



PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DEL MÓDULO	
TÍTULO	TÉCNICO EN ACTIVIDADES COMERCIALES (LOMLOE)
FAMILIA PROFESIONAL	COMERCIO Y MARKETING
MÓDULO	VENTA TÉCNICA
CÓDIGO	1230
CURSO	2º
GRADO	MEDIO
HORAS/SEMANA	5 HORAS/SEMANA
TOTAL HORAS FORMACIÓN	175H
CENTRO EDUCATIVO	IES ARROYO DE LA MIEL (BENALMÁDENA)
CURSO ACADÉMICO	2025_26
PROFESORADO QUE LO IMPARTE	Mª BLANCA TEJEDOR DIAGO

Índice

1. INTRODUCCIÓN	1
2. CONTEXTO SOCIOEDUCATIVO DEL CENTRO	3
3. COMPETENCIAS	5
4. OBJETIVOS GENERALES	8
5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN	10
6. CONTENIDOS	14
7. METODOLOGÍA	17
8. EVALUACIÓN	20
9. ATENCIÓN A ALUMNOS PENDIENTES	22
10. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD	23
11. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES	25
12. RECURSOS, ESPACIOS Y AGRUPAMIENTOS	26
14. PROCEDIMIENTO PARA EL SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN	27
ANEXO I. TEMPORALIZACIÓN CON FORMACIÓN DUAL	28

1. INTRODUCCIÓN

A. IDENTIFICACIÓN

El título de Técnico en Actividades Comerciales queda identificado por los siguientes elementos:

- Denominación: Actividades Comerciales.
- Nivel: Formación Profesional de Grado Medio. Duración: 2.000 horas.
- Familia Profesional: Comercio y Marketing.
- Referente en la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación: CINE-3 b.

B. MARCO LEGAL

1. **Orden de 26 de septiembre de 2025**, por la que se regula la fase de formación en empresa u organismo equiparado de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional de la Comunidad Autónoma de Andalucía.
2. **Orden de 18 de septiembre de 2025**, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
3. **Decreto 147/2025, de 17 de septiembre de 2025**, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas de los Grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
4. **Resolución de 26 de junio de 2024**, de la Dirección General de Formación Profesional, por la que se dictan Instrucciones para regular aspectos relativos a la organización y al funcionamiento del curso 2024/2025 en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
5. **Real Decreto 499/2024, de 21 de mayo**, por el que se modifican determinados reales decretos por los que se establecen títulos de Formación Profesional de grado medio y se fijan sus enseñanzas mínimas.
6. **Real Decreto 658/2024 de 9 de julio** que modifica al Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional.
7. **Real Decreto 659/2023, de 18 de julio**, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional (texto consolidado).
8. **Real Decreto 278/2023, de 11 de abril**, por el que se establece el calendario de implantación del Sistema de Formación Profesional establecido por la Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional.
9. **Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo**, de ordenación e integración de la Formación Profesional (texto consolidado).
10. **Orden de 28 de julio de 2015**, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales.
11. **Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre**, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas.
12. **Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo**, de Educación (LOE), modificada por la Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre (LOMLOE) (texto consolidado).

C. JUSTIFICACIÓN

La programación didáctica es el tercer nivel de concreción curricular, y es, por tanto, la principal herramienta de la que se dispone para enseñar en el aula. Se trata de un guión dinámico, flexible y documental, que tiene como referencia al alumno en su contexto.

A través de la presente programación se planifica el trabajo en el aula del módulo Venta técnica, con los alumnos de 2º curso del ciclo de “Actividades comerciales”.

2. CONTEXTO SOCIOEDUCATIVO DEL CENTRO

La presente programación pretende planificar la acción educativa del módulo profesional de Venta técnica de segundo curso del CFGM de técnico en Actividades comerciales en el IES Arroyo de la Miel. Dicho IES se encuentra localizado en Arroyo de la Miel (Benalmádena, Málaga).

2.1. CARACTERÍSTICAS DEL CENTRO

Por otra parte, el centro está vinculado a distintos Planes y Programas Educativos que, aprobados por toda la Comunidad Educativa, intentan responder a las necesidades específicas de nuestro entorno y nuestro alumnado, como el programa CIMA.

El horario del centro es de 8h30 de la mañana a 15h de la tarde y de 16h a 22h10. La plantilla se caracteriza por un alto grado de estabilidad con un elevado número de personal definitivo. Respecto al número de alumnos, es de aproximadamente unos 1.200 alumnos.

2.2. CARACTERÍSTICAS DEL ALUMNADO

En el centro tenemos una gran diversidad del alumnado en cuanto origen geográfico y cultural, característico de este municipio y los municipios cercanos de la Costa del Sol. El centro suele contar con un buen ambiente de convivencia y relaciones personales entre alumnado. Tal vez, hay que destacar los problemas derivados del desconocimiento del idioma y los diferentes modelos educativos que pueden generar problemas de adaptación tanto en el alumnado como en las familias.

A la diversidad cultural y lingüística, se añaden las diferencias en las capacidades e intereses de los alumnos/as. Así, el IES Arroyo de la Miel cuenta con un grupo de alumnos de necesidades educativas especiales, que intentamos se integren de forma natural en la vida diaria del centro, así como con un aula específica. Esto también se observa en las etapas de educación postobligatoria, como los ciclos formativos.

En cuanto al ciclo formativo de Actividades comerciales, cabe destacar, que, igual que ocurre con los demás ciclos formativos del centro y en otros centros para esta etapa educativa, el alumnado proviene de distintos municipios, con lo cual en el primer curso empiezan sin conocerse unos a otros al provenir de distintos centros educativos. Así mismo, también provienen de distintos itinerarios educativos, la mayoría de ellos han accedido al ciclo a través de la E.S.O., el resto proceden de prueba de acceso a ciclo, otros ciclos formativos, etc.

Cabe destacar, que el alumnado del ciclo formativo de Actividades comerciales, ha solicitado el ciclo en muchas ocasiones como segunda o tercera opción, o bien presionados por sus familias para que continúen estudiando. Esto deriva en problemas de motivación y conducta (faltas de respeto a compañeros/as y profesorado, incumplimiento de normas del centro, maltrato a recursos materiales públicos, ...) muchos problemas de disciplina y respeto a las normas del centro, lo que implica una dificultad añadida para la docencia de los módulos.

2.3. FAMILIAS

La mayoría de los alumno/as pertenecen a familias empleadas en el sector servicios, fundamentalmente de aquellas actividades relacionadas con la hostelería y el turismo. Proceden, no sólo de diversos lugares de la geografía española, sino de otros países, debido a la fuerte inmigración de los últimos años. En el Centro se pueden encontrar más de 40 nacionalidades. Teniendo en cuenta los aspectos citados, la programación tendrá en cuenta el centro en el que se imparte este ciclo, así como las características del grupo al que se va a impartir este módulo.

