

1. Identificación da programación
Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano académico
15027897	Paseo das Pontes	Coruña (A)	2023/2024

Ciclo formativo

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
INA	Industrias alimentarias	CMINA03	Elaboración de produtos alimentarios	Ciclos formativos de grao medio	Réxime xeral-ordinario

Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (*)

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesiós semanais	Horas anuais	Sesiós anuais
MP0146	Venda e comercialización de produtos alimentarios	2023/2024	3	70	70

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

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	ANA LÓPEZ ALONSO
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión inspector

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

O CIFP Paseo das Pontes sitúase no municipio da Coruña, trátase dun centro urbano nunha cidade de tamaño medio, que recibe, en xeral, tanto alumnado dos distintos institutos de ensinanza secundaria da cidade coma de fora dela, xa que a súa oferta formativa, fai que reciba alumnado de toda a xeografía autonómica.

Dentro do termo municipal, a cidade conta con dous polígonos industriais: A Grela, o parque empresarial máis antigo e o de máis extensión de Galicia, que conta con máis de 600 empresas, e o de Pocomaco, que da servizo a unhas 400 empresas. Na área metropolitana da Coruña están situados outros importantes polígonos industriais da comunidade, principalmente na área suroeste (concellos de Arteixo e Culleredo), como os polígonos de Sabón, que alberga a sede central da multinacional Inditex, entre outras industrias. Outros polígonos destacables da área metropolitana son os de Alvedro, Barcala, Meicende, Espírito Santo e Bergondo. Os grandes motores industriais dentro dos límites municipais son a refinería de petróleo de Repsol e a empresa do sector cervexeiro Hijos de Rivera SA.

Dentro do sector alimentario, outras empresas que podemos atopar na contorna da Coruña son: de bebidas (Begano S.A.), comidas preparadas (Tanfresco S.L., Cambalache S.L.), produtos pesqueiros (Salgado Congelados SL, Isidro de La Cal S.L.), panadería e confitería (Ingapan S.A., Catadenata, S.L.); lácteos (Leyma S.L.); así como empresas de xestión e consultaría alimentaria (Ambical S.L., Alimentya S.L., Geal S.L.).

Esta programación está elaborada de acordo ao determinado no Decreto 129/2011, do 3 de xuño, polo que se establece o currículo do ciclo formativo de grao medio correspondente ao título de técnico en elaboración de produtos alimentarios.

Este decreto establece o currículo que será de aplicación na Comunidade Autónoma de Galicia para as ensinanzas de formación profesional relativas ao título de técnico en elaboración de produtos alimentarios.

O módulo de Venda e Comercialización de Produtos Alimentarios, que se imparte no segundo curso do Ciclo permitiralle ao alumno identificar os tipos de custos dos produtos e coñecer os métodos de fixación de prezos dos mesmos, así como todas as operacións relacionadas coa atención ao público e a promoción. Estes coñecementos teóricos e prácticos capacitan ao alumno para desenvolver a función de relación coa clientela, básica para o adecuado funcionamento dunha empresa alimentaria.

A formación do módulo contribúe a alcanzar os obxectivos xerais k), l), o), q), r) e s) do ciclo formativo, e as competencias i), j), n), o), p) e q).

As liñas de actuación no proceso de ensino e aprendizaxe que permiten alcanzar os obxectivos do módulo versarán sobre:

- Estimación de prezos de produtos alimentarios elaborados.
- Cálculo de custos de materias primas e de produción, e da marxe comercial ou beneficio.
- Resolución de conflitos e reclamacións.
- Atención e asesoramento a posibles clientes.



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

U.D.	Título	Descrición	Duración (sesións)	Peso (%)	Resultados de aprendizaxe				
					MP0146_00				
					RA 1	RA 2	RA 3	RA 4	RA 5
1	Establecemento de prezos dos produtos alimentarios	Análise de custos e beneficios e establecemento dos prezos dos produtos alimentarios,	18	26	X				
2	Aplicación das técnicas de venda	O márketing-mix, posicionamento e imaxe de marca, canles de venda, a segmentación, a organización da venda e a promoción	16	23		X			
3	Realización da operación de venda	A operación de venda, medios de pagamento, a documentación e as novas tecnoloxías nas operacións de venda	16	23			X		
4	Atención á clientela	Comunicación , fidelización e uso das novas tecnoloxías na atención á clientela.	10	14				X	
5	Reclamacións e queixas	Técnicas de resolución de conflitos, procedemento de recollida de reclamacións,custo das reclamacións e servizo posvenda.	10	14					X
Total:			70						

4. Por cada unidade didáctica

4.1.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
1	Establecemento de prezos dos produtos alimentarios	18

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Establece os prezos dos produtos alimentarios elaborados, para o que analiza os custos e os beneficios.	SI

4.1.c) Obxectivos específicos da unidade didáctica

Obxectivos específicos	Act	Título das actividades	Duración (sesións)
1.1 Identificar os tipos de custo e analizar o concepto de beneficio	1	Custos e Beneficios	6,0
1.2 Determinar as variables que interveñen no custo e no beneficio			
2.1 Realizar o escandallo do produto	2	Escandallando e fixación de prezos	6,0
2.2 Fixar o prezo dun produto cun beneficio establecido			
3.1 Interpretar as fórmulas e os conceptos de xuro, desconto e marxe comercial.	3	Xuros, descontos e marxe comercial na fixación do prezo	4,0
3.2 Actualizar os prezos a partir da variación dos custos			
4.1 Identificar os condicionantes dos prezos de venda dos produtos alimentarios	4	Métodos e condicionantes na fixación de prezos	2,0
TOTAL			18

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

Criterios de avaliación	Instrumentos de avaliación	Mínimos exixibles	Peso cualificación (%)
CA1.1 Identifícanse os tipos de custo.	<ul style="list-style-type: none"> PE.1 - cuestionario de identificación dos tipos de custo. 	S	20
CA1.2 Determináronse as variables que interveñen no custo e no beneficio.	<ul style="list-style-type: none"> PE.2 - Resolución dun suposto de determinación das variables que interveñen no custo e no beneficio. 	S	15
CA1.3 Realízouse o escandallo do produto elaborado.	<ul style="list-style-type: none"> PE.3 - Resolución dun suposto de escandallo do produto elaborado 	S	35
CA1.4 Interpretáronse as fórmulas e os conceptos de xuro, desconto e marxe comercial.	<ul style="list-style-type: none"> PE.4 - Resolución dun suposto de aplicación de xuros, descontos e marxez comerciais. 	N	5
CA1.5 Fixouse o prezo dun produto cun beneficio establecido.	<ul style="list-style-type: none"> PE.5 - Resolución dun suposto de fixación do prezo dun produto cun beneficio establecido. 	S	15
CA1.6 Actualizáronse os prezos a partir da variación dos custos.	<ul style="list-style-type: none"> PE.6 - Resolución dun suposto de actualización os prezos a partir da variación dos custos. 	N	5

**ANEXO XIII
MODELO DE PROGRAMACIÓN DE MÓDULOS PROFESIONAIS**

Criterios de avaliación	Instrumentos de avaliación	Mínimos exixibles	Peso cualificación (%)
CA1.7 Identifícanse os condicionantes dos prezos de venda dos produtos alimentarios.	<ul style="list-style-type: none"> PE.7 - cuestionario de identificación dos condicionantes dos prezos de venda dos produtos alimentarios 	N	5
TOTAL			100

