

Datos generales del Módulo.

Familia Profesional:	FAMILIA PROFESIONAL SANIDAD				
Ciclo Formativo:	TÉCNICO EN FARMACIA Y PARAFARMACIA				
Normativa que regula el título.	<ul style="list-style-type: none"> • Real Decreto 1689/2007, de 14 de Diciembre, por el que establece el Título de Técnico en Farmacia y Parafarmacia y en el que se fijan sus enseñanzas mínimas. (BOE 15, 17-01-2008) • Orden 15 de Octubre de 2009 por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico de Grado Medio en Farmacia y Parafarmacia. (BOJA 220, 11/11/2009) 				
Módulo Profesional:	DISPOSICIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS MP099				
Número de horas.	<i>Total horas anuales:</i>	96			
Características del Módulo:	<i>as Unidades de Competencia:</i> UC0363_2. Controlar los productos y materiales, la facturación y la documentación en establecimientos y servicios de farmacia			<i>Nº horas semanales:</i>	3
Centro Docente:	IES ALBAIDA			<i>Curso Académico:</i>	20/21
Profesor/a	CARLOS ARMANDO GARCÍA SÁNCHEZ RAFAEL SUÁREZ BAENA				

Objetivos Generales: Según Orden 15 de Octubre de 2009

- d) Reconocer las características y la presentación de los productos farmacéuticos y parafarmacéuticos relacionándolos con sus aplicaciones para asistir en la dispensación de productos.
- e) Informar sobre la utilización adecuada del producto interpretando la información técnica suministrada para dispensar productos farmacéuticos y parafarmacéuticos, atendiendo las consultas e informando con claridad a los usuarios sobre las características y uso racional de los productos.
- o) Efectuar operaciones administrativas organizando y cumplimentando la documentación según la legislación vigente para tramitar la facturación de recetas y gestionar la documentación generada en el establecimiento.
- s) Valorar la diversidad de opiniones como fuente de enriquecimiento, reconociendo otras prácticas, ideas o creencias, para resolver problemas y tomar decisiones.

Orientaciones pedagógicas: Según Orden 15 de Octubre de 2009

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar la función de prestación del servicio de atención al usuario venta.

La función de prestación del servicio incluye aspectos como:

- Atención al usuario, informando y asesorando al usuario sobre productos parafarmacéuticos.
- Venta de productos parafarmacéuticos.
- Organización de los productos en la parafarmacia.

Resultados de aprendizaje: Según **Orden 15 de Octubre de 2009**

- 1) Aplica técnicas de atención a usuarios describiendo y aplicando procedimientos y protocolos de comunicación.
- 2) Ejecuta actividades de venta de productos parafarmacéuticos describiendo y aplicando las fases de un proceso de venta.
- 3) Organiza los productos de parafarmacia en el punto de venta, aplicando técnicas de merchandising.
- 4) Atiende reclamaciones presentadas por los usuarios reconociendo y aplicando criterios y procedimientos de actuación.

Criterios de Evaluación del RA1

1. Aplica técnicas de atención a usuarios describiendo y aplicando procedimientos y protocolos de comunicación.

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido los tipos de usuarios.
- b) Se ha analizado el comportamiento de diferentes tipos de usuario.
- c) Se han descrito las fases que componen la atención al usuario según el plan de acción definido.
- d) *Se ha simulado la obtención de la información necesaria de posibles usuarios y en diferentes situaciones.*
- e) Se ha descrito los ficheros de usuario y la legislación que los protege.
- f) Se han identificado conceptos, elementos, barreras, factores modificadores y tipos de comunicación.
- g) Se han analizado los diferentes tipos de lenguaje, las técnicas y las estrategias para una buena comunicación.
- h) Se ha valorado la importancia de la cortesía, la amabilidad, el respeto, la discreción, la cordialidad y el interés en la interrelación con el usuario
- i) Se han definido las características de la información (inmediatez, precisión) y el asesoramiento (claridad, exactitud).
- j) Se han establecido las habilidades personales y sociales a desarrollar para lograr una perfecta comunicación.
- k) Se han distinguido los elementos fundamentales para transmitir la imagen de la empresa como un departamento de atención al usuario.
- l) Se han analizado los sistemas de calidad en atención al usuario.

Criterios de Evaluación del RA2....

2. Ejecuta actividades de venta de productos parafarmacéuticos describiendo y aplicando las fases de un proceso de venta.

Criterios de evaluación:

- a) Se han valorado como facilitadores, en el proceso de decisión de compra, la información, el asesoramiento, el ambiente acogedor, la educación, la comunicación y las habilidades sociales del vendedor.
- b) Se han identificado la tipología del usuario, sus motivaciones y sus necesidades de compra.
- c) Se ha definido la importancia de mantener actualizado el fichero de usuarios para la aplicación del plan de fidelización.
- d) Se ha descrito la importancia del conocimiento por parte del vendedor de las características del producto.
- e) Se han desarrollado las fases de un proceso de venta (captar la atención, provocar el interés, despertar el deseo, mover a la acción del usuario).
- f) Se han analizado las cualidades y actitudes que debe desarrollar el vendedor hacia el usuario y la empresa (marketing interno).
- g) Se ha relacionado el concepto de marketing con la satisfacción de los deseos del consumidor.
- h) Se han determinado las líneas de actuación en la venta según el plan de acción establecido por la empresa.
- i) Se ha descrito la normativa y legislación nacional, autonómica y otras disposiciones.

Criterios de Evaluación del RA3....

3. Organiza los productos de parafarmacia en el punto de venta, aplicando técnicas de merchandising.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado la relación libre y personal que se establece entre usuario y productos expuestos según organización, colocación o decoración.
- b) Se han clasificado los productos de parafarmacia según su utilidad observando la normativa vigente.
- c) Se han establecido los parámetros físicos y comerciales que determinan la colocación (puntos calientes) del surtido (productos) en los niveles del lineal (mobiliario).
- d) Se han desarrollado procedimientos de etiquetaje y se han elaborado elementos publicitarios de apoyo para la información sobre los productos.
- e) Se han descrito los tipos de embalaje y empaquetado según el producto, las características del mismo y la imagen que quiere transmitir la empresa.
- f) Se han valorado las sugerencias que el vendedor puede aportar basándose en la información recopilada acerca de las demandas o sugerencias de los posibles usuarios.
- g) Se ha valorado la importancia de reposición del stock de acuerdo con el procedimiento establecido por la empresa.
- h) Se han analizado diferentes sistemas antihurto.

