedarán subidas a classroom para que el alumnado las tenga disponibles y pueda de esta forma consultarlos y estudiarlo.
- El profesor/a utilizará la estrategia adecuada para hacer que los periodos de exposición teórica sean participativos, por lo que creará debates sobre lo que se esté exponiendo.
- Los alumnos deberán estudiar la unidad de los apuntes y material complementario que le proporcione la profesora. Este estudio deberán realizarlo los alumnos en tiempo fuera del horario escolar.
- Para explicar las catas, se utilizará el método demostrativo.
- El profesor/a cuidará de que los alumnos utilicen las herramientas y material adecuado para el desarrollo de cada práctica, haciendo hincapié en que el trabajo se realice en las mejores condiciones de seguridad e higiene posibles.
- El profesor/a estará atento a todos los requerimientos de los alumnos para ayudar a resolver las dudas técnicas y los problemas de convivencia, que puedan ir surgiendo. Observará y tomará nota para hacer un seguimiento del alumnado en el cuaderno del profesor.
- El profesor/a ayudará a clarificar las dudas que se produzcan y se asegurará que el alumno "sabe lo que hace" y "por qué lo hace".
- El profesor/a utilizarán los medios oportunos para comprobar si el alumnado ha adquirido los resultados de aprendizaje del módulo.
- Se favorecerá el trabajo en grupo, realizando actividades en las que todos se sientan implicados, así como exposiciones de los estudios realizados para comunicar la información obtenida, siempre y cuando se pueda respetar la distancia requerida, en caso de realizar trabajos en grupo donde no se pueda respetar la distancia se fomentará el uso de nuevas tecnologías como videoconferencias.
- Al final de cada práctica, el alumno deberá realizar una memoria con los datos obtenidos en soporte digital sobre lo realizado. Todas las prácticas realizadas en un trimestre deben ser entregadas a la profesora para su evaluación. Los puntos que deben recoger el trabajo serán entregados al alumnado por la profesora
- El profesor/a ayudará en todo momento al desarrollo del trabajo en grupo (COOPERACIÓN).



<b>MATERIA: VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS</b>	<b>NIVEL: 2º GM</b>	<b>CURSO: 2024/25</b>
--	---------------------	-----------------------

Cada cierto tiempo propiciará un debate con los alumnos para analizar el funcionamiento del curso y sacará conclusiones para incluir mejoras de funcionamiento en futuras revisiones de la programación.

Durante la **estancia dual** en la empresa y para favorecer un aprendizaje autónomo del alumno se contará con una serie de actividades prácticas, el profesor acaba siendo un mero guía y supervisor de las mismas, aprovechando las oportunidades que el alumnado tendrá de poner en marcha todo lo aprendido. En definitiva, considerar al alumnado como responsable, autónomo, comprometido con su aprendizaje, crítico y que valora el esfuerzo personal en la consecución de unos logros, en este caso la superación del módulo.

Este planteamiento será flexible y se irá adaptando según la evolución del alumnado en la empresa y las valoraciones aportadas por el tutor laboral, implica por tanto que el alumnado debe tener:

- Un aprendizaje autónomo.
- Adaptarse al funcionamiento de dos tipos de organizaciones. (Centro y en la empresa)
- Aprender en diferentes espacios y tiempos.

### INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

**A) Trabajo individual;** realizado en el domicilio del alumnado, valorando tanto la corrección de las actividades como el cumplimiento de plazos de entrega definidos por parte del profesor.

**B) Pruebas escritas,** que puede constar de las siguientes partes:

- **Cuestiones de carácter teórico práctico;** consistentes en preguntas tipo test .
- **Resolución de ejercicios prácticos;** que versarán acerca de los contenidos de las unidades implicadas.
- **Preguntas de desarrollo.**
- **Preguntas de relacionar**
- **Realización de esquemas.**

Estas pruebas se realizarán bien por bloques de contenidos, bien por unidades de trabajo, en función del grado de cumplimiento de la temporalización y del grado de asimilación por parte del alumnado. En estas pruebas las cuestiones de carácter teórico o práctico podrán tener un peso variable en función de los resultados de aprendizaje y criterios de evaluación que dicha prueba evalúe. En cada una de las partes en las que se divida la prueba se reflejará la puntuación correspondiente y el criterios o criterios evaluados.