4.1.e) Contidos

Contidos
<p>Custos e beneficios: conceptos básicos e tipos.</p> <p>Cálculo do custo das materias primas: rexistro documental.</p> <p>Compoñentes do prezo de venda e os seus condicionantes.</p> <p>Métodos de fixación de prezos.</p> <p>Marxes e descontos. Escandallo. Ratios.</p> <p>Cálculo de prezos.</p>

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

Que e para que	Como			Con que	Como e con que se valora	Duración (sesións)
Actividade (título e descrición)	Profesorado (en termos de tarefas)	Alumnado (tarefas)	Resultados ou produtos	Recursos	Instrumentos e procedementos de avaliación	
Custos e Beneficios - Presentación da UD, relevancia no conxunto do módulo, expoñendo os obxectivos, contidos e actividades da unidade didáctica. Exposición xeral relativa aos tipos de custos, e introducción ao concepto de beneficio. Resolución de exercicios prácticos de cálculo de custos e beneficios, clasificación dos custos, e estudo da variación do custo e o	<ul style="list-style-type: none"> Presentación, por parte do profesor/a, da UD; os seus obxectivos, os contidos e os tipos de actividades que se desenvolverán, situando esta UD no módulo O profesor ou a profesora ofrece unha breve 	<ul style="list-style-type: none"> Cada alumno formulará unha pregunta para incluír no cuestionario do tema Resolución por parte do alumnado das cuestións propostas polo profesor/a e polos alumnos 	<ul style="list-style-type: none"> Documentación en diferentes soportes Cuestións resoltas 	<ul style="list-style-type: none"> Esquema gráfico de presentación da unidade ca temporalización 	<ul style="list-style-type: none"> PE.1 - cuestionario de identificación dos tipos de custo. PE.2 - Resolución dun suposto de determinación das variables que interveñen no custo e no beneficio. 	6,0

**ANEXO XIII
 MODELO DE PROGRAMACIÓN DE MÓDULOS PROFESIONAIS**

Que e para que	Como			Con que	Como e con que se valora	Duración (sesións)
Actividade (título e descrición)	Profesorado (en termos de tarefas)	Alumnado (tarefas)	Resultados ou produtos	Recursos	Instrumentos e procedementos de avaliación	
beneficio ó variar certos parámetros	explicación dos tipos de custo e do beneficio					
Escandallando e fixación de prezos - Realización dos escandallos dos produtos elaborados no taller de elaboración, cálculo dos prezos dos produtos escandallados para a obtención dun beneficio prefixado	<ul style="list-style-type: none"> Explicación da folia de escandallo 	<ul style="list-style-type: none"> Deseñarán e cubrirán as follas de escandallo correspondentes aos produtos que elaboren no taller de elaboración A partir da folia de escandallo e do custo calculado para a elaboración do produto, fixar o prezo dos produtos para obter un beneficio prefixado 	<ul style="list-style-type: none"> Follas de escandallo dos produtos realizados Exercicios resoltos 	<ul style="list-style-type: none"> Exemplos de follas de escandallo 	<ul style="list-style-type: none"> PE.3 - Resolución dun suposto de escandallo do produto elaborado PE.5 - Resolución dun suposto de fixación do prezo dun produto cun beneficio establecido. 	6,0
Xuros, descontos e marxe comercial na fixación do prezo - Cálculo de xuros, aplicación práctica de descontos e cálculo da marxe comercial de supostos prácticos, recalcular os prezos dos produtos no suposto de que se produzan variacións nos custos ou nos prezos das materias escandalladas	<ul style="list-style-type: none"> breve explicación do cálculo dos xuros, a aplicación de descontos e da marxe comercial. plantexamento e supostos modificando os exercicios feitos anteriormente 	<ul style="list-style-type: none"> Resolución dos exercicios 	<ul style="list-style-type: none"> Exercicios resoltos 	<ul style="list-style-type: none"> Boletín de exercicios 	<ul style="list-style-type: none"> PE.4 - Resolución dun suposto de aplicación de xuros, descontos e marxes comerciais. PE.6 - Resolución dun suposto de actualización os prezos a partir da variación dos custos. 	4,0
Métodos e condicionantes na fixación de prezos - Exposición xeral relativa aos métodos e condicionantes na fixación de prezos. Mediante a participación, confrontación e comunicación de ideas e coñecemento	<ul style="list-style-type: none"> Exposición xeral relativa aos métodos e condicionantes na fixación de prezos 	<ul style="list-style-type: none"> Resposta ao cuestionario facilitado polo profesor 	<ul style="list-style-type: none"> Cuestionario resolto Documentación do tema dictada ós alumnos 	<ul style="list-style-type: none"> Cuestionario sobre o tema Documentación do tema 	<ul style="list-style-type: none"> PE.7 - cuestionario de identificación dos condicionantes dos prezos de venda dos produtos alimentarios 	2,0
TOTAL						18,0

4.2.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
2	Aplicación das técnicas de venda	16

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Aplica as técnicas de venda en relación coas canles de comercialización.	SI

4.2.c) Obxectivos específicos da unidade didáctica

Obxectivos específicos	Act	Título das actividades	Duración (sesións)
1.2 Identificar as características dos produtos, a súa diferenciación, a imaxe de marca, e o posicionamento da empresa e da competencia.	1	O marketing-mix	4,0
1.3 Analizar e caracterizar as principais canles de comercialización para os produtos alimentarios			
1.1 Identificar os catro elementos da mercadotecnia: prezo, lugar, promoción e produto			
2.1 Especificar a documentación necesaria da operación de venda.	2	A venda	7,0
2.2 Recoñecer os sistemas de comunicación presencial e aplicar as técnicas que facilitan a empatía coa clientela.			
2.3 Recoñecer os sistemas de comunicación non presencial e aplicar as técnicas que facilitan a empatía coa clientela.			
2.4 Recoñecer as variables que interveñen na conduta e na motivación da compra por parte da clientela			
2.5 Identificar a tipoloxía da clientela e as súas necesidades de compra.			
2.6 Adaptar as técnicas de venda ao medio de comunicación empregado			
3.1 Realizar a promoción do produto adaptada a cada medio de comunicación.	3	A promoción	5,0
TOTAL			16

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

Criterios de avaliación	Instrumentos de avaliación	Mínimos exixibles	Peso cualificación (%)
CA2.1 Identifícanse os catro elementos da mercadotecnia: prezo, lugar, promoción e produto.	<ul style="list-style-type: none"> PE.1 - cuestionario de identificación dos catro elementos da mercadotecnia: prezo, lugar, promoción e produto. 	S	15
CA2.2 Identifícanse as características dos produtos, a súa diferenciación, a imaxe de marca, e o posicionamento da empresa e da competencia.	<ul style="list-style-type: none"> PE.2 - cuestionario de identificación das características dos produtos, a súa diferenciación, a imaxe de marca, e o posicionamento da empresa e da competencia. 	S	10
CA2.3 Analizáronse e caracterizáronse as principais canles de comercialización para os produtos alimentarios.	<ul style="list-style-type: none"> PE.3 - cuestionario de análise e caracterización das principais canles de comercialización para os produtos alimentarios. 	S	10