Criterios de Evaluación del RA4...

4. Atiende reclamaciones presentadas por los usuarios reconociendo y aplicando criterios y procedimientos de actuación.

Criterios de evaluación:

- a) Se han tipificado la actitud, la postura y el interés que deben adoptarse ante quejas y reclamaciones, utilizando un estilo asertivo para informar al usuario.
- b) Se han desarrollado las técnicas que se utilizan para la resolución de conflictos y reclamaciones.
- c) Se ha descrito el procedimiento para la presentación de reclamaciones.
- d) Se han identificado las alternativas al procedimiento que pueden ser ofrecidas al usuario ante reclamaciones fácilmente subsanables.
- e) Se han reconocido los aspectos de las reclamaciones en los que incide la legislación vigente.
- f) Se ha establecido la información registrada del seguimiento posventa, de incidencias, de peticiones y de reclamaciones de usuarios como indicadores para mejorar la calidad del servicio prestado y aumentar la fidelización.
- g) Se ha valorado la importancia que, para el control de calidad del servicio, tienen los sistemas de información manuales e informáticos que organizan la información.
- h) Se han establecido técnicas para mejorar los servicios prestados.

Competencias Profesionales, Personales y Sociales asociadas al MP: Según Orden de 15 Octubre de 2009

La formación del módulo contribuye a alcanzar las siguientes **competencias del título:**

- c) Realizar la venta de productos parafarmacéuticos, atendiendo las demandas e informando con claridad a los usuarios.
- n) Apoyar psicológicamente a los usuarios, manteniendo discreción, y un trato cortés y de respeto.
- ñ) Intervenir con prudencia y seguridad respetando las instrucciones de trabajo recibidas.
- o) Seleccionar residuos y productos caducados para su eliminación de acuerdo con la normativa vigente.
- p) Aplicar procedimientos de calidad y de prevención de riesgos laborales y ambientales, de acuerdo con lo establecido en los procesos de farmacia.

Líneas de actuación: Según Orden de 15 de Octubre de 2009

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

- La aplicación de técnicas de venta de productos parafarmacéuticos.
- La implantación y animación del surtido en el espacio físico.
- La aplicación de técnicas de comunicación.
- La atención de reclamaciones.

Contenidos básicos del Módulo: Según Orden de 15 de Octubre de 2009

Atención al usuario:

- Habilidades personales y sociales que mejoran la comunicación interpersonal.
- Técnicas de comunicación.
- Fases de atención al usuario.
- Fichero de usuarios.

Actividades de venta:

- Fases de la venta.
- Marketing interno y externo.
- Plan de acción de la empresa.
- Normativa y legislación.

Organización de los productos de parafarmacia:

- Puntos calientes y puntos fríos en el establecimiento comercial.
- Colocación del surtido. Niveles del lineal.
- Tipos de empaquetado y embalaje.
- Informe comercial del vendedor.

Atención de reclamaciones:

- Procedimientos para reclamar. Legislación.
- Indicadores para el control de calidad del establecimiento.
- Sistemas de información. Registro manual y automatizado.
- Mejora del servicio prestado.

Formación en Centro Educativo

RA1.- Aplica técnicas de atención a usuarios describiendo y aplicando procedimientos y protocolos de comunicación.

- o La información y comunicación.
- o Los elementos de la comunicación.
- o Proceso de comunicación.
- o Tipos de comunicación.
- o Barreras en la comunicación.
- o Elementos comunicativos en la oficina de farmacia.
- o Los clientes.
- o Las características que definen el cliente.
- o Los tipos de clientes.
- o Ficheros de clientes y bases de datos.
- o La compra y tipos de compras.

RA2.- Ejecuta actividades de venta de productos parafarmacéuticos describiendo y aplicando las fases de un proceso de venta.

- o La atención al cliente en la oficina de farmacia.

- Las habilidades comunicativas en la atención al cliente.
- La atención telefónica en la oficina de farmacia.
- La venta.
- Factores que condicionan la venta.
- El vendedor. Cualidades.
- Las fases de la venta.
- El plan de acción de la empresa.
- Marketing. Plan de marketing.
- Análisis del entorno.
- Análisis de la empresa.
- Sistema DAFO.
- Estrategias de marketing.
- Recursos.
- Plan de acción.

RA3.- Organiza los productos de parafarmacia en el punto de venta, aplicando técnicas de merchandising.

- El merchadising en la oficina de farmacia.
- El exterior de la oficina de farmacia.
- El interior de la oficina de farmacia.
 - Tipos de productos.
- Organización y colocación de productos.
- Animación de la venta.
 - Embalaje y envasado. Funciones.
- Los envases.
- Diseño de envases.
- El etiquetado.

RA4.- Atiende reclamaciones presentadas por los usuarios reconociendo y aplicando criterios y procedimientos de actuación.

- Las reclamaciones.
 - Causas de reclamaciones.
 - Procedimiento de actuación ante una queja.
 - Normativa relativa a quejas y reclamaciones.
- La calidad.
- Gestión de la calidad en la oficina de farmacia.
- Mejora de la calidad.
- Fidelización de clientes.

Contenidos de carácter Transversal.

- Sector empresarial. Búsqueda de empresas del sector farmacéutico en Andalucía
- Medio Ambiente. Reciclaje de equipos y material informático.
- Seguridad e higiene. Problemas de malas posturas ante el ordenador.
- TIC. Las nuevas tecnologías al servicio de la salud.
- Fomento de la lectura. Como parte del Plan de Lectura del centro.

Medidas de atención a la diversidad.

- Problemas de Idioma. Cuando el alumnado tenga dificultades con el idioma estableceremos programas traductores.
- Problemas ante el uso de las TIC. Se recomienda práctica y se facilitan direcciones Web para herramientas específicas.
- Problemas ante diferentes ritmos de aprendizaje. Con el uso de la plataforma virtual de apoyo, la gestión de los ritmos de aprendizaje se adapta a los diferentes perfiles que puede presentar el alumnado.
- Dificultades por discapacidades físicas, psíquicas o sensoriales. Según las indicaciones del departamento de Orientación se contemplará una organización de tiempos flexible.