<b>MATERIA: VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS</b>	<b>NIVEL: 2º GM</b>	<b>CURSO: 2024/25</b>
--	---------------------	-----------------------

C) **Exposiciones orales.** Trabajo que presentará al alumnado ante el resto de compañeros y compañeras como material para evaluar ciertos criterios de evaluación. En el punto 10.2 de la programación se especifica la rúbrica para evaluar el portfolio.

## 9. MATERIALES DIDÁCTICOS

En cuanto a materiales didácticos teóricos, la profesora realizará los temas en formato PowerPoint que subirá a Classroom, utilizando bibliografía de diferentes fuentes, tales como:

- Procesos de venta. Ramón Colet y Eduardo Polío. Editorial McGraw Hill.
- Gestión comercial y servicio de atención al cliente. Editorial Edebé. ISBN 978-84-236-8921- 7.
- Recursos Digitales del módulo de Venta y Comercialización de la Junta de Andalucía.
- Material elaborado por el Departamento.

### 9.1 OTROS RECURSOS Y MATERIALES:

Recursos didácticos:

- Ordenador y proyector.
- Pizarra.
- Internet
- Plataforma classroom
- kahoot
- Plantilla Excell
- Ordenadores para los alumnos

## 10. EVALUACIÓN: CRITERIOS DE CALIFICACIÓN, PONDERACIÓN DE RESULTADOS DE APRENDIZAJE, HERRAMIENTAS Y RECUPERACIÓN

### 10.1 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”. El redondeo se efectuará a la cifra entera inmediatamente superior cuando la cifra decimal sea igual o superior



<b>MATERIA: VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS</b>	<b>NIVEL: 2º GM</b>	<b>CURSO: 2024/25</b>
--	---------------------	-----------------------

a 0.5 siempre y cuando la calificación global sea igual o superior a 5. En caso contrario, se tomará la parte entera de la calificación obtenida.

- Para superar el módulo, el alumnado debe obtener una evaluación positiva del mismo. **Se consideran positivas las puntuaciones iguales o superiores a cinco puntos** la calificación será un número entero sin decimales tanto en las evaluaciones informativas como en la evaluación final. y siempre y cuando la calificación global sea igual o superior a 5, en caso contrario, se tomará la parte entera de la calificación obtenida, es decir si calificación global obtenida 4.8, la nota en evaluación es un 4 ya que no alcanza el 5.
- Actividad dual en la empresa. Dentro de cada resultado de aprendizaje, se han asignado unos criterios de evaluación que se verán en la empresa y que han sido definidos en el apartado 7 de esta programación. Cada uno de estos Criterios de evaluación ha sido ponderado dentro de los diferentes resultados de aprendizaje y de las Unidades didácticas. La nota de estos criterios se obtendrá teniendo en cuenta:
  - La valoración asignada por el tutor laboral al alumno/a.
  - El cuaderno de seguimiento que deberá subir todas las semanas el alumnado a Classroom.
  - Las actividades enviadas por el equipo docente relacionadas con las actividades que el alumnado realiza en la empresa y que servirá como comprobación de que está adquiriendo los CE y RA correspondientes. Estas actividades serán consensuadas por el equipo docente.
  - Una vez tenemos esta nota se ponderará en función del valor asignado al criterio de evaluación.
  - En caso de actividades propuestas en dual que no se vean en la empresa por algún motivo, el profesor podrá mandar alguna actividad para conseguir la adquisición de estos criterios de evaluación y evaluará dichos criterios con esta herramienta.
- Se evaluará la adquisición de los contenidos asociados a los resultados de aprendizaje a través del desarrollo de las distintas unidades trabajo, prácticas y realización de estancia en empresa atendiendo a los criterios de evaluación con su peso correspondiente.
- La calificación informativa trimestral corresponderá a la ponderación de los criterios de evaluación y RA impartidos y evaluadas hasta el momento de la evaluación.
- La valoración y/o nota de cada RA es resultado de:
  - Valorar de forma individual los conceptos teóricos alcanzados por el alumno/a, usando para ello pruebas de evaluación, actividades y/o trabajos.
  - Valorar los procesos mediante supuestos prácticos resueltos por el alumnado.
  - Observación del alumno con el fin de valorar el grado cumplimiento de la normativa establecida en el plan de centro.
  - Comprobar la destreza, conocimiento de procedimientos y desarrollo de los mismos mediante pruebas prácticas.
  - Realización de la estancia en la empresa