La cercanía de nuestra población con otras de gran entidad comercial, como Málaga o Torremolinos, nos permite ofrecer un mayor abanico de oportunidades para nuestro alumnado para las prácticas, al poder realizarse en

otras empresas situadas fuera de nuestra localidad, circunstancia que, para institutos más alejados, resulta imposible.

3. COMPETENCIAS

Según el artículo 2 de la LOE-LOMLOE, el Sistema educativo español está orientado al pleno desarrollo de la personalidad y de las capacidades de los alumnos, la educación en el respeto de los derechos y libertades fundamentales, en la tolerancia, el respeto a los derechos humanos, al medio ambiente y seres vivos, la responsabilidad individual, el mérito y el esfuerzo personal, la formación para la paz y la vida en sociedad, entre otras cosas. Así mismo, también debe enfocarse al desarrollo de la capacidad de los alumnos para crear su propio aprendizaje, la capacitación para el ejercicio de actividades profesionales y el ejercicio de la ciudadanía.

La formación en objetivos y competencias de los ciclos formativos de Formación profesional y los módulos que los componen deben ir encaminados a alcanzar estas grandes metas, formar personas capaces, íntegras, que participen en la sociedad y contribuyan a formar un mundo mejor.

A continuación, vamos a ver las competencias y los objetivos que se alcanzan desde el módulo de Venta técnica, así como la relación entre los objetivos y competencias.

3.1. COMPETENCIA GENERAL

Las competencias son las capacidades y habilidades del alumnado para enfrentarse al mundo actual de la manera más preparada posible. Se concretan en el “saber ser, saber hacer y saber estar.”

El perfil profesional de los ciclos de formación profesional se define por la competencia general, las competencias profesionales, personales y sociales, la relación de cualificaciones profesionales y las unidades de competencia que se alcanzan a través de los módulos que componen el título, según se establece en el Real Decreto 1688/2011.

Según esa norma, la competencia general del título describe las funciones profesionales más significativas del perfil profesional. Así, la competencia general del grado medio de Actividades comerciales consiste en: **“desarrollar actividades de distribución y comercialización de bienes y/o servicios, y en gestionar un pequeño establecimiento comercial, aplicando las normas de calidad y seguridad establecidas y respetando la legislación vigente.”**

Esta se alcanza a través del logro de las competencias profesionales, personales y sociales y de las cualificaciones profesionales que se trabajan en cada módulo y también de los objetivos generales del título.

Las ocupaciones y puestos de trabajo más relevantes asociados con la obtención del título son:

- Vendedor/a.
- Vendedor/a técnico/a.
- Representante comercial.
- Orientador/a comercial.
- Promotor/a.
- Televendedor/a.
- Venta a distancia.
- Teleoperador/a (call center).

- Información/atención al cliente.
- Cajero/a o reponedor/a.
- Operador/a de contact-center.
- Administrador/a de contenidos online.
- Comerciante de tienda.
- Gerente de pequeño comercio.
- Técnico en gestión de stocks y almacén.
- Jefe/a de almacén.
- Responsable de recepción de mercancías.
- Responsable de expedición de mercancías.
- Técnico/a en logística de almacenes.
- Técnico/a de información/atención al cliente en empresas.

3.2. COMPETENCIAS PROFESIONALES Y PARA LA EMPLEABILIDAD (COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES)

Las competencias profesionales, personales y sociales son “el conjunto de conocimientos, destrezas y competencia, entendida ésta en términos de autonomía y responsabilidad, que permiten responder a los requerimientos del sector productivo, aumentar la empleabilidad y favorecer la cohesión social.”

Este módulo profesional contribuye junto con el resto de módulos del ciclo, al desarrollo de profesionales que van a moverse en un entorno cambiante, condicionado por las nuevas tecnologías e internet, y que pueden trabajar tras la obtención del título del ciclo en empresas privadas o públicas, asociaciones, instituciones, etc. así como convertirse en emprendedores que impulsen sus propios proyectos. A través de las actividades de enseñanza aprendizaje de las unidades didácticas, el alumnado irá adquiriendo estas competencias.

La Orden de 28 de julio de 2015 de la Junta de Andalucía establece que el módulo **contribuye a alcanzar las siguientes competencias profesionales, personales y sociales del título**, las cuales son:

- c) Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los distintos canales de comercialización, utilizando las técnicas de venta adecuadas a la tipología del cliente y a los criterios establecidos por la empresa.
- k) Realizar ventas especializadas de productos y/o servicios, adaptando el argumentario de ventas a las características peculiares de cada caso para cumplir con los objetivos comerciales definidos por la dirección comercial.
- m) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.
- n) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el

trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.

ñ) Resolver de forma responsable las incidencias relativas a su actividad, identificando las causas que las provocan, dentro del ámbito de su competencia y autonomía.

o) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.

p) Aplicar los protocolos y las medidas preventivas de riesgos laborales y protección ambiental durante el proceso productivo, para evitar daños en las personas y en el entorno laboral y ambiental.

q) Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de «diseño para todos» en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

3.3. CUALIFICACIONES PROFESIONALES Y UNIDADES DE COMPETENCIA

Según el Real Decreto 1128/2003, de 5 de septiembre, por el que se regula el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, **las cualificaciones profesionales** son el conjunto de competencias profesionales con significación para el empleo y **las unidades de competencia** son el agregado mínimo que componen las cualificaciones profesionales. Ambos elementos pueden adquirirse a través de la formación modular u otro tipo de formación y del reconocimiento de la experiencia laboral (Real Decreto 1224/2009, de 17 de julio).

Según el Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre que establece el título, el grado medio de Actividades comerciales permite alcanzar las siguientes cualificaciones:

- **Cualificación profesional completa:** Actividades de Venta COM085_2 (Real Decreto 295/2004, de 20 de febrero)
- **Cualificaciones profesionales incompletas:** Actividades de gestión del pequeño comercio COM631_2 (Real Decreto 889/2011, de 24 de junio), Organización y gestión de almacenes COM318_3 (Real Decreto 109/2008, de 1 de febrero) y Gestión comercial inmobiliaria COM650_3 (Real Decreto 1550/2011, de 31 de octubre).

Este Real Decreto también especifica que el módulo de Venta técnica permite acreditar las siguientes **unidades de competencia:** UC1420_2: Realizar la venta y difusión de productos inmobiliarios a través de distintos canales de comercialización y UC0240_2: Realizar las operaciones auxiliares a la venta.