Materiales y recursos didácticos que se van a utilizar.
<i>En el Instituto.</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Aula con ordenadores conectada a Internet, con espacios y herramientas software adecuadas. - Ordenador del profesor con proyector. - Plataforma Moodle2 - Fuentes documentales como Catálogo de Especialidades Farmacéuticas.

Espacios y equipamientos mínimos: Según Anexo de la Orden que desarrolla el currículo del título...	
Espacio Formativo / Superficie m²	Equipamiento mínimo
Aula Polivalente: Para 20 alumnos/as, 40 m ²	Pizarra de Rotulador Puesto de profesorado con ordenador y proyector Ordenadores instalados en red y conexión a Internet.

Actividades Complementarias y extraescolares. Fechas previstas de realización. Incluye la formación complementaria.					
Descripción de las actividades a desarrollar; viajes, excursiones, visitas, exposiciones, conferencias	Fecha aproximada o trimestre	Grupos a los que va destinado:	Gastos previstos para la actividad	Posibilidad junto con otros centros	Transporte
Visita Hermandad Farmacéutica Almeriense	2º	1º FAR	No	No	No
Visita a Laboratorio Durbán	2º	1º FAR	No	No	No

Calendario de los periodos en Centro Educativo

El periodo formativo según el calendario de evaluaciones:

- Primera evaluación del 21-09-2020 al 16-12-2020
- Segunda evaluación del 17-12-2020 al 23-03-2021.
- Tercera evaluación del 24-03-2020 al 31-05-2021.
- Clases de recuperación y mejora de competencias del 01-06-2021 al 22-06-2021

Metodología general.

Este módulo profesional se imparte a lo largo de tres horas semanales en el **centro educativo** en las que se alterna teoría y práctica. Como herramienta principal de apoyo y desarrollo de todos los contenidos se utiliza la plataforma educativa Moodle, que además se utiliza como sistema de registro de entrega de las diversas actividades formativas que se realizan a lo largo del curso.

- TEORÍA: Cada tema es tratado en clase con ayuda de un proyector multimedia y pizarra digital. Tras el correspondiente desarrollo teórico, el alumnado debe ser capaz de llevar estos aprendizajes a los supuestos prácticos que se propongan.
- PRÁCTICA: Se realizarán tareas que deben entregarse a través de la plataforma Moodle en el plazo establecido, y se realizarán casos prácticos que versarán sobre los contenidos de la materia.

FORMACIÓN PRESENCIAL EN EL AULA.

- Explicaciones en clase.
- Supuestos prácticos en equipo. Ejercicios individuales. Exposición de trabajos
- Evaluación a través de la plataforma.

EVALUACIÓN.

La evaluación es continua, lo que implica una asistencia regular a clase y la participación en todas las actividades programadas. Esto supone la diaria realización de tareas evaluables que el alumnado debe realizar en clase y puede completar fuera del horario lectivo en aquellos casos en los que sea preciso.

Para que el alumno/a sea evaluado, es condición absolutamente necesaria que la falta de asistencia a clase no supere el **25% (justificadas e injustificadas)**, y la realización de al menos el **50 % de las actividades**, en caso contrario perderá el derecho a la evaluación continua, y tendrá que presentarse a la prueba teórico-práctica de evaluación final con el módulo completo, entregar las actividades de recuperación y superar además una prueba teórico-práctica con todos los contenidos del módulo.

<p>Se evaluará de forma individualizada en qué medida cada alumno/a ha alcanzado los objetivos programados (evaluación personalizada), el proceso de enseñanza-aprendizaje y la propia práctica docente. Para ello tendremos en cuenta su trayectoria del curso en función de la entrega en plazo de las diferentes actividades, su participación en clase, actitud en cuanto al módulo profesional, trabajo en equipo, su evolución en el módulo profesional...</p> <p>Los resultados de aprendizaje a alcanzar en el módulo serán evaluados con la escala numérica entera que va desde el valor 1 al 10, siendo extraído del valor promedio resultados de aprendizaje del módulo.</p>	
<p>Desglose de la calificación final del módulo profesional.</p> <p>En la modalidad Presencial con todas las horas de formación en el aula vamos a evaluar; conocimientos, técnicas, destrezas y habilidades, así como actitudes personales (puntualidad, empatía, interés, etc) y profesionales (responsabilidad, orden, limpieza, etc), con una serie de tareas teórico-prácticas a realizar en el aula durante las 96 horas que tiene asignadas el módulo profesional. Para ello cada alumno accederá a la plataforma educativa donde se encuentran los materiales y entrega de tareas en los plazos fijados. En este periodo se van a evaluar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formación presencial en el aula de forma individualizada. • Formación complementaria en grupo. 	
<p>Instrumentos de Evaluación.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cuestionarios. - Trabajos individuales. - Resolución grupal de supuestos relacionados con la disposición y venta de productos en las oficinas de farmacia. 	<p>Criterios de calificación.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se han identificado conceptos, elementos, barreras, factores modificadores y tipos de comunicación. • Se han analizado los diferentes tipos de lenguaje, las técnicas y las estrategias para una buena comunicación. • Se ha valorado la importancia de la cortesía, la amabilidad, el respeto, la discreción, la cordialidad y el interés en la interrelación con el usuario. • Se han establecido las habilidades personales y sociales a desarrollar para lograr una perfecta comunicación.

	<ul style="list-style-type: none">● Se han analizado las cualidades y actitudes que debe desarrollar el vendedor hacia el usuario y la empresa (marketing interno).● Se han identificado la tipología del usuario, sus motivaciones y sus necesidades de compra.● Se ha descrito la importancia del conocimiento por parte del vendedor de las características del producto.● Se ha relacionado el concepto de marketing con la satisfacción de los deseos del consumidor.● Se han valorado como facilitadores, en el proceso de decisión de compra, la información, el asesoramiento, el ambiente acogedor, la educación, la comunicación y las habilidades sociales del vendedor.● Se han descrito los tipos de embalaje y empaquetado según el producto, las características del mismo y la imagen que quiere transmitir la empresa.● Se han tipificado la actitud, la postura y el interés que deben adoptarse ante quejas y reclamaciones, utilizando un estilo asertivo para informar al usuario● Se ha descrito el procedimiento para la presentación de reclamaciones.● Se han identificado las alternativas al procedimiento que pueden ser ofrecidas al usuario ante reclamaciones fácilmente subsanables.● Se ha valorado la importancia que, para el control de calidad del servicio, tienen los sistemas de información manuales e informáticos que organizan la información.
--	---