<b>MATERIA: VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS</b>	<b>NIVEL: 2º GM</b>	<b>CURSO: 2024/25</b>
--	---------------------	-----------------------

- Nota total del módulo=R1x20%+R2x20%+ R3x20%+ R4x20%+RA5x20%

A continuación, se muestran las **rúbricas de evaluación** empleadas para la calificación de las exposiciones orales:

ITEM	MUY BIEN (10-9)	BIEN (8-7)	REGULAR (6-4)	INSUFICIENTE (3-1)
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 (20%)	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 (10%)	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



<b>MATERIA: VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS</b>	<b>NIVEL: 2º GM</b>	<b>CURSO: 2024/25</b>
--	---------------------	-----------------------

Expresión corporal y contacto visual (10%)	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
Tiempo (10%)	Se ajusta perfectamente al tiempo establecido para la exposición.	-	Se excede/no alcanza el tiempo establecido para la exposición.	-
Bibliografía (10%)	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

### 10.2 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
RA 1	a,b,c,d,e,f,g	20	1	2ª
RA 2	b,c,d,e	13.34	2	2ª
RA 2	a,f	6.66	3	2ª
RA 3	a,b,c,d,e,f,g	20	4	3ª
RA 4	a,b,c,d,e,f,g	20	5	3ª
RA 5	a,b,c,d,e,f,g	20	6	3ª
		100%		

### 10.3 Instrumentos

A) **Trabajo individual**; realizado en el domicilio del alumnado, valorando tanto la



<b>MATERIA: VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS</b>	<b>NIVEL: 2º GM</b>	<b>CURSO: 2024/25</b>
--	---------------------	-----------------------

corrección de las actividades como el cumplimiento de plazos de entrega definidos por parte del profesor.

**B) Pruebas escritas**, que puede constar de las siguientes partes:

- **Cuestiones de carácter teórico práctico**; consistentes en preguntas tipo test .
- **Resolución de ejercicios prácticos**; que versarán acerca de los contenidos de las unidades implicadas.
- **Preguntas de desarrollo.**
- **Preguntas de relacionar**
- **Realización de esquemas.**

Estas pruebas se realizarán bien por bloques de contenidos, bien por unidades de trabajo, en función del grado de cumplimiento de la temporalización y del grado de asimilación por parte del alumnado. En estas pruebas las cuestiones de carácter teórico o práctico podrán tener un peso variable en función de los resultados de aprendizaje y criterios de evaluación que dicha prueba evalúe. En cada una de las partes en las que se divida la prueba se reflejará la puntuación correspondiente y el criterios o criterios evaluados.

C) **Exposiciones orales.** Trabajo que presentará al alumnado ante el resto de compañeros y compañeras como material para evaluar ciertos criterios de evaluación.

#### 10.4 Medidas de Recuperación

Se realizarán pruebas de recuperación, una por evaluación, y una final con el total de los contenidos no superados en el periodo de recuperación durante el mes de junio.

Los alumnos que tengan **resultados de aprendizaje no superados, es decir, con una calificación inferior a 5**, podrán recuperarlos o al final de cada evaluación o a principio de la siguiente, realizando las actividades de recuperación propuestas que pueden consistir en trabajos, una prueba teórica (en el caso de que no haya superado criterios de evaluación asociados a contenidos teóricos) o una prueba práctica (en el caso de que no haya superado criterios de evaluación asociados a contenidos prácticos) o bien combinación de varias actividades en función de los criterios que no hay conseguido superar.