4. OBJETIVOS GENERALES

De conformidad con lo establecido en el artículo 9 del Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas, los **objetivos generales** de las enseñanzas correspondientes al mismo a los que se contribuye a través del presente módulo, son:

- d) Comparar y evaluar pedidos de clientes a través de los diferentes canales de comercialización, atendiendo y satisfaciendo sus necesidades de productos y/o servicios, para realizar la venta de productos y/o servicios.
- e) Identificar los procesos de seguimiento y post venta, atendiendo y resolviendo, las reclamaciones presentadas por los clientes, para realizar la venta de productos y/o servicios.
- o) Determinar las características diferenciadoras de cada subsector comercial, ofertando los productos y/o servicios mediante técnicas de marketing apropiadas para realizar ventas especializadas de productos y/o servicios.
- q) Analizar y utilizar los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación para aprender y actualizar sus conocimientos, reconociendo las posibilidades de mejora profesional y personal, para adaptarse a diferentes situaciones profesionales y laborales.
- r) Desarrollar trabajos en equipo y valorar su organización, participando con tolerancia y respeto, y tomar decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía.
- s) Adoptar y valorar soluciones creativas ante problemas y contingencias que se presentan en el desarrollo de los procesos de trabajo, para resolver de forma responsable las incidencias de su actividad.
- t) Aplicar técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a su finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia del proceso.
- u) Analizar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional, relacionándolos con las causas que los producen, a fin de fundamentar las medidas preventivas que se van adoptar, y aplicar los protocolos correspondientes para evitar daños en uno mismo, en las demás personas, en el entorno y en el medio ambiente.
- v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al “diseño para todos”.

w) Aplicar y analizar las técnicas necesarias para mejorar los procedimientos de calidad del trabajo en el proceso de aprendizaje y del sector productivo de referencia.

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Los Resultados de aprendizaje son las destrezas, conocimientos y habilidades específicos del módulo profesional que el alumnado tiene que ir consiguiendo para poder completar los objetivos y competencias del título. La superación final del módulo requiere la superación de la totalidad de los Resultados de aprendizaje.

Los Resultados de aprendizaje del módulo, y su contribución a los Objetivos generales y Competencias profesionales, personales y sociales del ciclo se muestra en esta tabla:

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	OBJETIVOS GENERALES	COMPETENCIAS PROF, PERS. Y SOC.
RA1 Elabora ofertas comerciales de productos industriales y del sector primario, adaptando los argumentos de venta a los distintos tipos de clientes (minoristas, mayoristas e institucionales).	d), e), o), q), r), s), t), u), v), w)	c), k), m), n), ñ), o), p), q)
RA2: Confecciona ofertas comerciales de servicios, adaptando los argumentos de venta a las características específicas del servicio propuesto y a las necesidades de cada cliente		
RA3: Realiza actividades propias de la venta de productos tecnológicos, aplicando técnicas de venta adecuadas y recopilando información actualizada de la evolución y tendencias del mercado de este tipo de bienes		
RA4: Desarrolla actividades relacionadas con la venta de productos de alta gama, aplicando técnicas que garanticen la transmisión de la imagen de marca de calidad y reputación elevada.		
RA5: Prepara diferentes acciones promocionales de bienes inmuebles, aplicando técnicas de comunicación adaptadas al sector.		
RA6: Desarrolla actividades relacionadas con el proceso de venta de inmuebles, cumplimentando los documentos generados en este tipo de operaciones		
RA7: Desarrolla actividades de telemarketing en situaciones de venta telefónica, captación y fidelización de clientes y atención personalizada, aplicando las técnicas adecuadas en cada caso.		

Los criterios de evaluación son los elementos que indican el logro de los resultados de aprendizaje, por tanto, un resultado de aprendizaje se alcanza cuando todos los criterios de evaluación asociados al mismo se han alcanzado. La Orden de 28 de julio de 2015, determina los criterios de evaluación y resultados de aprendizaje mínimos. Los criterios de evaluación del módulo son los que aparecen en el currículo, que son los siguientes:

RA	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
RA1	<ul style="list-style-type: none"> a) Se han realizado búsquedas de fuentes de información de clientes industriales y mayoristas. b) Se han elaborado argumentarios de ventas centrados en la variable producto, tales como atributos físicos, composición, utilidades y aplicaciones de dichos productos. c) Se han realizado propuestas de ofertas de productos a un cliente institucional, industrial o mayorista. d) Se han destacado las ventajas de nuevos materiales, componentes e ingredientes de los productos ofertados. e) Se han seleccionado subvariables de producto, tales como el envase, el etiquetado, la certificación y la seguridad, como herramientas de marketing para potenciar los beneficios del producto ofertado. f) Se ha identificado la relación entre la empresa vendedora y el sector financiero en la venta de productos industriales.
RA2	<ul style="list-style-type: none"> a) Se han estructurado y jerarquizado los objetivos de las ofertas de servicios entre logros económicos y sociales, si los hubiera. b) Se han identificado características intrínsecas de los servicios, como son caducidad inmediata, demanda concentrada puntualmente, intangibilidad, inseparabilidad y heterogeneidad. c) Se han analizado estrategias para superar las dificultades que conlleva la aceptación de una oferta de prestación de servicios. d) Se han confeccionado argumentos de ventas de servicios públicos y privados. e) Se han elaborado propuestas para captar clientes que contraten prestaciones de servicios a largo plazo. f) Se ha encuestado a los clientes para conocer su grado de comprensión y aceptación del servicio ofrecido. g) Se ha medido la efectividad de las encuestas una vez aplicadas por la organización.
RA3	<ul style="list-style-type: none"> a) Se han analizado carteras de productos/servicios tecnológicos ofertados en los distintos canales de comercialización. b) Se han obtenido datos del mercado a través de la información y sugerencias recibidas de los clientes. c) Se ha organizado la información obtenida sobre innovaciones del mercado, centrándose en las utilidades de productos, nuevos usos, fácil manejo, accesorios, complementos y compatibilidades. d) Se ha argumentado la posibilidad de introducir nuevos productos y/o servicios, modificaciones o variantes de modelos que complementen la cartera de productos, ajustándose a las nuevas modas y tendencias.

	<p>e) Se han proporcionado datos al superior inmediato sobre la existencia de segmentos de clientes comercialmente rentables, proponiendo nuevas líneas de negocio, fomentando el espíritu emprendedor en la empresa.</p> <p>f) Se han elaborado ofertas de productos tecnológicos, utilizando herramientas informáticas de presentación.</p> <p>g) Se han detectado áreas de mejora en grupos de clientes poco satisfechos, que pueden ser cubiertos con la oferta de un producto/servicio que se adapte mejor a sus necesidades.</p> <p>h) Se ha analizado la importancia de la flexibilidad y la rápida adaptación en los mercados tecnológicos como factor estratégico.</p>
RA4	<p>a) Se han establecido las causas que determinan la consideración de un producto como de alta gama, tales como precio, características innovadoras y calidad entre otras.</p> <p>b) Se ha determinado el procedimiento de transmisión de una imagen de alto posicionamiento a través del lenguaje verbal y no verbal, la imagen personal y el trato al cliente.</p> <p>c) Se han analizado características específicas del merchandising y la ambientación del punto de venta de los productos de alta gama.</p> <p>d) Se ha revisado la seguridad de la mercancía con sistemas antihurto, comprobando la concordancia etiqueta-producto y el funcionamiento de las cámaras de video vigilancia.</p> <p>e) Se han analizado las pautas de actuación establecidas por la organización al detectar un hurto.</p> <p>f) Se ha confeccionado un argumentario de ventas centrado en la variable comunicación, tales como imagen de marca, origen, personalidad, reconocimiento social, pertenencia a un grupo o clase y exclusiva cartera de clientes.</p> <p>g) Se han seleccionado los argumentos adecuados en operaciones de venta de productos de alto posicionamiento.</p> <p>h) Se ha realizado el empaquetado y/o embalaje del producto con rapidez y eficiencia, utilizando distintas técnicas acordes con los parámetros estéticos de la imagen corporativa.</p> <p>i) Se ha realizado el etiquetaje de productos de alto valor monetario, siguiendo la normativa aplicable en cada caso.</p>
RA5	<p>a) Se han elaborado mensajes publicitarios con la información de los inmuebles que se ofertan.</p> <p>b) Se han comparado las ventajas e inconvenientes de los distintos soportes de difusión.</p> <p>c) Se ha gestionado la difusión del material promocional utilizando diversos medios de comunicación.</p> <p>d) Se han seleccionado las fuentes de información disponibles para la captación de potenciales demandantes-clientes de inmuebles en venta o alquiler.</p> <p>e) Se han determinado las necesidades y posibilidades económico-financieras de los potenciales demandantes-clientes, aplicando los instrumentos de medida previstos por la organización.</p>