Criterios generales de calificación. Componentes de la calificación final del módulo.	
<p>Partiendo de una evaluación inicial, la evaluación será continua. Durante la fase de formación presencial, y de forma semanal, todo el alumnado realizará cuestionarios y/o tareas prácticas en clase y en plataforma sobre el tema que se trata en cada momento; también realizarán proyectos teórico-prácticos de más envergadura de forma individual o en grupo, dependiendo de cada situación.</p>	
<p>SISTEMA DE CALIFICACIÓN Todos los alumnos/as deben superar un 50% del total de puntos en juego para cada evaluación entre cuestionarios, actividades prácticas y proyectos.</p>	
<p>Actividades de refuerzo y mejora de competencias Los alumnos/as que no hayan superado el módulo en la evaluación parcial o que quieran mejorar la calificación obtenida, tendrán obligación de asistir a clases y continuar con las actividades lectivas hasta la fecha de finalización del régimen ordinario de clases, en este periodo se llevarán a cabo <i>actividades de refuerzo o mejora de las competencias</i>, dicho periodo estará comprendido entre la última evaluación parcial y la evaluación final.</p>	
<p>Durante estas clases, se realizará un breve repaso general del módulo y se profundizará en los contenidos teóricos y prácticos cuyos objetivos no hayan sido alcanzados por cada alumno. Se usará la metodología que favorezca la comprensión de éstos y cuantas herramientas metodológicas sean necesarias para que el alumnado supere este módulo profesional.</p>	
<p>ALUMNOS CON CALIFICACIÓN FINAL NEGATIVA -Aquellos alumnos que no hayan superado los contenidos mínimos previstos para este módulo y no hayan conseguido alcanzar los criterios de evaluación descritos en la programación, no superan el módulo.</p>	

COMPONENTES DE CALIFICACIÓN DEL MÓDULO PROFESIONAL.

La calificación final del módulo profesional estará compuesta por la suma de las calificaciones y valoraciones obtenidas en cada uno de los siguientes componentes con los pesos que se indican en el apartado de ponderación de los criterios de calificación generales:

- Formación PRESENCIAL
 - Valoración de cuestionarios.
 - Evaluación de trabajos, actividades y tareas.
 - Valoración de supuestos prácticos.

Ponderación de los criterios de calificación generales.

FASE DE FORMACIÓN EN CENTRO EDUCATIVO

- Cuestionarios: 50% de la calificación final del módulo.
- Tareas y trabajos individuales: 25% de la calificación final del módulo.
- Resolución grupal de supuestos: 25% de la calificación final del módulo.

La calificación final del módulo para alumnos se ponderará con la media aritmética de las tres evaluaciones parciales, siempre que se haya obtenido una evaluación positiva en cada una de ellas, y esta será la calificación final del módulo.

Rúbricas para la calificación de las Tareas prácticas.

De forma general adoptamos la siguiente rúbrica, sin menoscabo de que sea ajustada para cada una de las tareas que se desarrollen en cualquiera de los tipos de formación.

- 100% de la calificación. Si la Tarea se ajusta a todo lo que se pide en el enunciado.
- Del 90% al 80%. Si está completa pero falla en detalles, como faltas ortográficas o mecanográficas, signo de no cuidar la entrega.
- Del 70% al 80%. Si está completa, pero tiene una presentación pobre y lo entrega de cualquier manera.
- Del 50% al 70%. Si faltan elementos que se piden en el enunciado, pero está bien presentada.
- Del 30% al 40%. Si faltan elementos y la presentación es pobre.
- Del 10% al 20%. Si ha entregado algo de lo que se pide independientemente de la presentación.
- 0% de la calificación, si lo que entrega no es lo que se ha pedido o no ha entregado nada.

Organización del MP en UT con distribución de horas.		
ORGANIZACIÓN POR UNIDADES DE TRABAJO	Nº Horas	Fechas
UT1.- La comunicación.	9	Sep/octubre
UT2.- Los consumidores, clientes y usuarios	9	octubre
UT3.- La atención al cliente	9	noviembre
UT4.- La venta. Técnicas de venta	9	diciembre
UT5.- Plan de acción empresarial. Plan de marketing	9	enero
UT6.- El merchandising: exterior e interior de la oficina de farmacia	9	febrero
UT7.- Los productos en la oficina de farmacia: organización y colocación	12	marzo
UT8.- Embalaje y etiquetado de productos	6	abril
UT9.- Las reclamaciones en la oficina de farmacia	6	mayo
UT10.- La calidad en el servicio. Indicadores de calidad	6	mayo
ORGANIZACIÓN POR TRIMESTRES	Nº Horas	TEMAS o UT
PRIMERA EVALUACIÓN (SEPT-OCT-NOV-DIC) (21 septiembre a 16 de Diciembre)	36	1 a 4
SEGUNDA EVALUACIÓN (DIC-ENE-FEB-MAR) (17 de Diciembre a 22 marzo)	33	5 a 7
TERCERA EVALUACIÓN (MAR-ABR-MAY) (23 marzo a 28 de Mayo)	27	8 a 10

EVALUACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN Y LA PRÁCTICA DOCENTE.

Las dimensiones de la evaluación que abordamos este curso son:

- 1.- Contextualización y coherencia de las programaciones didácticas con el Proyecto de Centro.
- 2.- Resultados del proceso de enseñanza-aprendizaje.
- 3.- Medidas de atención a la diversidad.

A continuación, se detallan los instrumentos de evaluación y los niveles de logro para cada indicador que se ha establecido

DIMENSIÓN	Contextualización y coherencia con el Proyecto Educativo
INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN	1.- Cotejo de documentación.
INDICADORES	NIVELES DE LOGRO

	EXCELENTE	ADECUADO	INADECUADO
Las P.D. se han planificado siguiendo los criterios recogidos en el Plan de Centro.	La P.D. recoge todos los criterios y apartados establecidos en el Plan de Centro utilizando la plantilla ofrecida por el mismo.	La P.D. recoge todos los criterios y apartados establecidos en el Plan de Centro no utilizando la plantilla común.	La P.D. no recoge todos los criterios y apartados establecidos en el Plan de Centro.
Las P.D. son lo suficientemente concretas para guiar la intervención docente.	La organización de contenidos y secuenciación de criterios de evaluación es una guía eficaz para la actividad del docente en el aula.	La organización de contenidos y secuenciación de criterios de evaluación presenta imprecisiones que dificultan su uso como guía de la intervención docente.	El diseño de la P.D. impide su uso como guía docente restringiendo su utilidad a la de cumplir con un requisito administrativo.
Las P.D. establecen el procedimiento para realizar los cambios necesarios.	La P.D. determina los momentos y las decisiones que determinarán posibles cambios y adaptaciones de la misma.	La P.D. determina las decisiones sin especificar los momentos que realizar los cambios y adaptaciones de la misma.	La P.D. no determina las decisiones ni los momentos en los que se deberían realizar los cambios y adaptaciones de la misma