La fecha de las distintas pruebas y actividades de recuperación será propuesta por la profesora al final de cada evaluación, durante el primer mes de la siguiente evaluación, o bien, para final del curso, según estime oportuno.

Si la evaluación suspensa fuese la tercera, y por distintos motivos no hubiese tiempo para la recuperación, el alumno deberá presentarse a la prueba final de junio.





<b>MATERIA: VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS</b>	<b>NIVEL: 2º GM</b>	<b>CURSO: 2024/25</b>
--	---------------------	-----------------------

El alumnado que no hubiera superado el módulo, tendrá que presentarse a pruebas finales para ser evaluado. Estas pruebas consistirán en pruebas teóricas, prácticas o en trabajos individuales, en función de los criterios a evaluar.

Para superar el módulo, el total de la nota alcanzada tras multiplicar cada RESULTADO DE APRENDIZAJE por su ponderación debe ser igual o superior a 5. En caso contrario no se considera aprobado el módulo.

### El Proceso final de la Evaluación

El alumno/a que no supere la evaluación ordinaria, participará en un proceso de evaluación final, a realizar en el mes de junio, que constará de una o más de las siguientes partes en función de los criterios de evaluación no alcanzados.

- Prueba objetiva de los contenidos teóricos del curso.
- Pruebas prácticas de algunas de las prácticas realizadas a lo largo del curso.
- Trabajo individual.

## 11. 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. Tiene que ser superior al 85%.
- **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. Tiene que ser superior al 90%.
- **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%. Tiene que ser superior al 90%.
- **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.
- C.F.M.: 65%



<b>MATERIA: VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS</b>	<b>NIVEL: 2º GM</b>	<b>CURSO: 2024/25</b>
--	---------------------	-----------------------

### Indicadores de la práctica docente:

Otro aspecto a evaluar es la propia práctica docente. 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 TICs 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*). Se utiliza la aplicación classroom para trabajar los temas, subir las actividades y realizar las correcciones. Utilizamos presentaciones en el aula en powerd point, genially y canva, utilización de ordenador para redactar las prácticas, hojas de cálculo realizadas por el alumnado.....
- **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, gamificación, uso de otros espacios, etc), que hacen que el desarrollo del módulo se haga distinto y motivador para el alumnado. Se utiliza gamificación para repasar las unidades mediante kahoot, visual thinking,.....

## 12. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD:

### 12.1 DETECCIÓN.

Detección del alumnado con indicios de NEAE en el marco de las evaluaciones iniciales. Esta evaluación inicial será el punto de referencia del Equipo Docente para la toma de decisiones relativas al desarrollo del currículo y adecuación a las características y conocimientos del alumnado, de forma que como consecuencia de la misma se adoptarán las medidas pertinentes de apoyo, refuerzo y recuperación o de adaptación, sirviendo como punto de partida para la adaptación de las programaciones a las necesidades educativas del alumnado en sus diferentes niveles de concreción curricular.

Detección en las evaluaciones trimestrales. Las evaluaciones trimestrales tienen un carácter formativo y orientativo del proceso educativo del alumnado. En esta línea, al analizar sus progresos y resultados académicos en los distintos ámbitos, áreas y materias con respecto a los objetivos y competencias, también se pueden apreciar indicios que pueden llevar a la decisión de tomar medidas para atender al alumnado NEAE.

### 12.2 ACTUACIONES.

La mejor estrategia para la integración del alumnado con necesidades educativas de apoyo o con determinados problemas de aprendizaje, es implicarlos en las mismas tareas que al resto del grupo, con distintos métodos de apoyo y exigencias. El tratamiento debe ofrecer la posibilidad de retomar un



<b>MATERIA: VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS</b>	<b>NIVEL: 2º GM</b>	<b>CURSO: 2024/25</b>
--	---------------------	-----------------------

contenido no asimilado en un momento posterior de trabajo, con lo cual evitamos ejercicios repetitivos que suelen incidir negativamente en el nivel de motivación.