**ANEXO XIII
MODELO DE PROGRAMACIÓN DE MÓDULOS PROFESIONAIS**

Craterios de avaliación	Instrumentos de avaliación	Mínimos exigibles	Peso cualificación (%)
CA2.4 Especificouse a documentación necesaria da operación de venda.	<ul style="list-style-type: none"> PE.4 - cuestionario de especificación da documentación necesaria da operación de venda 	S	10
CA2.5 Recoñecéronse os sistemas de comunicación presencial e non presencial, con aplicación das técnicas que facilitan a empatía coa clientela.			0
CA2.5.1 Recoñecéronse os sistemas de comunicación presencial, con aplicación das técnicas que facilitan a empatía coa clientela.	<ul style="list-style-type: none"> TO.1 - Valórouse a aplicación dos coñecementos sobre sistemas de comunicación presencial e técnicas que facilitan a empatía coa clientela en actividades de Role Play 	N	5
CA2.5.2 Recoñecéronse os sistemas de comunicación non presencial, con aplicación das técnicas que facilitan a empatía coa clientela.	<ul style="list-style-type: none"> TO.2 - Valórouse a aplicación dos coñecementos sobre sistemas de comunicación presencial e técnicas que facilitan a empatía coa clientela en actividades de venda telefónica, redacción dunha carta comercial e dun e-mail comercial. 	N	5
CA2.6 Recoñecéronse as variables que interveñen na conduta e na motivación da compra por parte da clientela.	<ul style="list-style-type: none"> PE.5 - Cuestionario de recoñecemento das variables que interveñen na conduta e na motivación da compra por parte da clientela. 	N	5
CA2.7 Identificouse a tipoloxía da clientela e as súas necesidades de compra.	<ul style="list-style-type: none"> TO.3 - Cuestionario de identificación da tipoloxía da clientela e as súas necesidades de compra. 	N	5
CA2.8 Adaptáronse as técnicas de venda ao medio de comunicación empregado (presencial, teléfono, internet, televisión interactiva, telefonía móbil, correo postal, correo electrónico, etc.).	<ul style="list-style-type: none"> TO.4 - Valórouse a adaptación das técnicas de venda ao medio de comunicación empregado (presencial, teléfono, internet, televisión interactiva, telefonía móbil, correo postal, correo electrónico, etc.). 	S	15
CA2.9 Realizouse a promoción do produto adaptada a cada medio de comunicación.	<ul style="list-style-type: none"> TO.5 - Valórouse a realización da promoción do produto adaptada a cada medio de comunicación. 	S	20
TOTAL			100

4.2.e) Contidos

Contidos
Concepto de marketing-mix (prezo, lugar, promoción e produto). Posicionamento e imaxe de marca. Canles de venda e métodos de procura. Análise do mercado: segmentación Organización da venda: axenda comercial. Fases da venda presencial e non presencial. Necesidades e gustos da clientela. Habilidades de comunicación.

**ANEXO XIII
MODELO DE PROGRAMACIÓN DE MÓDULOS PROFESIONAIS**

Contidos
Métodos de promoción do produto

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

Que e para que	Como			Con que	Como e con que se valora	Duración (sesións)
Actividade (título e descrición)	Profesorado (en termos de tarefas)	Alumnado (tarefas)	Resultados ou produtos	Recursos	Instrumentos e procedementos de avaliación	
O marketing-mix - Exposición dos catro elementos da mercadotecnia e descrición das características dos produtos, da súa diferenciación, da imaxe de marca, e do posicionamento, así como das principais canles de comercialización para os produtos alimentarios.	<ul style="list-style-type: none"> Presentación, por parte do profesor/a, da UD; os seus obxectivos, os contidos e os tipos de actividades que se desenvolverán, situando esta UD no módulo Exposición xeral relativa aos catro elementos da mercadotecnia, ás características dos produtos, á diferenciación, á imaxe de marca e ao posicionamento, así como as principais canles de comercialización para os produtos alimentarios. 	<ul style="list-style-type: none"> Cada alumno formulará unha pregunta para incluír no cuestionario do tema Resolución por parte do alumnado das cuestións propostas polo profesor/a e polos alumnos 	<ul style="list-style-type: none"> Cuestións resoltas Documentación do tema, presentación 	<ul style="list-style-type: none"> Documentación do tema Esquema gráfico de presentación da unidade ca temporalización 	<ul style="list-style-type: none"> PE.1 - cuestionario de identificación dos catro elementos da mercadotecnia: prezo, lugar, promoción e produto. PE.2 - cuestionario de identificación das características dos produtos, a súa diferenciación, a imaxe de marca, e o posicionamento da empresa e da competencia. 	4,0
A venda - Especificación da documentación necesaria para a venda, dos sistemas de comunicación presencial e non presencial e aplicación das técnicas que facilitan a empatía coa clientela. Descrición das variables que interveñen na conduta e motivación da compra e da tipoloxía da clientela e as súas necesidades de compra.	<ul style="list-style-type: none"> Exposición xeral relativa á documentación necesaria para a venda, aos sistemas de comunicación presencial e non presencial e técnicas que facilitan a empatía coa clientela. 	<ul style="list-style-type: none"> Busca na rede de información sobre as variables que interveñen na conduta e motivación da compra e da tipoloxía da clientela e as súas necesidades de compra. Realización dun informe coa información recollida na rede Representación e análise de situacións de venda nas que un alumno interpreta ó cliente e outro ó vendedor, seguindo as indicacións fixadas por escrito polo profesor 	<ul style="list-style-type: none"> Documentación do tema, presentación Informes da recollida de información 	<ul style="list-style-type: none"> Documentación do tema Guión cos aspectos a considerar na busca de información Internet Guión con indicacións para o Role play 	<ul style="list-style-type: none"> PE.3 - cuestionario de análise e caracterización das principais canles de comercialización para os produtos alimentarios. PE.4 - cuestionario de especificación da documentación necesaria da operación de venda PE.5 - Cuestionario de recoñecemento das variables que interveñen na conduta e na motivación da compra por parte da clientela. TO.1 - Valorouse a aplicación dos coñecementos sobre sistemas de comunicación presencial e técnicas que facilitan a empatía coa clientela en actividades de Role Play 	7,0

**ANEXO XIII
MODELO DE PROGRAMACIÓN DE MÓDULOS PROFESIONAIS**

Que e para que	Como			Con que	Como e con que se valora	Duración (sesións)
Actividade (título e descrición)	Profesorado (en termos de tarefas)	Alumnado (tarefas)	Resultados ou produtos	Recursos	Instrumentos e procedementos de avaliación	
					<ul style="list-style-type: none"> TO.2 - Valorouse a aplicación dos coñecementos sobre sistemas de comunicación presencial e técnicas que facilitan a empatía coa clientela en actividades de venda telefónica, redacción dunha carta comercial e dun e-mail comercial. TO.3 - Cuestionario de identificación da tipoloxía da clientela e as súas necesidades de compra. TO.4 - Valorouse a adaptación das técnicas de venda ao medio de comunicación empregado (presencial, teléfono, internet, televisión interactiva, telefonía móbil, correo postal, correo electrónico, etc.). 	
A promoción - Realización dunha campaña de promoción do produto adaptándoa a cada medio de comunicación e relación das técnicas de venda co medio de comunicación empregado	<ul style="list-style-type: none"> Corrección dos traballos presentados polos alumnos Presentación do proxecto Dicionario visual multilingue e explicación a metodoloxía de traballo. Revisión da proposta de entrada e aceptación. 	<ul style="list-style-type: none"> En grupos de tres persoas deseñar unha campaña de promoción dun produto alimentario, que adaptarán a cada medio de comunicación, escrito, radio, televisión e utilizando os recursos da rede. Os mesmos grupos, buscarán exemplos na rede de adaptación das técnicas de venda ó medio de comunicación empregado e realizarán un informe Desenvolvemento da proposta de entrada da súa elección. Segundo a Ficha. Incorporación da entrada no Dicionario 	<ul style="list-style-type: none"> Informes sobre a información buscada na rede Campaña de promoción Entrada no Dicionario. 	<ul style="list-style-type: none"> Internet Ficha de entrada o dicionario Bibliografía e webgrafía. 	<ul style="list-style-type: none"> TO.5 - Valorouse a realización da promoción do produto adaptada a cada medio de comunicación. 	5,0
TOTAL						16,0