DIMENSIÓN	Resultados del proceso enseñanza-aprendizaje		
INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN	1.-Cotejo de documentación		
INDICADORES	NIVELES DE LOGRO		
	EXCELENTE	ADECUADO	INADECUADO
<p>Las P.D. describen el procedimiento para realizar los cambios necesarios a partir de los resultados de las distintas evaluaciones con especial atención a la evaluación inicial.</p>	<p>La P.D. determina los momentos y las decisiones que determinarán posibles cambios y adaptaciones de la misma.</p>	<p>La P.D. determina las decisiones sin especificar los momentos que realizar los cambios y adaptaciones de la misma.</p>	<p>La P.D. no determina las decisiones ni los momentos en los que se deberían realizar los cambios y adaptaciones de la misma</p>
<p>Las P.D. han organizado y secuenciado los criterios de evaluación en relación a las distintas unidades didácticas.</p>	<p>La P.D. ha secuenciado y organizado el 100% de los contenidos y criterios de evaluación.</p>	<p>La P.D. ha secuenciado y organizado el 100% de los contenidos y la mayoría de los criterios de evaluación.</p>	<p>La P.D. no recoge de manera secuenciada el 100% de los contenidos y parte de los criterios de evaluación no están organizados.</p>
<p>Las P.D. determinan los criterios de evaluación mínimos imprescindibles.</p>	<p>La P.D. tiene descritos el nivel de logro de todos los criterios de evaluación.</p>	<p>La P.D. tiene descritos el nivel de logro de criterios de evaluación en todos los objetivos o resultados de aprendizaje.</p>	<p>La P.D. no tiene descritos el nivel de logro de la mayoría de los criterios de evaluación.</p>
<p>Las estrategias metodológicas</p>	<p>Las estrategias metodológicas descritas en la PD. incluyen una</p>	<p>Las estrategias metodológicas incluyen actividades centradas en la</p>	<p>Las estrategias metodológicas incluyen en escasa situaciones</p>

Programación del Módulo Profesional de Disposición y Venta de Productos

<p>recogidas en las P.D. y desarrolladas en el aula favorecen el aprendizaje autónomo del alumnado.</p>	<p>amplia variedad de actividades centradas en la adquisición de las competencias, resultados de aprendizaje, favoreciendo el trabajo. autónomo.</p>	<p>adquisición de las competencias, resultados de aprendizaje, favoreciendo el trabajo autónomo en la mayoría de las unidades didácticas</p>	<p>actividades centradas en la adquisición de las competencias, resultados de aprendizaje, favoreciendo el trabajo autónomo</p>
<p>Las P.D. recogen la planificación de la actividad educativa en el escenario semipresencial, on line con especial atención a los criterios de calificación de dichos escenarios.</p>	<p>La P.D. tiene descrito mediante anexos la actividad educativa de todas las unidades didácticas detallando los cambios de los criterios de calificación para estas situaciones.</p>	<p>La P.D. tiene descrito mediante anexos la actividad educativa de todas las unidades didácticas detallando los cambios de los criterios de calificación para estas situaciones aunque presenta imprecisiones tanto en la organización y secuenciación de los contenidos y criterios como en los criterios de calificación</p>	<p>La P.D. no tiene descrito mediante anexos la actividad educativa de todas las unidades didácticas detallando los cambios de los criterios de calificación para estas situaciones.</p>

DIMENSIÓN	Medidas de atención a la diversidad		
INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN	1.- Cotejo de documentación / Informes Departamento de Orientación.		
INDICADORES	NIVELES DE LOGRO		
	EXCELENTE	ADECUADO	INADECUADO
Programa alumnado con materias no superadas de cursos anteriores.	La P.D. tiene recogido el plan actividades, seguimiento y evaluación del alumnado con materias pendientes de otros cursos.	La P.D. tiene recogido el plan actividades y evaluación del alumnado con materias pendientes de otros cursos.	La P.D. no tiene recogido el plan actividades, seguimiento y evaluación del alumnado con materias pendientes de otros cursos.
Medidas para el alumnado NEAE.	La P.D. tiene recogido el conjunto de medidas aplicables a los alumnos y alumnas con NEAE (ACI's significativas y no significativas)	La P.D. tiene recogido el conjunto de medidas aplicables a los alumnos y alumnas con NEAE (ACI's significativas y no significativas) aunque presenta imprecisiones en la aplicación de las mismas.	La P.D. no tiene recogido el conjunto de medidas aplicables a los alumnos y alumnas con NEAE (ACI's significativas y no significativas)

El mecanismo básico para evaluar la programación y la práctica docente será la reunión periódica de los miembros del Departamento Didáctico en la que se estudiarán los indicadores establecidos. En la reunión de departamento, posterior a cada evaluación, se analizarán los resultados académicos de los alumnos, y las programaciones, valorando si éstas se desarrollan con normalidad o hay que introducir cambios en la práctica docente, para conseguir los mejores resultados académicos posibles. Cada profesor o profesora cumplimentará el documento unificado "Seguimiento Trimestral de la Programación Didáctica" y se lo entregará a su jefe o jefa de departamento siendo este el encargado del seguimiento trimestral del departamento.

En este sentido hay que recordar que la temporalización y la secuenciación, de cada unidad didáctica, son flexibles y modificables según las necesidades que se vayan observando en el desarrollo de la misma, sin que esto perjudique el desarrollo de la programación.

Obtención de unidades de trabajo del módulo profesional a partir de los resultados de aprendizaje.

Cabe la posibilidad de que una Unidad de Trabajo (UT) recoja varios Resultados de Aprendizaje (RA) y también que un mismo RA sea tratado en varias UT.