	<p>f) Se han registrado los datos del posible cliente, cumpliendo con los criterios de confidencialidad y con la normativa sobre protección de datos.</p> <p>g) Se han realizado estudios comparativos para seleccionar el elemento de nuestra cartera de inmuebles que mejor se ajuste a las expectativas y posibilidades económicas del cliente.</p>
RA6	<p>a) Se han seleccionado los inmuebles más en consonancia con las necesidades y deseos de los potenciales clientes, presentando la información en forma de dossier.</p> <p>b) Se ha informado de forma clara y efectiva a los clientes de las características y precios de los inmuebles previamente seleccionados.</p> <p>c) Se han seleccionado los parámetros esenciales en las visitas a los inmuebles que más se ajustan a los intereses de los potenciales clientes.</p> <p>d) Se han transmitido a los posibles clientes del producto inmobiliario las condiciones de la intermediación de la operación.</p> <p>e) Se han programado procesos de negociación comercial para alcanzar el cierre de la operación comercial.</p> <p>f) Se han cumplimentado hojas de visita, precontratos, contratos y documentación anexa.</p> <p>g) Se ha realizado el seguimiento de las operaciones a través de un sistema de comunicación continua capaz de planificar nuevas visitas y de registrar las variaciones en los datos de la oferta.</p>
RA7	<p>a) Se han analizado las diversas funciones que cumple esta herramienta de comunicación comercial en la empresa.</p> <p>b) Se han identificado los distintos sectores donde se ha desarrollado el telemarketing.</p> <p>c) Se ha analizado el perfil que debe tener un buen teleoperador.</p> <p>d) Se han caracterizado las técnicas de atención personalizada, captación y fidelización del cliente a través del telemarketing.</p> <p>e) Se han identificado las distintas etapas del proceso de venta telefónica.</p> <p>f) Se han elaborado guiones para la realización de llamadas de ventas.</p> <p>g) Se han previsto las objeciones que pueden plantear los clientes y la forma de afrontarlas con éxito.</p> <p>h) Se han realizado simulaciones de operaciones de telemarketing en casos de captación, retención o recuperación de clientes</p>

6. CONTENIDOS

Los contenidos son el conjunto de conocimientos, habilidades o comportamientos que deben adquirirse para lograr las competencias y objetivos del módulo, así como la competencia general y las cualificaciones profesionales del título de formación profesional. Se clasifican en:

6.1. Contenidos curriculares

Estos vienen definidos en el Real Decreto 1688/2011 en el Anexo I. Son definidos por la normativa nacional y autonómica como contenidos mínimos.

6.2. Contenidos transversales

Estos son un conjunto abierto de contenidos referidos a sectores de conocimiento caracterizados por su alta relevancia social, vinculados a la fuente sociológica del currículo, y por su relación con la educación en valores, promovidos por la LOE-LOMLOE. Se tratan de forma transversal a lo largo de todo el curso.

Además, estos contenidos se tratarán particularmente en determinadas fechas señaladas en el calendario, en línea con las actividades que tenga previstas el centro educativo, como el día de la Paz, día de Andalucía, día de la mujer, día de la Tierra, etc.

- Educación en valores: respeto a los derechos humanos y las libertades fundamentales para asumir una vida responsable en una sociedad libre y democrática.
- Sentido crítico: desarrollo de este a través de la lectura, la investigación, la realización de actividades de aprendizaje grupales e individuales, la escucha y empatía, la reflexión y el debate.
- Deseo de aprender y Aprender a aprender: tratamiento de temas de actualidad y de su interés en las actividades de enseñanza-aprendizaje, de manera que motivemos la curiosidad en el alumnado y la investigación, que, junto con el desarrollo del sentido crítico y la adquisición de competencias y herramientas de aprendizaje, se traslade en un desarrollo de la competencia de Aprender a aprender.
- Cultura andaluza: puesta en conocimiento y valor de los recursos y aportaciones de Andalucía al mundo (recursos materiales e inmateriales, casos de éxito andaluces, como promueve la Ley de Educación andaluza 17/2007).
- Diversidad y respeto: se trabajará a través de la propia convivencia y el desarrollo de valores, el respeto a la diversidad de género, raza, orientación sexual y la lucha por incrementar la igualdad real de oportunidades entre personas, incluida la igualdad de género.
- Inteligencia emocional: se trabajará en el desarrollo de competencias emocionales, fundamentales para la formación como personas y profesionales.
- Liderazgo: se trabajará el desarrollo del liderazgo a través de los trabajos en equipo, de manera que los/as alumnos/as sean capaces de organizar y motivar a sus compañeros/as, consiguiendo su cooperación.
- Competencias tecnológicas: manejo de herramientas informáticas de trabajo y presentación, de gestión de proyectos, internet y redes sociales, etc.

- Creatividad: se fomentará el desarrollo del pensamiento divergente o “out of the box”, como forma de dar respuesta a problemas actuales que quizás no cubre el Marketing actual y buscando cómo puede concretarse la idea.

6.3. Organización de los contenidos en Unidades didácticas y planificación

Los contenidos curriculares y no curriculares se han dispuesto en el orden determinado a partir de lo establecido en la Orden del 15 de abril de 2014 y teniendo en cuenta el contexto del centro, el contexto del grupo-clase y los conocimientos previos del alumnado. Los contenidos se agrupan en Unidades didácticas, juntando aquellos que están estrechamente relacionados, vinculados directamente con el logro de los Resultados de aprendizaje del módulo.

La docencia del ciclo y el módulo se ha planificado de acuerdo al calendario lectivo del curso académico de Málaga y el centro, teniendo en cuenta que la Junta de Andalucía establece el inicio del curso para la Formación profesional el 16 de septiembre y su finalización el 24 de junio.