4.3.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
3	Realización da operación de venda	16

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA3 - Realiza a operación de venda, e xustifica as fases e as variables que interveñen.	SI

4.3.c) Obxectivos específicos da unidade didáctica

Obxectivos específicos	Act	Título das actividades	Duración (sesións)
1.1 Enumerar as fases da operación de venda 1.2 Describir as variables que interveñen no prezo de venda. 1.3 Calcular o xuro de aprazamento, as cotas de pagamento e o prezo da operación segundo as condicións do proceso pactado 1.4 Calcular os descontos, o prezo de venda total e as marxes comerciais en función das condicións de pagamento e os impostos que gravan a operación de venda	1	Realización da venda	8,0
2.1 Describir os principais tipos de contratos de compravenda no sector alimentario. CA3.6 - Identifícase e formalízase a documentación asociada ao cobramento e ao pagamento. CA3.7 - Descríbiuse o proceso de anulación de operacións de cobramento. CA3.8 - Recoñécese o potencial das novas tecnoloxías como elemento de consulta e apoio. 2.2 Identificar e formalízase a documentación asociada ao cobramento e ao pagamento 2.3 Describir o proceso de anulación de operacións de cobramento. 2.4 Recoñecer o potencial das novas tecnoloxías como elemento de consulta e apoio.	2	Métodos de pagamento	8,0
TOTAL			16

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

Criterios de avaliación	Instrumentos de avaliación	Mínimos exigibles	Peso cualificación (%)
CA3.1 Enumeráronse as fases da operación de venda.	<ul style="list-style-type: none"> PE.1 - Cuestionario das fases da operación de venda 	S	15
CA3.2 Descríbironse as variables que interveñen no prezo de venda.	<ul style="list-style-type: none"> PE.2 - Cuestionario das variables que interveñen no prezo de venda 	S	20
CA3.3 Calculouse o xuro de aprazamento, as cotas de pagamento e o prezo da operación segundo as condicións do proceso pactado.	<ul style="list-style-type: none"> PE.3 - Cálculo do xuro de aprazamento, as cotas de pagamento e o prezo da operación segundo as condicións do proceso pactado. 	N	5
CA3.4 Calculáronse os descontos, o prezo de venda total e as marxes comerciais en función das condicións de pagamento e os impostos que gravan a operación de venda.	<ul style="list-style-type: none"> PE.4 - Cálculo dos descontos, o prezo de venda total e as marxes comerciais en función das condicións de pagamento e os impostos que gravan a operación de venda. 	S	15
CA3.5 Descríbironse os principais tipos de contratos de compravenda no sector alimentario.	<ul style="list-style-type: none"> PE.5 - Cuestionario dos principais tipos de contratos de compravenda no sector alimentario. 	S	15
CA3.6 Identificouse e formalizouse a documentación asociada ao cobramento e ao pagamento.	<ul style="list-style-type: none"> TO.1 - Avaliación da correcta cumplimentación da documentación asociada ao cobramento e ao pagamento. 	S	20
CA3.7 Descríbiuse o proceso de anulación de operacións de cobramento.	<ul style="list-style-type: none"> PE.6 - Cuestionario do proceso de anulación de operacións de cobramento. 	N	5
CA3.8 Recoñeceuse o potencial das novas tecnoloxías como elemento de consulta e apoio.	<ul style="list-style-type: none"> TO.2 - Emprego das novas tecnoloxías como elemento de consulta e apoio. 	N	5
TOTAL			100

4.3.e) Contidos

Contidos
Fases da operación de venda. Prezo de venda: conceptos básicos e variables. Cálculo comercial nas operacións de venda. Medios de pagamento. Contratos de compravenda. Documentación do cobramento e do pagamento. Aplicación das novas tecnoloxías nas operacións de venda.

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

Que e para que	Como			Con que	Como e con que se valora	Duración (sesións)
Actividade (título e descrición)	Profesorado (en termos de tarefas)	Alumnado (tarefas)	Resultados ou produtos	Recursos	Instrumentos e procedementos de avaliación	
Realización da venda - Descrición das fases venda e das variables que interveñen no prezo. Cálculo do xuro de aprazamento, das cotas de pagamento, do prezo da operación, dos descontos, do prezo de venda e das marxes en función das condicións de pagamento	<ul style="list-style-type: none"> Presentación, por parte do profesor/a, da UD; os seus obxectivos, os contidos e os tipos de actividades que se desenvolverán, situando esta UD no módulo O profesor ou a profesora ofrece unha breve explicación das fases venda e das variables que interveñen no prezo 	<ul style="list-style-type: none"> Realización dun boletín de exercicios nos que se calculará o xuro de aprazamento, as cotas de pagamento, o prezo da operación, os descontos, o prezo de venda e as marxes en función das condicións de pagamento 	<ul style="list-style-type: none"> Documentación do tema, presentación Exercicios resoltos 	<ul style="list-style-type: none"> Esquema gráfico de presentación da unidade ca temporalización Documentación do tema Boletín de exercicios 	<ul style="list-style-type: none"> PE.1 - Cuestionario das fases da operación de venda PE.2 - Cuestionario das variables que interveñen no prezo de venda PE.3 - Cálculo do xuro de aprazamento, as cotas de pagamento e o prezo da operación segundo as condicións do proceso pactado. 	8,0
Métodos de pagamento - Descrición dos contratos de compravenda e da documentación de cobramento e pagamento, cumprimentación da documentación de cobramento e pagamento, descrición do proceso de anulación do cobramento e das novas tecnoloxías na operación de venda	<ul style="list-style-type: none"> Breve explicación dos contratos de compravenda e da documentación de cobramento e pagamento Breve explicación do proceso de anulación do cobramento Breve explicación das novas tecnoloxías na operación de venda 	<ul style="list-style-type: none"> Cumprimentación da documentación de cobramento e pagamento 	<ul style="list-style-type: none"> Documentación do tema, presentación Documentos de cobramento e pagamento cubertos 	<ul style="list-style-type: none"> Documentación do tema Exemplos de documentos utilizados para o pagamento e cobramento 	<ul style="list-style-type: none"> PE.4 - Cálculo dos descontos, o prezo de venda total e as marxes comerciais en función das condicións de pagamento e os impostos que gravan a operación de venda. PE.5 - Cuestionario dos principais tipos de contratos de compravenda no sector alimentario. PE.6 - Cuestionario do proceso de anulación de operacións de cobramento. TO.1 - Avaliación da correcta cumprimentación da documentación asociada ao cobramento e ao pagamento. TO.2 - Emprego das novas tecnoloxías como elemento de consulta e apoio. 	8,0
TOTAL						16,0

4.4.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
4	Atención á clientela	10

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA4 - Atende a clientela, e describe as técnicas de comunicación empregadas.	SI

4.4.c) Obxectivos específicos da unidade didáctica

Obxectivos específicos	Act	Título das actividades	Duración (sesións)
1.1 Describir as variables que inflúen no proceso de atención á clientela. 1.2 Describir a forma e actitude na atención e no asesoramento á clientela. 1.3 Explicar as técnicas de venda básicas para captar a atención e despertar o interese en función do tipo de cliente. 1.4 Seleccionar os argumentos axeitados ante as obxeccións formuladas pola clientela. 1.5 Analizar as estratexias para identificar a satisfacción da clientela. 1.6 Describir as técnicas que potencien o vínculo coa clientela.	1	Técnicas de venda	5,0
2.1 Valorar o potencial das novas tecnoloxías na atención á clientela, así como na procura de nova clientela.	2	As novas tecnoloxías na atención á clientela	3,0
3.1 Realizar conversas curtas de atención a clientes doutros países nos idiomas portugués, francés, italiano e inglés.	3	A atención ó cliente internacional	2,0
TOTAL			10