MÓDULO PROFESIONAL:		DISPOSICIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS	
CP	OG	RA	UNIDADES DE TRABAJO (UT)
n, ñ	e	RA 1: Aplica técnicas de atención a usuarios describiendo y aplicando procedimientos y protocolos de comunicación.	UT1: LA COMUNICACIÓN
			UT2: LOS CONSUMIDORES, CLIENTES Y USUARIOS
c	o	RA 2: Ejecuta actividades de venta de productos parafarmacéuticos describiendo y aplicando las fases de un proceso de venta	UT3: LA ATENCIÓN AL CLIENTE
			UT4: LA VENTA. TÉCNICAS DE VENTA
			UT5: PLAN DE ACCIÓN EMPRESARIAL. PLAN DE MARKETING
o, ñ, c	d, e	RA 3: Organiza los productos de parafarmacia en el punto de venta, aplicando técnicas de merchandising.	UT6: EL MERCHANDISING: EXTERIOR E INTERIOR DE LA OFICINA DE FARMACIA
			UT7: LOS PRODUCTOS EN LA OFICINA DE FARMACIA: ORGANIZACIÓN Y COLOCACIÓN
			UT8: EMBALAJE Y EMPAQUETADO DE PRODUCTOS
P	s	RA 4: Atiende reclamaciones presentadas por los usuarios reconociendo y aplicando criterios y procedimientos de actuación.	UT9: LAS RECLAMACIONES EN LA OFICINA DE FARMACIA
			UT10.- LA CALIDAD EN EL SERVICIO. INDICADORES DE CALIDAD

ANEXOS

ANEXO DE LA PROGRAMACIÓN ADAPTADO AL ESCENARIO DE SEMIPRESENCIALIDAD

METODOLOGÍA: Cada grupo se ha dividido en dos subgrupos, de manera que el alumnado asiste al centro en días alternos. Un subgrupo viene lunes, miércoles y viernes, y el otro subgrupo, martes y jueves. A la semana siguiente, se intercambian. De esta manera, cada 15 días completan las 3 horas presenciales de este módulo, así como, otras 3 horas, que dedican a realizar en casa las tareas y actividades propuestas por el profesor, a través de la plataforma Moodle, que será la vía de comunicación con el alumnado.

La plataforma Moodle será la vía de comunicación con el alumnado, en ella se colgarán los recursos didácticos (apuntes, manuales, presentaciones...), cuestionarios, pruebas de autoevaluación.... así como la programación y descripción de las tareas, fichas y actividades a realizar en la sesión no presencial.

SESIONES PRESENCIALES

Durante las sesiones presenciales el profesor desarrollará los contenidos (explicación en pizarra, presentaciones digitales, simulación de supuestos prácticos...), se realizarán actividades de clase, se llevarán a cabo ejercicios y simulaciones teórico-prácticas y resolución de dudas con cada semigrupo.

SESIONES NO PRESENCIALES

Durante las horas no presenciales, el alumnado deberá realizar en casa las tareas programadas para esa sesión en la plataforma Moodle (actividades teórico-prácticas, tareas, búsqueda de información, esquemas, actividades de autoevaluación, casos prácticos,..)

Dichas tareas y actividades serán de tipo autoevaluable o se colgarán en Moodle plantillas de corrección para agilizar tal tarea y las dudas que puedan surgir se resolverán en la sesión presencial.

La realización de estas tareas se considerará como asistencia a clase y serán valoradas para superar el módulo de manera positiva (deben entregarse todas para superar el módulo)

Los porcentajes de calificación para este escenario de SEMIPRESENCIAL serán los siguientes:

- a. Pruebas específicas de evaluación teórico-prácticas: 50%.**
- b. Actividades teórico-prácticas: 25%**
- c. Tareas y actividades plataforma Moodle: 25%**

DESARROLLO DE LAS UNIDADES DIDÁCTICAS: Adaptadas al escenario de semipresencialidad desarrollado en el Centro.

UT1.	<i>La Comunicación</i>		Nº de horas	<i>9h (5 presencial + 4 online)</i>		
RA	Contenidos propuestos y ordenados	Criterios de evaluación	Presencia/ Clase	Online/Casa	Actividades	Instrumentos Evaluación
1	<ul style="list-style-type: none"> • La información y comunicación. • Los elementos de la comunicación • Proceso de comunicación. • Tipos de comunicación. • Barreras en la comunicación. • Elementos comunicativos en la oficina de farmacia. 	f) Se han identificado conceptos, elementos, barreras, factores modificadores y tipos de comunicación.	1h	1h	Tareas en clase y Tareas Moodle	<ul style="list-style-type: none"> - Actividad Moodle - Prueba conocimientos - Actividad teórico-práctica
		g) Se han analizado los diferentes tipos de lenguaje, las técnicas y las estrategias para una buena comunicación.	2h	1h	Tareas en clase y tareas Moodle	<ul style="list-style-type: none"> - Prueba conocimientos - Actividad teórico-práctica - Actividad Moodle
		j) Se han establecido las habilidades personales y sociales a desarrollar para lograr una perfecta comunicación.	2h	1h	Tareas en clase y video comunicación Moodle	<ul style="list-style-type: none"> - Actividad teórico-práctica - Actividad Moodle - Prueba conocimientos

UT2.	Los consumidores, clientes y usuarios		Nº de horas	9h (5 presencial + 4 online)		
RA	Contenidos propuestos y ordenados	Criterios de evaluación	Presencia /Clase	Online/ Casa	Actividades	Instrumentos Evaluación
1	<ul style="list-style-type: none"> Los clientes. Las características que definen el cliente. Los tipos de clientes. Ficheros de clientes y bases de datos. La compra y tipos de compras 	a) Se han definido los tipos de usuarios. b) Se ha analizado el comportamiento de diferentes tipos de usuario. c) Se han descrito las fases que componen la atención al usuario según el plan de acción definido.	1h	1h	Tareas en clase y Tareas Moodle	- Actividad Moodle - Prueba conocimientos - Actividad teórico-práctica
		d) Se ha simulado la obtención de la información necesaria de posibles usuarios y en diferentes situaciones.	1h	-	Práctica clase	- Actividad Práctica
		h) Se ha valorado la importancia de la cortesía, la amabilidad, el respeto, la discreción, la cordialidad y el interés en la interrelación con el usuario i) Se han definido las características de la información (inmediatez, precisión) y el asesoramiento (claridad, exactitud).	1h	1h	Tareas en clase y tareas Moodle	- Prueba conocimientos - Actividad teórico-práctica - Actividad Moodle
		e) Se ha descrito los ficheros de usuario y la legislación que los protege. k) Se han distinguido los elementos fundamentales para transmitir la imagen de la empresa como un departamento de atención al usuario. l) Se han analizado los sistemas de calidad en atención al usuario.	2h	1h	Tareas en clase y tareas Moodle	- Actividad teórico-práctica - Actividad Moodle - Prueba conocimientos

