



ANEXO XIII
MODELO DE PROGRAMACIÓN DE MÓDULOS PROFESIONAIS

1. Identificación da programación

Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano académico
36014544	Indalecio Pérez Tizón	Tui	2023/2024

Ciclo formativo

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
COM	Comercio e márketing	CMCOM01	Actividades comerciais	Ciclos formativos de grao medio	Réxime xeral-ordinario

Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (*)

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesións semanais	Horas anuais	Sesións anuais
MP1230	Venda técnica	2023/2024	7	123	147
MP1230_13	Venda técnica de produtos e servizos	2023/2024	7	63	75
MP1230_23	Venda técnica de inmobles	2023/2024	7	30	36
MP1230_33	Telemárketing	2023/2024	7	30	36

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

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	MARÍA JESÚS GARBÍN DOMÍNGUEZ, ANTÓN RAMÍREZ GONZÁLEZ (Subst.)
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión inspector



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

O título de técnico en Actividades Comerciais ven regulado polo RD 1688/2011 que contén o perfil profesional que serve de referencia para definir a súa formación. Os técnicos de Actividades Comerciais poderán exercer a súa actividade en calquera sector produtivo dentro da área de comercialización ou nas seccións de establecementos comerciais, realizando actividades de venda de produtos e/ou servizos a través de diversas canles de comercialización, ou ben realizando funcións de organización e xestión do seu propio comercio.

Trátase de traballadores e traballadoras por conta propia que xestionan un pequeno comercio ou unha tenda tradicional, ou por conta allea, que exercen a súa actividade nos departamentos ou nas seccións de comercialización de calquera empresa ou organización, en diversos subsectores.

As ocupacións e os postos de traballo máis salientables son os seguintes: vendedor/a, vendedor/a técnico/a, representante comercial, orientador/a comercial, promotor/a, televendedor/a, vendedor/a a distancia, teleoperador/a (en call centers), axente de información e atención á clientela, caixeiro/a ou repoñedor/a, operador/a de contact centers, administrador/a de contidos en liña, comerciante de tenda, xerente de pequeno comercio, técnico/a en xestión de existencias e almacén, xefe/a de almacén, responsable de recepción de mercadorías.

De acordo cos obxectivos do ciclo formativo, o módulo debe de dar resposta ós seguintes:

- c) Realizar a venda de produtos e/ou servizos a través de diversas canles de comercialización, utilizando as técnicas de venda adecuadas á tipoloxía da clientela e aos criterios establecidos pola empresa.
- k) Realizar vendas especializadas de produtos e/ou servizos, adaptando o argumentario de vendas ás características peculiares de cada caso, para cumprir os obxectivos comerciais definidos pola dirección comercial.

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

U.D.	Título	Descrición	Duración (sesións)	Peso (%)
1	A oferta comercial de produtos industriais	Analizaranse as características dos produtos industriais e elaboranse ofertas comerciais creando argumentarios de vendas axeitados	25	13
2	A oferta comercial de servizos	Confeccionaranse ofertas comerciais de servizos, adaptando os argumentos de venda ás características específicas do servizo proposto e ás necesidades da clientela	20	12
3	A oferta comercial de produtos tecnolóxicos	Realizáranse actividades propias da venda de produtos tecnolóxicos, aplicando técnicas de venda axeitadas e compilando información actualizada da evolución e as tendencias do mercado deste tipo de bens.	15	12
4	A oferta comercial de produtos de alta gama	Desenvolveranse actividades relacionadas coa venda de produtos de alta gama, aplicando técnicas que garantan a transmisión da imaxe de marca de calidade e reputación elevada.	15	13



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

U.D.	Título	Descrición	Duración (sesións)	Peso (%)
5	A oferta comercial de bens inmobles	Desenvolve actividades relacionadas co proceso de venda de inmobles, formalizando os documentos xerados neste tipo de operacións aplicando técnicas de comunicación adaptadas ao sector e prepara accións promocionais de bens inmobles.	36	25
6	As actividades de telemarketing	Desenvolve actividades de telemarketing en situacións de venda telefónica, captación e fidelización de clientela e atención personalizada, aplicando as técnicas axeitadas en cada caso.	36	25

4. Por cada unidade didáctica

4.1.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
1	A oferta comercial de produtos industriais	25

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Elabora ofertas comerciais de produtos industriais e do sector primario, adaptando os argumentos de venda aos tipos de clientela (retallistas, por xunto e institucionais)	SI

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

Criterios de avaliación
CA1.1 Realizáronse procuras de fontes de información de clientela industrial e por xunto
CA1.2 Elaboráronse argumentarios de vendas centrados na variable produto, tales como atributos físicos, composición, utilidades e aplicacións deses produtos
CA1.3 Realizáronse propostas de ofertas de produtos a clientela institucional, industrial ou por xunto
CA1.4 Salientáronse as vantaxes de novos materiais, compoñentes e ingredientes dos produtos ofertados
CA1.5 Seleccionáronse subvariables de produto, tales como o envasamento, a etiquetaxe, a certificación e a seguridade, como ferramentas de márketing para potenciar os beneficios do produto ofertado



4.1.e) Contidos

Contidos
Técnicas de venda aplicadas á clientela industrial. Axentes comerciais. Fomento do encontro entre comprador/ora e vendedor/ora. Materiais, composición e ingredientes. Envasamento e embalaxe como argumento de vendas. Certificación como ferramenta de márketing. Seguridade do produto como parámetro para manter a confianza da clientela industrial. Entidades facilitadoras: aseguradoras e financeiras.