Las Unidades didácticas se han dispuesto en el calendario en el orden más lógico para la asimilación de aprendizajes. Cada Unidad didáctica tiene un número de horas asignadas en función de los contenidos, la relevancia de la unidad y el esfuerzo requerido por los/as alumnos/as para esta.

La planificación de las Unidades didácticas y contenidos, asociadas a Resultados de aprendizaje, se ha distribuido a lo largo del tiempo de la siguiente manera.

UNIDADES DIDÁCTICAS	ÍNDICE DE CONTENIDOS	RA	%
1ª EVALUACIÓN			
UD1. LA VENTA DE PRODUCTOS INDUSTRIALES	1. Productos industriales y mercado industrial 2. Atributos de los productos industriales 3. Clientes industriales y fuentes de información 4. Técnicas de venta para productos industriales 5. Argumentario de ventas para productos industriales 6. Oferta de productos industriales 7. Intermediarios comerciales y servicios de apoyo financiero	RA1	14,3
UD2. LA VENTA DE PRODUCTOS TECNOLÓGICOS	1. Producto tecnológico 2. Innovación en el mercado tecnológico 3. El mercado de productos tecnológicos 4. Argumentario de ventas	RA3	14,3
UD3. LA VENTA DE BIENES INMUEBLES	1. La venta de bienes inmuebles 2. La cartera de inmuebles 3. El cliente 4. Comercialización de inmuebles 5. Los derechos del consumidor	RA5 y RA6	28,5

	6. Clasificación de inmuebles 7. Operativa inmobiliaria 8. El proceso de venta de inmuebles 9. Trámites administrativos y financieros		
2ª Y 3ª EVALUACIÓN			
UD4. LA VENTA DE PRODUCTOS DE ALTA GAMA	1. Productos de alta gama 2. Clientes de productos de alta gama 3. Marca, etiquetado y empaquetado 4. Comunicación y distribución de productos de alta gama 5. Argumentario de ventas 6. Seguridad en productos de alta gama	RA4	14,3
UD5. TELEMARKETING	1. Concepto de telemarketing 2. Telemarketing como herramienta de comunicación comercial 3. El teleoperador 4. Captación de cliente, etapas 5. Áreas de actuación del telemarketing 6. Ratios clave en telemarketing	RA7	14,3
UD6. LA VENTA DE SERVICIOS	1. Concepto y tipos de servicios 2. Características de los servicios 3. Planificación de los servicios según las necesidades de los usuarios 4. La oferta de servicios públicos y privados 5. Argumentario de ventas 6. Propuestas comerciales 7. Estrategias para la aceptación de servicios 8. Fidelización de clientes 9. Control de la satisfacción de clientes 10. Sistema de calidad	RA2	14,3
TOTAL			100

7. METODOLOGÍA

La Metodología es el elemento del currículo que especifica las actividades y experiencias más adecuadas para que los diferentes tipos de contenidos se aprendan adecuadamente y sirvan, realmente, al desarrollo de las competencias y capacidades que quieren desarrollarse en el alumnado. Es decir, la organización racional y bien calculada de los recursos y procedimientos para alcanzar un objetivo determinado.

Se propone una metodología basada en los siguientes principios de enseñanza-aprendizaje de las teorías constructivistas, pero siempre atendiendo al cumplimiento del currículo y considerando el contexto educativo del aula y del centro. Los principios básicos de la metodología seguida en este módulo serán:

- **Promover la adquisición de aprendizajes significativos**, teniendo en cuenta el entorno más inmediato del alumno, y transmitiendo nuevos conocimientos teniendo en cuenta los conocimientos previos.
- **Metodología activa y participativa**: el alumno es un elemento activo en su propio aprendizaje, el cual se produce a través de la experiencia, del propio descubrimiento, del trabajo individual y grupal, trabajamos la autonomía del alumnado y el desarrollo de la competencia de aprender a aprender.
- **Metodología motivadora**: el docente debe buscar la motivación del alumnado por la materia, consiguiendo su atención e involucración activa en su aprendizaje.
- **Métodos de razonamiento**: se busca que el alumnado utilice ambos métodos de razonamiento, según la situación.
 - **Inductivo**: alcanzar reglas generales a partir de la observación de múltiples situaciones individuales, guiado por el docente para que el alumnado no caiga en conclusiones erróneas.
 - **Deductivo**: partiendo de una premisa, se busca que el alumnado descubra si aplica en todos los casos particulares y pueda llegar a la conclusión de si se trata de una regla general o no.
- **Formación integral**: el/la alumno/a es un ser global y por tanto no podemos centrarnos únicamente en la formación académica sino también formar al alumnado en valores, actitudes, competencias, etc.
- **Aprendizaje basado en conocimientos previos (construcción del conocimiento)**: el proceso natural de aprendizaje es el de construir los nuevos conocimientos en base a los conocimientos previos, por eso, antes de empezar el curso evaluamos los conocimientos de partida del alumnado a través de la Evaluación inicial.
- **Aprendizaje único**: cada persona sigue un proceso de aprendizaje único, organizando, evaluando e interpretando la información de una forma distinta, a través de sus propios esquemas mentales, dependiendo de su percepción e interacción con la realidad.
- **Inclusividad e Interculturalidad**: se educa en el respeto a la pluralidad, se comparten y valoran los conocimientos y experiencias de trabajo de todas las personas en el aula, aprovechando lo que cada uno puede aportar, en un ambiente tolerante y cooperativo.

7.1. Estrategia metodológica

- **Al inicio de la unidad didáctica**, se presentarán los contenidos de la misma enlazándolos con los que los alumnos ya conocen y se realizará una pequeña presentación.
- **A lo largo de la unidad**, se alternarán las explicaciones teóricas con los casos prácticos y la realización de

actividades de aprendizaje y consolidación final, tanto en el aula como en casa, que se revisarán en el aula para resolver las dudas que puedan surgir. Se fomentará la participación activa de los alumnos, tanto en las explicaciones teóricas como en la resolución de casos prácticos y actividades. También se propiciará el diálogo, y el debate con el fin de conseguir un mejor asentamiento de los conceptos, y desarrollar el espíritu crítico de los alumnos.

- **Al final de cada unidad o Resultado de aprendizaje**, podrá realizarse una prueba teórico práctica individual.

7.2. Herramientas metodológicas

Algunas de las herramientas metodológicas que se utilizarán en el aula son las siguientes:

- **Visual thinking:** técnica que consiste en la representación de ideas con imágenes, ya sean dibujos sencillos, fotografías u objetos. Pueden acompañarse de pequeños textos. Un ejemplo de esta técnica son los mapas mentales, material audiovisual o las presentaciones visuales.
- **Aprendizaje basado en proyectos (ABP):** técnica en la que se presentan situaciones reales o problemas, a los que el alumnado debe responder aplicando sus conocimientos.
- **Trabajo individual:** permite desarrollar la autonomía, el esfuerzo individual, la capacidad de Aprender a aprender y además permite al docente evaluar el esfuerzo individual.
- **Trabajo en grupo:** permite aprender a trabajar en equipo, a comunicarse adecuadamente, desarrollar dotes de liderazgo y a organizarse en coordinación con otras personas, tanto de manera colaborativa como cooperativa.
- **Trabajo en pareja:** similar al trabajo en grupo, pero permite conocer de forma más personal a los compañeros/as y aprender unos de otros.