UT3.	La atención al cliente		Nº de horas	9h (5 presencial + 4 online)		
RA	Contenidos propuestos y ordenados	Criterios de evaluación	Presencia/ Clase	Online/Casa	Actividades	Instrumentos Evaluación
2	<ul style="list-style-type: none"> La atención al cliente en la oficina de farmacia. Las habilidades comunicativas en la atención al cliente. La atención telefónica en la oficina de farmacia. 	a) Se han valorado como facilitadores, en el proceso de decisión de compra, la información, el asesoramiento, el ambiente acogedor, la educación, la comunicación y las habilidades sociales del vendedor.	2h	1h	Tareas en clase y Tareas Moodle	<ul style="list-style-type: none"> Actividad Moodle Prueba conocimientos Actividad teórico-práctica
		b) Se han identificado la tipología del usuario, sus motivaciones y sus necesidades de compra.	2h	2h	Tareas en clase y tareas Moodle	<ul style="list-style-type: none"> Prueba conocimientos Actividad teórico-práctica Actividad Moodle
		c) Se ha definido la importancia de mantener actualizado el fichero de usuarios para la aplicación del plan de fidelización.	1h	1h	Tareas en clase y tareas Moodle	<ul style="list-style-type: none"> Actividad teórico-práctica Actividad Moodle Prueba conocimientos

UT4.	La venta. Técnicas de venta			Nº de horas	9h (5 presencial + 4 online)		
RA	Contenidos propuestos y ordenados	Criterios de evaluación		Presencia/ Clase	Online/Casa	Actividades	Instrumentos Evaluación
2	<ul style="list-style-type: none"> • La venta. • Factores que condicionan la venta. • El vendedor. Cualidades. • Las fases de la venta. 	d) Se ha descrito la importancia del conocimiento por parte del vendedor de las características del producto.		1h	1h	Tareas en clase y Tareas Moodle	<ul style="list-style-type: none"> - Actividad Moodle - Prueba conocimientos - Actividad teórico-práctica
		e) Se han desarrollado las fases de un proceso de venta (captar la atención, provocar el interés, despertar el deseo, mover a la acción del usuario). f) Se han analizado las cualidades y actitudes que debe desarrollar el vendedor hacia el usuario y la empresa (marketing interno).		4h	2h	Tareas en clase y tareas Moodle	<ul style="list-style-type: none"> - Prueba conocimientos - Actividad teórico-práctica - Actividad Moodle
		G) Se ha descrito la normativa y legislación nacional, autonómica y otras disposiciones.		-	1h	Tareas en Moodle	<ul style="list-style-type: none"> - Actividad Moodle

UT5.	<i>Plan de acción empresarial. Plan de marketing</i>			Nº de horas	<i>9h (5 presencial + 4 online)</i>		
RA	Contenidos propuestos y ordenados	Criterios de evaluación		Presencia/ Clase	Online/Casa	Actividades	Instrumentos Evaluación
2	<ul style="list-style-type: none"> • El plan de acción de la empresa. • Marketing. Plan de marketing: <ul style="list-style-type: none"> - Análisis del entorno - Análisis de la empresa - Sistema DAFO - Estrategias de marketing. - Recursos. - Plan de acción. 	g) Se ha relacionado el concepto de marketing con la satisfacción de los deseos del consumidor.		2h	2h	Tareas en clase y Tareas Moodle	<ul style="list-style-type: none"> - Actividad Moodle - Prueba conocimientos - Actividad teórico-práctica
		h) Se han determinado las líneas de actuación en la venta según el plan de acción establecido por la empresa.		3h	2h	Tareas en clase y tareas Moodle	<ul style="list-style-type: none"> - Actividad teórico-práctica - Actividad Moodle - Prueba conocimientos

UT6.	El Merchadising: el exterior y el interior de la Oficina de Farmacia		Nº de horas	<i>9h (5 presencial + 4 online)</i>		
RA	Contenidos propuestos y ordenados	Criterios de evaluación	Presencia/ Clase	Online/Casa	Actividades	Instrumentos Evaluación
3	<ul style="list-style-type: none"> El merchadising en la oficina de farmacia. El exterior de la oficina de farmacia. El interior de la oficina de farmacia. 	a) Se ha identificado la relación libre y personal que se establece entre usuario y productos expuestos según organización, colocación o decoración.	4h	3h	Tareas en clase y Tareas Moodle	<ul style="list-style-type: none"> - Actividad Moodle - Prueba conocimientos - Actividad teórico-práctica
		h) Se han analizado diferentes sistemas antihurto.	1h	1h	Tareas en Moodle	<ul style="list-style-type: none"> - Actividad en Moodle - Actividad teórico-práctica

UT7.	Los productos en la Farmacia: organización y colocación		Nº de horas	12h (6 presencial + 6 online)		
RA	Contenidos propuestos y ordenados	Criterios de evaluación	Presencia/ Clase	Online/Casa	Actividades	Instrumentos Evaluación
3	<ul style="list-style-type: none"> Tipos de productos. Organización y colocación de productos. Animación de la venta. 	a) Se han clasificado los productos de parafarmacia según su utilidad observando la normativa vigente.	2h	2h	Tareas en clase y tareas Moodle	<ul style="list-style-type: none"> Prueba conocimientos Actividad teórico-práctica Actividad Moodle
		b) Se han establecido los parámetros físicos y comerciales que determinan la colocación (puntos calientes) del surtido (productos) en los niveles del lineal (mobiliario).	3h	3h	Tareas en clase y tareas Moodle	<ul style="list-style-type: none"> Prueba conocimientos Actividad teórico-práctica Actividad Moodle
		f) Se han valorado las sugerencias que el vendedor puede aportar basándose en la información recopilada acerca de las demandas o sugerencias de los posibles usuarios.	1h	1h	Tareas en clase y Tareas en Moodle	<ul style="list-style-type: none"> Prueba conocimientos Actividad teórico-práctica Actividad Moodle