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

Criterios de avaliación	Instrumentos de avaliación	Mínimos exixibles	Peso cualificación (%)
CA4.1 Descríbense as variables que inflúen no proceso de atención á clientela.	• PE.1 - Cuestionario das variables que inflúen no proceso de atención á clientela.	S	20
CA4.2 Descríbiuse a forma e actitude na atención e no asesoramento á clientela.	• PE.2 - Cuestionario da forma e actitude na atención e no asesoramento á clientela.	S	20
CA4.3 Explicáronse as técnicas de venda básicas para captar a atención e despertar o interese en función do tipo de cliente.	• PE.3 - Cuestionario das técnicas de venda básicas para captar a atención e despertar o interese en función do tipo de cliente.	S	20

**ANEXO XIII
MODELO DE PROGRAMACIÓN DE MÓDULOS PROFESIONAIS**

Craterios de avaliación	Instrumentos de avaliación	Mínimos exixibles	Peso cualificación (%)
CA4.4 Seleccionáronse os argumentos axeitados ante as obxeccións formuladas pola clientela.	<ul style="list-style-type: none"> PE.4 - Suposto práctico no que seleccionar os argumentos axeitados ante as obxeccións formuladas pola clientela. 	S	15
CA4.5 Analizáronse as estratexias para identificar a satisfacción da clientela.	<ul style="list-style-type: none"> PE.5 - Cuestionario sobre as estratexias para identificar a satisfacción da clientela. 	S	10
CA4.6 Descríbóronse as técnicas que potencien o vínculo coa clientela.	<ul style="list-style-type: none"> PE.6 - Cuestionario das técnicas que potencien o vínculo coa clientela. 	N	5
CA4.7 Valorouse o potencial das novas tecnoloxías na atención á clientela, así como na procura de nova clientela.	<ul style="list-style-type: none"> TO.1 - Emprego das novas tecnoloxías na atención á clientela, así como na procura de nova clientela. 	N	5
CA4.8 Realizáronse conversas curtas de atención a clientes doutros países nos idiomas portugués, francés, italiano e inglés.	<ul style="list-style-type: none"> TO.2 - Avaliación do role play no que se levarán a cabo conversas curtas de atención a clientes doutros países nos idiomas portugués, francés, italiano e inglés. 	N	5
TOTAL			100

4.4.e) Contidos

Contidos
<p>Variables que interveñen.</p> <p>Proceso de comunicación.</p> <p>Técnicas de aplicación na atención á clientela: natureza e efectos.</p> <p>Aplicación das novas tecnoloxías na atención á clientela e na procura de clientela nova.</p> <p>Estratexias de fidelización da clientela.</p>

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

Que e para que	Como			Con que	Como e con que se valora	Duración (sesións)
Actividade (título e descrición)	Profesorado (en termos de tarefas)	Alumnado (tarefas)	Resultados ou produtos	Recursos	Instrumentos e procedementos de avaliación	
Técnicas de venda - Descrición das variables que inflúen na atención á clientela, da actitude na atención á clientela e das técnicas que potencian o vínculo coa clientela. Selección dos argumentos axeitados ante as obxeccións da clientela á compra. Análise das estratexias para identificar a satisfacción da clientela.	<ul style="list-style-type: none"> Presentación, por parte do profesor/a, da UD; os seus obxectivos, os contidos e os tipos de actividades que se desenvolverán, situando esta UD no módulo Breve explicación das variables que inflúen na atención á clientela, da actitude na atención á clientela e das técnicas que potencian o vínculo coa clientela Breve explicación de como responder as obxeccións da clientela con respecto á decisión de compra Breve explicación das estratexias para identificar a satisfacción da clientela. 	<ul style="list-style-type: none"> Representación e análise de situacións de atención ao cliente nas que os alumnos deben responder utilizando as técnicas explicadas 	<ul style="list-style-type: none"> Documentación do tema dictada ós alumnos 	<ul style="list-style-type: none"> Esquema gráfico de presentación da unidade ca temporalización Documentación do tema Guión para o Role play 	<ul style="list-style-type: none"> PE.1 - Cuestionario das variables que inflúen no proceso de atención á clientela. PE.2 - Cuestionario da forma e actitude na atención e no asesoramento á clientela. PE.3 - Cuestionario das técnicas de venda básicas para captar a atención e espertar o interese en función do tipo de cliente. PE.4 - Suposto práctico no que seleccionar os argumentos axeitados ante as obxeccións formuladas pola clientela. PE.5 - Cuestionario sobre as estratexias para identificar a satisfacción da clientela. PE.6 - Cuestionario das técnicas que potencien o vínculo coa clientela. 	5,0
As novas tecnoloxías na atención á clientela - Uso das novas tecnoloxías na atención á clientela e na procura de nova clientela		<ul style="list-style-type: none"> Buscar información sobre o uso das novas tecnoloxías na atención á clientela e na procura de nova clientela Posta en común das ideas atopadas na busca de información e realización dun informe final. 	<ul style="list-style-type: none"> Informe final resultado da busca de información e da posta en común 	<ul style="list-style-type: none"> Internet 	<ul style="list-style-type: none"> TO.1 - Emprego das novas tecnoloxías na atención á clientela, así como na procura de nova clientela. 	3,0
A atención ó cliente internacional - Realización de conversas curtas de atención a clientes doutros países nos idiomas portugués, francés, italiano e inglés.		<ul style="list-style-type: none"> En grupos de tres persoas buscarán frases útiles para manter conversas curtas de atención a clientes doutros países nos idiomas portugués, francés, italiano e inglés; repartindo un idioma para cada grupo. Posta en común e elaboración dun informe 	<ul style="list-style-type: none"> Informe final resultado da posta en común dos traballos realizados 	<ul style="list-style-type: none"> Tradutores na rede, dicionarios de inglés, portugués, francés e italiano 	<ul style="list-style-type: none"> TO.2 - Avaliación do role play no que se levarán a cabo conversas curtas de atención a clientes doutros países nos idiomas portugués, francés, italiano e inglés. 	2,0

**ANEXO XIII
MODELO DE PROGRAMACIÓN DE MÓDULOS PROFESIONAIS**

Que e para que	Como			Con que	Como e con que se valora	Duración (sesións)
Actividade (título e descrición)	Profesorado (en termos de tarefas)	Alumnado (tarefas)	Resultados ou produtos	Recursos	Instrumentos e procedementos de avaliación	
		recollendo a información para desenvolver conversas curtas de atención a clientes nos catro idiomas anteriores <ul style="list-style-type: none"> Estudio do informe anterior para poñer en práctica os coñecementos adquiridos realizando un role play en parellas de dous alumnos que representarán ao cliente e ao vendedor 				
TOTAL						10,0

4.5.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
5	Reclamacións e queixas	10

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA5 - Resolve queixas e reclamacións, e valora as súas implicacións na satisfacción da clientela.	SI

4.5.c) Obxectivos específicos da unidade didáctica

Obxectivos específicos	Act	Título das actividades	Duración (sesións)
1.1 Identificar as técnicas para prever e resolver conflitos.			
1.2 Describir as técnicas utilizadas para afrontar queixas e reclamacións da clientela.	1	Xestión das reclamacións	5,0
1.3 Recoñecer o proceso que se debe seguir ante unha reclamación.			
2.1 Identificar os elementos formais que contextualizan unha reclamación.	2	Folla de reclamacións	3,0