7.3. Actividades de enseñanza-aprendizaje

Las actividades que se desarrollarán para llevar a cabo los métodos expuestos anteriormente son:

- **Actividades de inicio:**
 - *Evaluación de conocimientos previos:* esta se realizará sólo una vez, el primer día de inicio del curso, para detectar el nivel de conocimiento del alumnado y poder adaptar el enfoque didáctico del módulo.
 - *Presentación de la unidad:* al inicio de cada unidad didáctica, con el objetivo de despertar el interés del alumnado por lo que se va a ver en la unidad.
- **Actividades de asimilación:**
 - *Actividades de desarrollo:* a realizar durante la clase o se realizan de una sesión para otra, sirven para que el alumnado pueda ir asimilando conceptos y competencias a lo largo de la unidad.
 - *Actividades de consolidación:* Análisis y resolución de casos.
 - *Debates moderados:* iniciado por la profesora, se planteará un asunto de interés relacionado con el módulo y se abrirá el turno de participaciones que irá moderando la profesora. Se valorará la participación, el interés y la calidad de las intervenciones, así como la actitud constructiva, respetuosa y tolerante del alumnado.
 - *Exposiciones y defensas orales:* se realizarán diversas presentaciones individuales y en equipo, en las que el alumnado demostrará sus aprendizajes y dotes comunicativas.
- **Actividades adicionales:** actividades de adaptación, refuerzo, recuperación y profundización o ampliación,

que se detallan en el apartado de Atención a la diversidad.

- **Actividades complementarias y extraescolares (*)**: se detalla en el apartado correspondiente de esta programación.

Cabe destacar también, que algunas de estas actividades tendrán la consideración de obligatorias, para poder superar el Resultado de aprendizaje y unidad didáctica correspondiente) y otras serán valoradas pero no obligatorias (como actividades de aula o para realizar en casa). La profesora indicará en cada caso de qué tipo se trata y cómo se califican.

8. EVALUACIÓN

En virtud de la Orden de 18 de septiembre de 2025, que regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E en Andalucía, se exponen los siguientes apartados en los que se explica el procedimiento para la evaluación del alumnado.

8.1. Procedimiento de evaluación

Según la norma mencionada previamente, la evaluación del alumnado se realizará de forma continua, esto significa que *“requerirá la asistencia regular y obligatoria, tanto en el centro docente como en la fase de formación en empresa u organismo equiparado, de al menos el 80 por ciento de la duración total del módulo, ámbito o proyecto, a partir de la fecha en la que el alumnado se haya matriculado”*.

El alumnado **que pierda el derecho a la evaluación continua** por no cumplir con la asistencia mencionada, tendrá derecho a ser evaluado de forma alternativa en las evaluaciones finales de junio, para los que se diseñará un plan de recuperación personalizado que incluirá actividades, exposiciones orales y/o pruebas objetivas teórico-prácticas a determinar por la profesora. Es importante indicar, que la norma también indica que el alumnado que pierde la evaluación continua no pierde el derecho de asistencia a clase, pero el derecho a la realización de las pruebas y actividades evaluativas dependerá del criterio de la profesora en cada caso.

Los resultados que se vayan observando en el alumnado, se irán reflejando en las distintas sesiones de evaluación por el equipo docente: se realizará una sesión de evaluación inicial, tres evaluaciones parciales a lo largo del curso y dos evaluaciones finales en junio, celebrándose a la finalización de estas la reunión final de evaluación del curso.

8.2. Criterios de evaluación

Los Criterios de evaluación son los elementos que indican el logro de los resultados de aprendizaje, por tanto, un resultado de aprendizaje se alcanza cuando todos los criterios de evaluación asociados al mismo se han alcanzado. La Orden de 28 de julio de 2015, determina los criterios de evaluación asociados a cada uno de los resultados de aprendizaje del módulo.

Los criterios de calificación son comunes a todos los miembros del departamento de Actividades Comerciales del centro, esto queda reflejado en el documento correspondiente. En este documento se indica cómo se evalúan las competencias profesionales que debe alcanzar el alumnado a través del módulo, así como las competencias personales y sociales.

El alumnado trabajará los distintos criterios de evaluación del módulo (englobados en los resultados de aprendizaje correspondientes), que serán evaluados y calificados a través de distintos instrumentos de evaluación: pruebas objetivas, actividades obligatorias y actividades voluntarias evaluables (en el aula o en casa). La profesora determinará el peso de cada una de estas calificaciones para cada unidad y resultado de aprendizaje, en función de los criterios de evaluación que se estén adquiriendo con cada herramienta de evaluación.

Las actividades extraescolares-complementarias (charlas, visitas, exposiciones, cursos de formación externos, etc) serán evaluables a través de distintos tipos de actividades obligatorias o no obligatorias, siendo valoradas según los criterios de evaluación que estén trabajando y el peso que tengan estos en la calificación del módulo.

8.3. Resultados de la evaluación inicial

Se ha realizado una evaluación inicial al cabo de un mes desde el inicio de curso, consistiendo en una reunión

del equipo docente en la que cada uno ha compartido las primeras impresiones sobre el nivel de conocimiento de partida de los/as alumnos/as, las habilidades y dificultades que se han previsto encontrar y propuesta de medidas de Atención a la diversidad pertinentes.

Esta evaluación inicial se basa en: una prueba de conocimientos de partida, información obtenida por el profesorado del sistema informático/centro/Orientación, etc. e información proporcionada por el propio alumnado y familias. El resultado ha sido variado, pero en general existe un conocimiento limitado hacia el Marketing, asociado fundamentalmente a las acciones comerciales publicitarias de las empresas.

Esta información, junto con la información recogida en tutoría sobre la motivación y forma de acceso al ciclo del alumnado, permite a la profesora orientar el proceso de aprendizaje a sus intereses profesionales, y profundizar o reforzar aquellos aspectos en los que se aprecian lagunas al comienzo del aprendizaje del módulo.

8.4. Recuperación y mejora de la calificación del módulo

Existe un único periodo oficial para la recuperación del módulo establecido en junio según la Orden de 18 de septiembre de 2025 de Andalucía. Eventualmente, se realizarán pruebas para la recuperación de los Resultados de aprendizaje pendientes en distintos momentos a lo largo del curso, según el calendario y procedimiento que explique la profesora al alumnado, para proporcionar a este nuevas oportunidades y no tener que esperar hasta junio para recuperarlos. La calificación que se puede obtener en las pruebas de recuperación se valorará igualmente sobre 10.