UT8.	Embalaje y empaquetado de productos			Nº de horas	6h (3 presencial + 3 online)		
RA	Contenidos propuestos y ordenados	Criterios de evaluación		Presencia/ Clase	Online/Casa	Actividades	Instrumentos Evaluación
3	<ul style="list-style-type: none"> Embalaje y envasado. Funciones. Los envases. Diseño de envases. El etiquetado. 	d) Se han desarrollado procedimientos de etiquetaje y se han elaborado elementos publicitarios de apoyo para la información sobre los productos.		1h	1h	Tareas en clase y Tareas Moodle	<ul style="list-style-type: none"> Actividad Moodle Prueba conocimientos Actividad teórico-práctica
		e) Se han descrito los tipos de embalaje y empaquetado según el producto, las características del mismo y la imagen que quiere transmitir la empresa.		1h	1h	Tareas en clase y tareas Moodle	<ul style="list-style-type: none"> Prueba conocimientos Actividad teórico-práctica Actividad Moodle
		G) Se ha valorado la importancia de reposición del stock de acuerdo con el procedimiento establecido por la empresa.		1h	1h	Tareas en Moodle y en clase	<ul style="list-style-type: none"> Actividad Moodle Prueba conocimientos Actividad teórico-práctica -

UT9.	Las reclamaciones en Oficina de Farmacia		Nº de horas	6h (2 presencial + 4 online)		
RA	Contenidos propuestos y ordenados	Criterios de evaluación	Presencia/ Clase	Online/Casa	Actividades	Instrumentos Evaluación
4	<ul style="list-style-type: none"> • Las reclamaciones. • Causas de reclamaciones. • Procedimiento de actuación ante una queja. • Normativa relativa a quejas y reclamaciones. 	a) Se han tipificado la actitud, la postura y el interés que deben adoptarse ante quejas y reclamaciones, utilizando un estilo asertivo para informar al usuario. b) Se han desarrollado las técnicas que se utilizan para la resolución de conflictos y reclamaciones.	1h	1h	Tareas en clase y Tareas Moodle	<ul style="list-style-type: none"> - Actividad Moodle - Prueba conocimientos - Actividad teórico-práctica
		c) Se ha descrito el procedimiento para la presentación de reclamaciones. d) Se han identificado las alternativas al procedimiento que pueden ser ofrecidas al usuario ante reclamaciones fácilmente subsanables.	1h	1h	Tareas en clase y tareas Moodle	<ul style="list-style-type: none"> - Prueba conocimientos - Actividad teórico-práctica - Actividad Moodle
		e) Se han reconocido los aspectos de las reclamaciones en los que incide la legislación vigente.	-	1h	Tareas en Moodle	<ul style="list-style-type: none"> - Actividad Moodle

UT10	La calidad en el servicio. Indicadores de calidad		Nº de horas	6h (3 presencial + 3 online)		
RA	Contenidos propuestos y ordenados	Criterios de evaluación	Presencia/ Clase	Online/Casa	Actividades	Instrumentos Evaluación
4	<ul style="list-style-type: none"> • La calidad. • Gestión de la calidad en la oficina de farmacia. • Mejora de la calidad. • Fidelización de clientes. 	f) Se ha establecido la información registrada del seguimiento posventa, de incidencias, de peticiones y de reclamaciones de usuarios como indicadores para mejorar la calidad del servicio prestado y aumentar la fidelización.	1h	1h	Tareas en clase y Tareas Moodle	<ul style="list-style-type: none"> - Actividad Moodle - Prueba conocimientos - Actividad teórico-práctica
		g) Se ha valorado la importancia que, para el control de calidad del servicio, tienen los sistemas de información manuales e informáticos que organizan la información.	1h	1h	Tareas en clase y tareas Moodle	<ul style="list-style-type: none"> - Prueba conocimientos - Actividad teórico-práctica - Actividad Moodle
		h) Se han establecido técnicas para mejorar los servicios prestados	1h	1h	Tareas en Moodle y en clase	<ul style="list-style-type: none"> - Actividad Moodle - Prueba conocimientos - Actividad teórico-práctica -

ANEXO DE LA PROGRAMACIÓN ADAPTADO AL ESCENARIO DE CONFINAMIENTO (ONLINE)

METODOLOGÍA: Ante un escenario de confinamiento, los contenidos se explicarán a través de videos explicativos y videoconferencias interactivas, donde los alumnos pueden intervenir y preguntar sus dudas. Estas se llevarán a cabo con todo el grupo, durante aproximadamente 1,5 horas a la semana y el resto de horas se dedican a realizar las tareas y actividades propuestas por el profesor (actividades teórico-prácticas, tareas, búsqueda de información, esquemas, actividades de autoevaluación, casos prácticos,..)

La vía de comunicación con el alumnado será la plataforma Moodle (foros, mensajes...), además del correo electrónico. En dicha plataforma se publicarán todos los materiales didácticos necesarios, así como las actividades y tareas necesarias para la superación del módulo, las cuales tendrán una fecha límite de entrega. Cada una de estas actividades se deberá entregar por los medios descritos y en los plazos establecidos para ello. Dichas tareas y actividades serán de tipo autoevaluable o se colgarán en Moodle plantillas de corrección para agilizar tal tarea y las dudas que puedan surgir se resolverán en las sesiones de videoconferencia o en casos particulares vía email o videollamadas. Por otro lado, tras la revisión por el profesor se procederá al feedback con el alumnado. La asistencia a videoconferencias y entrega de tareas y actividades serán el modo de seguir la asistencia del alumnado al módulo (deberán entregarse todas para la superación del módulo).

Las pruebas teórico-prácticas se realizarán mediante cuestionarios online tipo test, preguntas de respuesta corta, resolución de casos prácticos, etc que serán comunicados y publicados en la plataforma Moodle. Para la realización de dichas pruebas se programarán sesiones de videoconferencia al objeto de reunir al alumnado convocado y resolver las posibles dudas sobre la realización de la prueba.

EVALUACIÓN: Todos los RESULTADOS DE APRENDIZAJE de este módulo profesionales son susceptibles de ser abordados de forma online por su naturaleza esencialmente teórica.

PORCENTAJE DE CALIFICACIÓN: Los porcentajes de calificación serán los siguientes:

- a. Pruebas específicas de evaluación teórico-prácticas: 30%*
- b. Actividades teórico-prácticas y tareas en plataforma Moodle: 70%*