**ANEXO XIII
MODELO DE PROGRAMACIÓN DE MÓDULOS PROFESIONAIS**

Obxectivos específicos	Act	Título das actividades	Duración (sesións)
2.2 Identificar a documentación asociada ás reclamacións.			
3.1 Analizar as consecuencias dunha reclamación non resolta.	3	Tratamento de obxeccións	2,0
3.2 Valorar a importancia do servizo posvenda nos procesos comerciais.			
TOTAL			10

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

Criterios de avaliación	Instrumentos de avaliación	Mínimos exixibles	Peso cualificación (%)
CA5.1 Identifícanse as técnicas para prever e resolver conflitos.	<ul style="list-style-type: none"> PE.1 - Cuestionario das técnicas para prever e resolver conflitos. 	S	20
CA5.2 Descríbense as técnicas utilizadas para afrontar queixas e reclamacións da clientela.	<ul style="list-style-type: none"> PE.2 - Cuestionario das técnicas utilizadas para afrontar queixas e reclamacións da clientela. 	S	20
CA5.3 Recoñécese o proceso que se debe seguir ante unha reclamación.	<ul style="list-style-type: none"> PE.3 - Cuestionario do proceso que se debe seguir ante unha reclamación. 	S	15
CA5.4 Identifícanse os elementos formais que contextualizan unha reclamación.	<ul style="list-style-type: none"> TO.1 - Cumprimentación dos elementos formais que contextualizan unha reclamación. 	S	20
CA5.5 Identifícase a documentación asociada ás reclamacións.	<ul style="list-style-type: none"> TO.2 - Emprego da documentación asociada ás reclamacións. 	S	15
CA5.6 Analizáronse as consecuencias dunha reclamación non resolta.	<ul style="list-style-type: none"> TO.3 - Cuestionario das consecuencias dunha reclamación non resolta. 	N	5
CA5.7 Valorouse a importancia do servizo posvenda nos procesos comerciais.	<ul style="list-style-type: none"> TO.4 - Cuestionario da importancia do servizo posvenda nos procesos comerciais. 	N	5
TOTAL			100

4.5.e) Contidos

Contidos
Técnicas para prever e resolver conflitos.
Técnicas para afrontar queixas e reclamacións.

Contidos
Procedemento de recollida das reclamacións e queixas presenciais non presenciais. Elementos formais que contextualizan a reclamación. Configuración documental da reclamación. Resolución de queixas e reclamacións: repercusións económicas. Procedementos utilizados no servizo posvenda.

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

Que e para que	Como			Con que	Como e con que se valora	Duración (sesións)
Actividade (título e descrición)	Profesorado (en termos de tarefas)	Alumnado (tarefas)	Resultados ou produtos	Recursos	Instrumentos e procedementos de avaliación	
Xestión das reclamacións - Identificación das técnicas para prever e resolver conflitos, das técnicas para afrontar queixas e reclamacións da clientela e do proceso que se debe seguir ante unha reclamación.	<ul style="list-style-type: none"> Presentación, por parte do profesor/a, da UD; os seus obxectivos, os contidos e os tipos de actividades que se desenvolverán, situando esta UD no módulo Breve explicación das técnicas para prever e resolver conflitos e para afrontar queixas e reclamacións da clientela. Explicación tamén do proceso que se debe seguir ante unha reclamación Proposta de cuestionarios e casos prácticos sobre a xestión de reclamacións e o seu proceso 	<ul style="list-style-type: none"> Realización dos cuestionarios e casos prácticos propostos 	<ul style="list-style-type: none"> Documentación do tema, presentación Cuestionarios e casos prácticos resoltos 	<ul style="list-style-type: none"> Esquema gráfico de presentación da unidade ca temporalización Bibliografía e webgrafía. 	<ul style="list-style-type: none"> PE.1 - Cuestionario das técnicas para prever e resolver conflitos. PE.2 - Cuestionario das técnicas utilizadas para afrontar queixas e reclamacións da clientela. PE.3 - Cuestionario do proceso que se debe seguir ante unha reclamación. 	5,0
Folla de reclamacións - Identificación dos elementos formais dunha reclamación e da documentación asociada ás reclamacións.	<ul style="list-style-type: none"> Posta a disposición do alumnado de formularios de reclamación en papel, enlaces para presentación de reclamación via online e exemplos de documentos relacionados coas reclamacións 	<ul style="list-style-type: none"> Manexo e cumprimentación da documentación asociada ás reclamacións 	<ul style="list-style-type: none"> Follas de reclamación cubertas 	<ul style="list-style-type: none"> Dispositivo electrónico e acceso a internet 	<ul style="list-style-type: none"> TO.1 - Cumprimentación dos elementos formais que contextualizan unha reclamación. TO.2 - Emprego da documentación asociada ás reclamacións. 	3,0

Que e para que	Como			Con que	Como e con que se valora	Duración (sesións)
Actividade (título e descrición)	Profesorado (en termos de tarefas)	Alumnado (tarefas)	Resultados ou produtos	Recursos	Instrumentos e procedementos de avaliación	
Tratamento de obxeccións - Analizáronse as consecuencias dunha reclamación non resolta e da importancia do servizo posvenda	<ul style="list-style-type: none"> Breve explicación das consecuencias dunha reclamación non resolta e da importancia do servizo posvenda. Proposta de casos prácticos 	<ul style="list-style-type: none"> Relacionar os motivos das reclamacións cas solucións propostas nos casos prácticos e valorar as consecuencias (económicas, perda de confianza) das mesmas 	<ul style="list-style-type: none"> Casos prácticos resoltos 	<ul style="list-style-type: none"> 	<ul style="list-style-type: none"> TO.3 - Cuestionario das consecuencias dunha reclamación non resolta. TO.4 - Cuestionario da importancia do servizo posvenda nos procesos comerciais. 	2,0
TOTAL						10,0

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

CRITERIOS DE AVALIACIÓN QUE SON MÍNIMOS ESIXIBLES PARA ACADAR A AVALIACIÓN POSITIVA:

Os mínimos esixibles atópanse recollidos en cada unha das UD's da presente programación, no epígrafe 4.c. Para obter unha avaliación positiva e superar o módulo, o alumnado deberá superar a lo menos os devanditos criterios, indispensables para acadar os RAs asociados a cada unha das UD's.

Os mínimos exixible por cada UD son:

UD1:

CA1.1 Identificáronse os tipos de custo. CA1.2 Determináronse as variables que interveñen no custo e no beneficio. CA1.3 Realizouse o escandallo do produto elaborado. CA1.5 Fixouse o prezo dun produto cun beneficio establecido. CA1.7 Identificáronse os condicionantes dos prezos de venda dos produtos alimentarios.

UD2:

CA2.1 Identificáronse os catro elementos da mercadotecnia: prezo, lugar, promoción e produto. CA2.2 Identificáronse as características dos produtos, a súa diferenciación, a imaxe de marca, e o posicionamento da empresa e da competencia. CA2.3 Analizáronse e caracterizáronse as principais canles de comercialización para os produtos alimentarios. CA2.4 Especificouse a documentación necesaria da operación de venda. CA2.8 Adaptáronse as técnicas de venda ao medio de comunicación empregado (presencial, teléfono, internet, televisión interactiva, telefonía móbil, correo postal, correo electrónico, etc.). CA2.9 Realizouse a promoción do produto adaptada a cada medio de comunicación.

UD3:

CA3.1 - Enumeráronse as fases da operación de venda. CA3.2 - Describíronse as variables que interveñen no prezo de venda. CA3.4 - Calculáronse os descontos, o prezo de venda total e as marxes comerciais en función das condicións de pagamento e os impostos que gravan a operación de venda. CA3.5 - Describíronse os principais tipos de contratos de compravenda no sector alimentario.