En el caso de que algún alumno quisiera subir nota en alguno de los resultados de aprendizaje, deberá hacerlo al finalizar las clases ordinarias, y solicitarlo previamente en secretaría. Se le propondrá un plan de trabajo, que podrá basarse en actividades de aprendizaje, proyecto y/o pruebas teórico-prácticas sobre dicho módulo.

9. ATENCIÓN A ALUMNOS PENDIENTES

El alumnado con el módulo pendiente en la evaluación final del curso anterior, tendrá que cursar el módulo en su totalidad, y en modalidad presencial, aplicando el mismo tipo de recursos, metodología y evaluación que el resto del grupo, con las medidas de atención a la diversidad pertinentes. En este curso, no tenemos alumnado repetidor.

10. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Según establece el Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional, cualquiera de los grados del sistema de FP deberá adaptarse a las personas con necesidades específicas de apoyo educativo o formativo para garantizar el acceso, la permanencia y la progresión en el aprendizaje, facilitando el proceso de adquisición de las competencias definidas y que constituyen el perfil profesional completo o parcial asociado al grado.

La atención a la diversidad en la Formación Profesional Inicial constituye un elemento fundamental para garantizar una educación inclusiva y de calidad que responda a las características individuales del alumnado. Esta atención se articula a través de diferentes niveles de intervención educativa, fundamentándose en los principios del **Diseño Universal para el Aprendizaje (DUA)**, que promueve la creación de entornos educativos accesibles desde su concepción inicial.

10.1. Atención a las diferencias individuales

Se entenderá por personas con necesidades específicas de apoyo educativo o formativo aquellas que, con independencia de que estas tengan su origen en condiciones personales, sociales o de cualquier otro tipo, generen la necesidad de una atención diferente a la ordinaria durante su formación para que las personas puedan alcanzar las competencias profesionales y para la empleabilidad previstas en cada acción formativa.

La atención diferenciada que requieran determinadas personas se rige por:

- a) Los principios de normalización, inclusión y accesibilidad.
- b) La adaptación de condiciones facilitadoras de la adquisición de los aprendizajes y de las evaluaciones a las necesidades precisadas de apoyo formativo.

10.2. Evaluación del alumnado con medidas específicas de atención a la diversidad

La evaluación debe respetar las necesidades de adaptación metodológica, de ampliación de tiempos y de recursos de las personas con necesidades específicas de apoyo educativo o formativo. Estas adaptaciones en ningún caso se tendrán en cuenta para minorar las calificaciones obtenidas.

Desde la detección, en el proceso de evaluación continua, de un progreso no adecuado de una persona en formación o, en todo caso, de dificultades en el proceso de aprendizaje, tendrá especial consideración la tutoría, que deberá efectuar un seguimiento y acompañamiento específicos y con garantías de accesibilidad, dirigidos a asegurar los apoyos individualizados que se precisen.

En los ciclos formativos de grado medio y grado superior se promoverá el uso generalizado de instrumentos de evaluación variados, flexibles y adaptados a las distintas situaciones de aprendizaje que permitan la valoración objetiva de todas las personas en formación, y que garanticen, asimismo, que las condiciones de realización de los procesos asociados a la evaluación se adaptan a las personas con necesidad específica de apoyo. La evaluación respetará el carácter práctico de la formación, así como las necesidades de adaptación metodológica y de recursos de las personas con necesidades específicas de apoyo educativo o formativo, garantizando la accesibilidad de la evaluación.

A continuación, desarrollamos el modo en el que vamos a atender a este alumnado en nuestro centro para el caso que sea necesario adoptar una serie de medidas para la atención al alumnado con necesidades educativas especiales, a través de:

- **Medidas Ordinarias:** Las medidas ordinarias representan el primer nivel de respuesta educativa y se integran

de forma natural en el desarrollo curricular siguiendo las pautas DUA.

- **Adaptación de los contenidos:** incluyendo contenidos complementarios de ampliación (para alumnado que demuestran un dominio avanzado de los contenidos trabajados) o de refuerzo (para alumnado que requieren consolidar conocimientos básicos)
- **La utilización de una metodología flexible** que permita atender los diferentes ritmos de aprendizaje presentes en el aula, reconociendo que cada estudiante posee un proceso de asimilación de conocimientos particular. Esta flexibilidad se alinea con el principio DUA de proporcionar múltiples formas de acción y expresión, permitiendo que el alumnado demuestre sus conocimientos a través de diferentes vías.
- **Medidas Extraordinarias:** Esta adaptación en ningún caso supondrá la supresión de resultados de aprendizaje y objetivos generales del ciclo que afecten a la adquisición de la competencia general del título, por lo que las adaptaciones curriculares podrán ser:
 - **Adaptaciones de acceso,** que se encaminan a crear las condiciones físicas en los espacios y el mobiliario del centro para permitir su utilización de la forma más autónoma posible y que dicho alumnado alcancen el mayor nivel posible de interacción y comunicación:
 - **Adaptaciones de los espacios.** (acceso, barreras arquitectónicas, iluminación... • Adaptaciones en los materiales, (mobiliario, libros, aparatos...)
 - **Adaptaciones de tiempo en los instrumentos de evaluación**
 - **Adaptaciones en la metodología, actividades y evaluación,** por ejemplo, apoyos verbales, visuales o físicos pudiendo contar con logopedas, fisioterapeutas, especialistas en lenguaje de signos y braille, así como proporcionar los medios de acceso que precise para desarrollar los mismos aprendizajes que el resto de sus compañeros, básicamente, adecuación de los tiempos en las pruebas escritas.

10.3. Periodo de formación dual en empresa u organismo equiparado

En el plan de formación de las personas con necesidades específicas de apoyo se establecerán las medidas, apoyos y/o adaptaciones necesarias (Art. 157.2.g del Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional).

11. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES

A lo largo del curso académico se realizarán con los alumnos las actividades complementarias y/o extraescolares, que se han acordado en reunión de departamento, y que han sido entregados al departamento DACE para su aprobación por Consejo Escolar.

Estas actividades contribuyen a la adquisición de los conocimientos y competencias para la empleabilidad esperadas para el alumnado para los distintos módulos formativos que cursan, de una forma más práctica y lúdica, fomentando también el compañerismo y motivación por el ciclo del alumnado. Además, dada la dificultad de gestionar estas al estar fuera del centro educativo, toma especial relevancia el desarrollo de la madurez del alumnado.

La realización de estas actividades tiene una importancia significativa, ya que nos indica el grado de madurez y responsabilidad que nuestro alumnado han adquirido hasta ese momento. Es por ello, que debe mostrar una voluntad colaboradora y activa tanto en la organización como en el desarrollo de las mismas. Dada la dificultad adicional de gestionar al grupo fuera del centro, la profesora puede considerar en un momento dado, si algún/a alumno/a presenta un comportamiento disruptivo previo al desarrollo de la actividad, su imposibilidad de participar en esta, teniendo que realizar una actividad de aprendizaje alternativa para trabajar los mismos aprendizajes que sus compañeros/as.