Las actividades prácticas son todas susceptibles de trabajarse desde distintos niveles, ofreciendo en cada ocasión una posibilidad de desarrollo en función del nivel de partida.

La formación de grupos para la realización de las actividades prácticas es una estrategia que fomentará las relaciones sociales entre el alumnado y la formación o asentamiento de una mayor cultura social y cívica.

Teniendo en cuenta el tipo de adaptaciones curriculares que se pueden llevar a cabo en los Ciclos Formativos y el perfil de alumnado con necesidades de apoyo educativo que lo cursa. Se pueden diferenciar dos tipos de tratamiento:

- **Alumnado con altas capacidades intelectuales**

Las actividades de ampliación propuestas por el profesorado permiten una mayor profundización, tanto a nivel de saber cómo de saber hacer, para que este tipo de alumnado pueda ampliar e indagar en cada unidad didáctica, ofreciendo una posibilidad de desarrollo.

- **Alumnado que presenta necesidades educativas de apoyo especiales**

Este tipo de alumnado se abordará mediante la integración, implicándolos en las mismas tareas que al resto del grupo. Para ello se utilizará la misma programación, y se tomarán las siguientes medidas curriculares no significativas:

- Que el tutor hable con los alumnos para ver la situación actual de necesidades.
- Colocar a los alumnos con dificultades específicas de atención lo más cerca posible de la pizarra y del profesor.
- Consultar al alumno de formas continua, para detectar el grado de adquisición de contenidos.
- Agrupación de este alumnado con otros alumnos más capaces que le puedan facilitar estas tareas.
- Hacer una supervisión más directa de las tareas dentro de las posibilidades con las que se cuentan en los Ciclos Formativos.
- Dar más tiempo en los exámenes y explicarle más detenidamente las preguntas.
- Dar más tiempo a la hora de la ejecución de las prácticas.
- Intensificar la comunicación con la familia.

En el caso de que se presente un alumno/a con necesidades de apoyo educativa se tomarán las medidas oportunas consensuadas con el departamento de orientación. Siempre teniendo en cuenta que el alumno/a tiene que alcanzar unos Resultados de Aprendizaje establecidos, y que son necesarios para desarrollar su trabajo una vez finalizada su formación.



<b>MATERIA: VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS</b>	<b>NIVEL: 2º GM</b>	<b>CURSO: 2024/25</b>
--	---------------------	-----------------------

### **13. EVALUACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN.**

Para evaluar la programación se tendrá en cuenta el proceso de enseñanza-aprendizaje. Para alcanzar un rendimiento óptimo de este proceso, se tendrá que realizar una valoración del profesorado, realizando una modificación de la programación si fuese necesario.

Para evaluar la programación se establecerán tres niveles de control:

- La evaluación del profesor de su propia intervención. Esto es posible mediante el análisis crítico de los resultados de las distintas pruebas realizadas por los alumnos en el curso de su proceso de aprendizaje. Con los datos así obtenidos, el profesor cuestionará la temporalización, fases, profundidad de contenidos, adecuación de las realizaciones prácticas, de los medios empleados y de cualquier otro factor determinante, por él dispuesto, que sea susceptible de mejora. El profesor también recogerá la opinión de los alumnos.
- La evaluación interna del Dpto. con la participación de todos los profesores que imparten clases en el Ciclo. Se coordinarán actuaciones a tenor de los resultados; se ponderará el ritmo de cumplimiento de la programación en varios momentos del curso, proponiendo medidas correctoras si fuera menester.
- Por último, el contraste entre los objetivos alcanzados en sus distintos grados, en comparación con el referente productivo proporcionarán al equipo docente ideas útiles para la modificación del proceso educativo.

Este proceso se realizará de forma continua a lo largo de todo el curso y mediante las observaciones anotadas en el cuaderno del profesor.