CA3.6 - Identificouse e formalizouse a documentación asociada ao cobramento e ao pagamento.

UD4:

CA4.1 - Descríbense as variables que inflúen no proceso de atención á clientela. CA4.2 - Descríbiuse a forma e actitude na atención e no asesoramento á clientela. CA4.3 - Explicáronse as técnicas de venda básicas para captar a atención e despertar o interese en función do tipo de cliente. CA4.4 Selecciónáronse os argumentos axeitados ante as obxeccións formuladas pola clientela. CA4.5 Analizáronse as estratexias para identificar a satisfacción da clientela.

UD5:

CA5.1 - Identificáronse as técnicas para prever e resolver conflitos. CA5.2 - Descríbense as técnicas utilizadas para afrontar queixas e reclamacións da clientela. CA5.3 - Recoñeceuse o proceso que se debe seguir ante unha reclamación. CA5.4 - Identificáronse os elementos formais que contextualizan unha reclamación. CA5.5 - Identificouse a documentación asociada ás reclamacións.

CRITERIOS DE CUALIFICACIÓN:

A avaliación do alumnado realizarase mediante os seguintes instrumentos:

- **PROBAS ESCRITAS:** terán un peso dun 80% na nota da avaliación, e serán valoradas cunha nota numérica, comprendida entre 0 e 10. As probas escritas poderán incluír preguntas de desenvolvemento, completar cadros, oracións, debuxos, cuestións tipo test, preguntas de verdadeiro ou falso, problemas; relativas os contidos abordados en cada avaliación. Nas diversas probas indicarase o alumnado a puntuación de cada pregunta, así como todas aquelas cuestións necesarias para a súa realización.
- **TABOAS DE OBSERVACIÓN:** terán un peso dun 20% na nota da avaliación, e serán valoradas cunha nota numérica, comprendida entre 0 e 10. Inclúense as probas ou tarefas prácticas, informes e traballos de investigación propostos.

O total da puntuación asignada a cada unha das probas (escritas e prácticas) dentro de cada avaliación, será a resultante de dividir a suma de todas as cualificacións, entre o número de probas realizadas de cada tipo. Para o cálculo da cualificación de cada avaliación sumarase a cualificación das probas escritas máis a cualificación das probas prácticas, plantexadas en cada avaliación, segundo os pesos indicados anteriormente.

A cualificación de cada avaliación e a final será numérica, entre 1 e 10 sen decimais. Considerándose como apto a puntuación igual ou superior a 5 puntos, redondeando os decimais ao punto máis próximo.

O tratarse dun módulo de 2º curso haberá dúas avaliacións. A cualificación da 1ª avaliación corresponderá cos instrumentos de avaliación empregados na valoración dos CAs asociados as UD1 e UD2. A cualificación da 2ª avaliación corresponderá ca cualificación final do módulo polo tanto cos instrumentos de avaliación empregados na valoración dos CAs asociados a todas as UDs (UD1, UD2, UD3, UD 4 e UD5).

6. Procedemento para a recuperación das partes non superadas

6.a) Procedemento para definir as actividades de recuperación

O alumnado que non supere mediante a avaliación parcial o módulo, poderá realizar unha recuperación das partes non superadas a finais do segundo trimestre, previa á FCT.

Dita recuperación valorará os seguintes instrumentos:

- **PROBAS ESCRITAS:** terán un peso dun 80% na nota da avaliación, e serán valoradas cunha nota numérica, comprendida entre 0 e 10. As probas escritas poderán incluír preguntas de desenvolvemento, completar cadros, oracións, debuxos, cuestións tipo test, preguntas de verdadeiro ou falso, problemas; relativas os contidos abordados en cada avaliación. Nas diversas probas indícarase o alumnado a puntuación de cada pregunta, así como todas aquelas cuestións necesarias para a súa realización.

- **TABOAS DE OBSERVACIÓN:** terán un peso dun 20% na nota da avaliación, e serán valoradas cunha nota numérica, comprendida entre 0 e 10. Inclúense as probas ou tarefas prácticas, informes e traballos de investigación propostos.

O alumnado que non supere o módulo antes da realización da FCT recibirá un informe individualizado especificando as partes que teñen que recuperar, o programa de actividades de recuperación a realizar durante o terceiro trimestre e a data específica da/s proba/s de recuperación a realizar no mes de Xuño coincidindo coa avaliación final. As actividades consistirán en resolución de dúbidas e repetir aquelas actividades prácticas realizadas durante o curso nos que o alumnado presente maiores dificultades.

A cualificación final do módulo nestes casos realizarase seguindo o indicado no punto 5.

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

No caso de alcanzar perda de dereito a avaliación continua por faltas de asistencia, o alumnado disporá dunha proba a realizar no período extraordinario indicado pola administración.

A proba conterá tantas partes como resultados de aprendizaxe teña o módulo e realizarase seguindo as normas que estableza o Departamento de Industrias Alimentarias, sendo necesaria a obtención de unha nota mínima de 5 para superar o módulo.

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

Farase un seguimento alo menos mensual da programación utilizando a opción que para elo está habilitada na plataforma programación e nas reunións mensuais de tutoría.

Ao final de curso, valórase a consecución desta programación, facéndose referencia á mesma na memoria de final de curso e téndose en conta para a elaboración da programación do seguinte ano, en canto a:

- Obxectivos conseguidos
- Contidos acadados
- Cambios en lexislación que poden afectar o módulo
- % de alumnado que supera o módulo

Ao rematar o curso propórase un cuestionario (anónimo) o alumnado para que valoren o módulo. O resultado de tal cuestionario aparecerá na memoria de final de curso, e será tido en conta na elaboración da programación do seguinte ano. Preguntarase sobre:

- Dificultades encontradas
- Qué cambiaría do módulo
- Qué aprendeu no módulo
- Cales foron a partes máis interesantes

8. Medidas de atención á diversidade

8.a) Procedemento para a realización da avaliación inicial

Ao comezo das actividades do curso académico, o equipo docente realizará unha sesión de avaliación inicial do alumnado, que terá por obxecto coñecer as características e a formación previa de cada alumno e de cada alumna, así como as súas capacidades. Así mesmo, deberá servir para orientar e situar ao alumnado en relación co perfil profesional correspondente.

Nesta sesión, o profesor ou a profesora que se encarguen da tutoría darán a información dispoñible sobre as características xerais do grupo ou sobre as circunstancias especificamente académicas ou persoais, con incidencia educativa, de cantos alumnos e alumnas o compoñan.

Esta información poderá proceder, entre outras:

- a) Dos informes individualizados de avaliación da etapa anteriormente cursada, no seu caso.
- b) Dos estudos académicos ou os ensinos de formación profesional inicial ou para o emprego previamente realizados.
- c) Do alumnado matriculado sen titulación académica de acceso.
- d) Dos informes ou dictames específicos do alumnado discapacitado ou con necesidades educativas especiais que poida haber no grupo.
- e) Da experiencia profesional previa.
- f) Da matrícula condicional do alumnado estranxeiro.
- g) Da observación do alumnado e as actividades realizadas nas primeiras semanas do curso, como os cuestionarios realizados polos docentes de cada módulo para detectar necesidades especiais e indagar nos coñecementos previos sobre o módulo entre o alumnado.

O tratado na sesión de avaliación inicial e os acordos que adopte o equipo docente na mesma recolleranse nun acta, da que se entregará copia na xefatura de estudos, incluíndo especialmente aqueles que teñan que ver con aspectos de flexibilización na duración dos ensinos. Esta avaliación inicial en ningún caso levará consigo cualificación para o alumnado.