Evaluación de actividades complementarias y extraescolares:

Las actividades complementarias y extraescolares serán siempre evaluables y se indicará al alumnado previamente el tipo de actividad que tienen que realizar para que se pueda evaluar.

Si algún/a alumno/a no asiste, tendrá que justificarlo documentalmente, y deberá realizar una actividad didáctica alternativa a determinar por la profesora para trabajar los mismos aprendizajes. En el supuesto de que no se justifique la falta de asistencia, el departamento estudiará el caso y tomará las medidas oportunas. En cualquier caso, lo justifique o no, deberá asistir al centro para realizar las actividades que se le propongan con relación a esta materia.

12. RECURSOS, ESPACIOS Y AGRUPAMIENTOS

12.1. RECURSOS

Recursos son los elementos que, en un contexto educativo determinado, se utilizan con una finalidad didáctica para facilitar el desarrollo de las actividades de enseñanza-aprendizaje. Los recursos programados para el módulo son tanto físicos como informáticos.

- Se recomendará a los estudiantes la compra del libro de texto para que puedan usarlos como guía. En este caso usaremos el de “Venta técnica” de la editorial Mc Graw Hill
- Se procurará dar al alumnado bibliografía, recursos web y material extra específico para cada unidad didáctica, con el fin de facilitarle tanto la consulta de dudas como la ampliación de los conocimientos.
- Material propio del aula como son la pizarra, proyector, ordenadores, etc.
- Material y recursos preparados por el profesor como presentaciones, fotocopias, material infográfico, etc.
- Recursos informáticos: haremos uso de diferentes programas informáticos (procesador de texto, hojas de cálculo, presentaciones, etc.) así como de la plataforma Moodle centros.
- Revistas y prensa especializada, así como noticias de actualidad del sector.

A comienzo de curso no disponemos de equipos informáticos para todo el alumnado de primer curso, y ninguno en el caso de segundo curso, que debemos depender para muchas actividades de la reserva de portátiles del centro (compartidos con ESO y bachillerato). Se ha solicitado la compra de portátiles para segundo curso.

12.2. ESPACIOS Y AGRUPAMIENTOS

Para el presente curso, contamos con dos aulas ubicadas en la segunda planta del nuevo edificio, y un departamento para primer y segundo curso. Los materiales de escaparatismo, han sido ubicados en una zona aún no habilitada del antiguo edificio. Los espacios de los que disponemos son insuficientes, pues pese a haberse realizado la ampliación del nuevo edificio, en nuestro caso, las aulas asignadas son de menor tamaño que el indicado en normativa.

Cuando hablamos de agrupamientos nos referimos a la organización o disposición del alumnado, para llevar a cabo los procesos de enseñanza-aprendizaje. El lugar para la docencia del módulo será generalmente el aula designada por el centro. En cuanto a la disposición del alumnado en clase, según el tipo de actividad, se dispondrán las mesas de los/as alumnos/as de manera individual mirando a la pizarra, por parejas, en forma de U para facilitar la comunicación entre alumnos/as (por ejemplo, en los debates), agrupaciones de mesas (por ejemplo, en actividades por equipos), etc.

14. PROCEDIMIENTO PARA EL SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN

La programación del módulo será revisada de manera continua, tanto por la profesora correspondiente como a nivel departamental trimestralmente. En caso de producirse una modificación, ésta será comunicada previamente al alumnado.

El seguimiento de esta programación será revisado con **carácter trimestral** reflejando en una reunión especial del Departamento, el balance de la misma y una estimación sobre el cumplimiento de ésta.

En un eventual escenario de enseñanza a distancia, se empleará la plataforma Moodle Centros, que ya es empleada de manera habitual en este módulo de manera presencial.

ANEXO I. TEMPORALIZACIÓN CON FORMACIÓN DUAL

MÓDULO PROFESIONAL: VENTA TÉCNICA

11 SEMANAS Y 3 DÍAS: 11 SEMANAS X 5 HORAS + 3 DÍAS X 1 HORA = 60 HORAS EMPRESA

DURACIÓN MÓDULO: 175 HORAS (horas en centro educativo 115, horas en empresa 60).

DISTRIBUCIÓN TEMPORAL APROXIMADA (175HORAS):

1º EVALUACIÓN: 16 SEMANAS X 5 HORAS= 80 HORAS centro

2º EVALUACIÓN: 7 SEMANAS X 5 HORAS = 35 HORAS centro

4 SEMANAS y 4 DÍAS X 5 HORAS = 25 HORAS EMPRESA

3º EVALUACIÓN: **6 SEMANAS y 4 DÍAS X 5 HORAS = 35 HORAS EMPRESA**

EVAL.	RESULTADO DE APRENDIZAJE	HORAS= 175	HORAS SOBRE TOTAL
1º EV	RA1: Elabora ofertas comerciales de productos industriales y del sector primario, adaptando los argumentos de venta a los distintos tipos de clientes (minoristas, mayoristas e institucionales)	4 SEMANAS (20 HORAS)	20/175
1ºEV	RA3: Realiza actividades propias de la venta de productos tecnológicos, aplicando técnicas de venta adecuadas y recopilando información actualizada de la evolución y tendencias del mercado de este tipo de bienes	4 SEMANAS (20 HORAS)	20/175
1ºEV	RA5: Prepara diferentes acciones promocionales de bienes inmuebles, aplicando técnicas de comunicación adaptadas al sector	4 SEMANAS (20 HORAS)	20/175
1ºEV	RA6: Desarrolla actividades relacionadas con el proceso de venta de inmuebles, cumplimentando los documentos generados en este tipo de operaciones	4 SEMANAS (20 HORAS)	20/175
2ª EV	RA4: Desarrolla actividades relacionadas con la venta de productos de alta gama, aplicando técnicas que garantizan la transmisión de la imagen de marca de calidad y reputación elevada	3 SEMANAS (15 HORAS)	15/175

2ª EV	RA7: Desarrolla actividades de telemarketing en situaciones de venta telefónica, captación y fidelización de clientes y atención personalizada, aplicando las técnicas adecuadas en cada caso	3 SEMANAS (15 HORAS)	15/175
2º EV y 3º EV	RA2: Confecciona ofertas comerciales de servicios, adaptando los argumentos de venta a las características específicas del servicio propuesto y a las necesidades de cada cliente	1 SEMANA EN CENTRO EDUCATIVO (5 HORAS) 10 SEMANAS EN EMPRESA (50 HORAS)	55/175

Por tanto, para evaluar de manera conjunta, voy a tener en cuenta el Resultado de aprendizaje 2:

CENTRO EDUCATIVO (FORMACIÓN INICIAL)	EN AMBOS	EMPRESA
a)	d)	b) c) e) f) g)

Arroyo de la Miel (Benalmádena), 31 de octubre de 2025