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

MEDIDAS DE REFORZO DE CARÁCTER GLOBAL: as medidas para atender a diversidade e a integración do alumnado materialízanse a través de:

- Axustes na metodoloxía, adaptando os recursos pedagóxicos ás necesidades do alumnado.
- Materiais didácticos variados, que ofrezan un conxunto de actividades que aborden os contidos de distintas maneiras.
- Axustes no formato dos instrumentos de avaliación e na temporalización se fora necesario
- Nas horas titoriais aportarase reforzo ao alumnado que o requira, (luns, de 16:00 a 17:00 horas).

MEDIDAS DE REFORZO PARA O ALUMNADO CON NEAE E NEE: Terase en conta o establecido na ORDE do 8 de setembro de 2021, pola que se desenvolve o Decreto 229/2011, do 7 de decembro, polo que se regula a atención á diversidade do alumnado dos centros docentes da Comunidade Autónoma de Galicia nos que se imparten as ensinanzas establecidas na Lei orgánica 2/2006, do 3 de maio, de educación.

Dacordo co artigo 61 del Decreto 114/2010, de 1 de xullo, o alumnado con necesidades educativas especiais, con arreglo ó establecido no artigo 73 da Ley orgánica 2/2006, de 3 de maio, de educación, poderá ser autorizado, cando as necesidades de apoio específico así o xustifiquen, para cursar os ciclos formativos en réximen ordinario de modo fragmentado por módulos, con una temporalización distinta a establecida con carácter xeral.

Para levar a cabo calquer tipo de reforzo ou flexibilización (sempre en colaboración do titor/a e do orientador/a) deberánse revisar algúns elementos básicos da programación:

As capacidades e os contidos.

Establecemento de obxectivos ou contidos alternativos e /ou complementarios.

Variacións na secuencia de contidos (temporalización).

A metodoloxía

Técnicas de traballo cooperativo.

Actividades de pequeno grupo con dificultade gradual.

Actividades de reforzo, poden ser alternativas.

Reforzo positivo, valora-las capacidades do alumno /a, mellorar a súa autoestima.

A avaliación, modificacións tanto en criterios, en instrumentos como en procedementos avaliativos.

9. Aspectos transversais

9.a) Programación da educación en valores

É importante sinalar que ao longo do módulo se traballará coa educación en valores non só a través do traballo con actitudes recollidas no currículo do módulo, senón a través de distintos contidos inherentes ao

noso traballo de aula-taller-obradoiro, para este módulo podemos destacar:

- * Educación para a igualdade: Estará sempre presente, xa que logo, en ningún momento se fará diferenza entre o noso alumnado por causa do seu sexo, raza, crenzas ou calquera outra característica de diferenciación entre as persoas.
- * Educación ambiental: É fundamental fomentar o respecto ao medio ambiente e mesmo fomentar o correcto emprego dos medios de que se dispón sen desperdiciar papel, consumo de auga, electricidade, etc., insistir na reciclaxe e na conservación.
- * Educación para a saúde: É importante adquirir bos hábitos posturais no traballo, así como uns adecuados hábitos de saúde e limpeza ou unha adecuada hixiene ocular ou visual nun sistema educativo e laboral onde os ordenadores toman cada día un papel máis importante, sen esquecer que a nivel profesional (tendo en conta nas situacións en que exercerán o seu traballo) deben ter en conta a súa saúde persoal e a do usuario como elementos cotiás do seu emprego.
- * Educación para a convivencia: Procurarase a resolución de conflitos fomentando o diálogo baseado no respecto, e, procurando atopar solucións de consenso de xeito democrático. Por exemplo: achegas de propostas ou ideas á hora de fixar condicións de entrega de traballos, datas de probas, etc.
- * Educación do consumidor: Fomentando entre o alumnado un consumo responsable, tanto dos seus propios materiais como dos do centro e do ciclo (aula, material informático, talleres,...)
- * Interculturalidade: Traballando dende o principio de respecto, as distintas culturas e xeitos de entender o mundo; entendendo isto como un enriquecemento; sinalar a este respecto, a cada vez máis frecuente presenza nas nosas aulas de alumnos de outras culturas que nos axudan a interpretar que non todas as realidades son iguais. Consideraremos tamén de xeito transversal e como valor importante na Formación Profesional a orientación profesional polo carácter teórico-práctico que posúe o módulo e o ciclo, impregnando de funcionalidade cada unha das actividades que realicemos e contextualizándoas, sempre que sexa posible, no noso contorno socioeconómico.

Outras accións transversais serán:

A posta en valor do patrimonio cultural de Galicia.

Atendendo os obxectivos anuais que desenvolve o Plan Funcional e Estratéxico do Centro, concretamente:

- Potenciar a conservación do patrimonio cultural e facilitar a relación do alumnado cos seus maiores para que poidan empaparse do universo cultural que atesouran e así contribuír á conservación de tradicións, técnicas, usos, costumes e saberes. .
- Situar o galego como instrumento básico de difusión da cultura de Galicia e da cultura universal en todos os niveis e áreas educativas. .- Facilitar a plena integración lingüística dos alumnos e alumnas procedentes de fóra de Galicia.

Fomento do Plurilingüismo.

Atendendo os obxectivos anuais que desenvolven o Plan Funcional e Estratéxico do Centro, concretamente: Incrementar as competencias do alumnado en linguas estranxeiras.

Inclúense tamén os obxectivos xerais do PAT:

- Favorecer a integración do alumnado no seu grupo e no CIFP, e favorecer un clima de convivencia, tolerancia e colaboración.
- Contribuír a personalizar a relación educativa fomentando a confianza entre o alumnado e o profesorado á hora de abordar posibles dificultades, canalizando a axeitada atención aos intereses e ás suxestións do

- alumnado.
- Colaborar na consecución dun mellor ambiente de traballo, disciplina e puntualidade no grupo.
 - Axudar e orientar o alumnado sobre o seu rendemento académico, colaborando no ensino de hábitos e actitudes positivas para o estudo, e de técnicas de traballo intelectual.
 - Contribuír á coherencia no desenvolvemento das programacións do profesorado do grupo a través da coordinación dos procesos de avaliación e da adopción de medidas educativas para dar resposta ás necesidades detectadas
 - Proporcionarlle ao alumnado información e asesoramento con respecto á diversidade de opcións académicas e profesionais, facilitando así a toma de decisións respecto ao futuro escolar e socio laboral.
 - Obter e seleccionar datos e información sobre o alumnado individualmente e colectivamente, para os pór á disposición -pola súa utilidade- do resto do profesorado.
 - Establecer canles de comunicación coas familias, no caso do alumnado menor de idade.

9.b) Actividades complementarias e extraescolares

Organizaranse e realizaranse visitas ás empresas do sector da industria alimentaria que permitan complementar os coñecementos adquiridos no centro. O número de visitas e a tipoloxía das industrias programarase en conxunto no Departamento de Industrias Alimentarias para coordinarse entre os diferentes módulos dos diferentes ciclos impartidos.

En relación o presente módulo, proporáse a realización de visitas a distintas empresas para poder ver as técnicas de venda, marketing e promoción que se levan a cabo nos distintos sectores, máis sempre en coordinación co resto do equipo docente do ciclo formativo.

10. Outros apartados

10.1) Temporalización das UD's

De xeito aproximado seguirase a seguinte secuenciación:

No primeiro trimestre daranse as unidades didácticas 1 e 2

No segundo trimestre daranse a unidades didácticas 3, 4, e 5