4.2.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
2	A oferta comercial de servizos	20

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Confecciona ofertas comerciais de servizos, adaptando os argumentos de venda ás características específicas do servizo proposto e ás necesidades da clientela	SI

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

Criterios de avaliación
CA2.1 Identifícanse características intrínsecas dos servizos, como son a caducidade inmediata, a demanda concentrada puntualmente, a intanxibilidade, a inseparabilidade e a heteroxeneidade
CA2.2 Estrutúranse e xerarquízanse os obxectivos das ofertas de servizos entre logros económicos e sociais, de os haber
CA2.3 Enquisouse a clientela para coñecer o seu grao de comprensión e aceptación do servizo ofrecido



Criterios de avaliación
CA2.4 Mediuse a efectividade das enquisas logo da súa aplicación pola organización
CA2.5 Analizáronse estratexias para superar as dificultades que leva consigo a aceptación dunha oferta de prestación de servizos
CA2.6 Confeccionáronse argumentos de vendas de servizos públicos e privados
CA2.7 Elaboráronse propostas para captar clientela que contrate prestacións de servizos a longo prazo

4.2.e) Contidos

Contidos
Tipoloxía de servizos.
Obxectivos sociais e económicos na prestación de servizos.
Planificación dos servizos segundo as necesidades dos/as usuarios/as.
Características inherentes aos servizos.
Intanxibilidade e propostas para contrarrestar este factor.
Inseparabilidade e modos de superala.
Heteroxeneidade e loita na empresa pola súa redución. Caducidade inmediata e solucións para evitar a perda total.
Concentración da demanda en períodos puntuais e estratexias para a combater.
Sistemas de control de satisfacción dos/as usuarios/as na execución da oferta de servizos.

4.3.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
3	A oferta comercial de produtos tecnolóxicos	15



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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA3 - Realiza actividades propias da venda de produtos tecnolóxicos, aplicando técnicas de venda axeitadas e compilando información actualizada da evolución e as tendencias do mercado deste tipo de bens	SI

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

Criterios de avaliación
CA3.1 Analizáronse carteiras de produtos e servizos tecnolóxicos ofertados en diversas canles de comercialización
CA3.2 Obtivéronse datos do mercado a través da información e das suxestións recibidas da clientela
CA3.3 Organizouse a información obtida sobre innovacións do mercado, centrándose nas utilidades de produtos, novos usos, doado manexo, accesorios, complementos e compatibilidades
CA3.4 Argumentouse a posibilidade de introducir novos produtos e/ou servizos, modificacións ou variantes de modelos que complementen a carteira de produtos, axustándose ás novas modas e tendencias
CA3.5 Proporcionáronse datos á persoa superior inmediata sobre a existencia de segmentos da clientela comercialmente rendíbles, e propuxéronse novas liñas de negocio, fomentando o espírito emprendedor na empresa
CA3.6 Detectáronse áreas de mellora en grupos de clientela pouco satisfeita que se poden cubrir coa oferta dun produto ou servizo que se adapte mellor ás súas necesidades
CA3.7 Elaboráronse ofertas de produtos tecnolóxicos, utilizando ferramentas informáticas de presentación

4.3.e) Contidos

Contidos
Espírito emprendedor na procura de novos nichos de mercado.
Innovación e lanzamento de novos produtos.
Agrupación de funcións, novos usos e utilidades, novidades no manexo, desenvolvemento de accesorios e complementos, e compatibilidades en sistemas e produtos.
Catálogos e manuais de instrucións.
Xestión da clientela pouco satisfeita e suxestións de mellora.
Elaboración de presentacións de novidades.



Contidos
Análise do fenómeno da moda e as tendencias. Previsión. Clientela prescritora como punta de lanza no mercado. Flexibilidade da empresa para se adaptar a contornos cambiantes.

4.4.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
4	A oferta comercial de produtos de alta gama	15

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA4 - Desenvolve actividades relacionadas coa venda de produtos de alta gama, aplicando técnicas que garantan a transmisión da imaxe de marca de calidade e reputación elevada	SI

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

Criterios de avaliación
CA4.1 Establecéronse as causas que determinan a consideración dun produto como de alta gama, como o prezo, as características innovadoras, a calidade, etc
CA4.2 Determinouse o procedemento de transmisión dunha imaxe de alto posicionamento a través da linguaxe verbal e non verbal, a imaxe persoal e o trato á clientela
CA4.3 Confeccionouse un argumentario de vendas centrado na variable de comunicación (imaxe de marca, orixe, personalidade, recoñecemento social, pertenza a un grupo ou clase, e exclusiva carteira de clientela)
CA4.4 Seleccionáronse os argumentos axeitados en operacións de venda de produtos de alto posicionamento
CA4.5 Realizouse a empaquetaxe e/ou a embalaxe do produto con rapidez e eficiencia, utilizando técnicas acordes aos parámetros estéticos da imaxe corporativa
CA4.6 Realizouse a etiquetaxe de produtos de alto valor monetario, seguindo a normativa aplicable en cada caso
CA4.7 Revisouse a seguridade da mercadoría con sistemas antifurto, comprobando a concordancia entre a etiqueta e o produto, e o funcionamento das cámaras de videovixilancia
CA4.8 Analizáronse as pautas de actuación establecidas pola organización ao detectar un furto



4.4.e) Contidos

Contidos
Comunicación do posicionamento. OSistemas de alarma para produtos. Políticas antifurto. Cientela que procura a marca. Distribución selectiva. Uso de caras coñecidas na publicidade. Produto: obxectos exclusivos, series limitadas e modelos de autoría. Imaxe de marca e imaxe persoal. Análise de marca. Técnicas de empaquetaxe. Normativa de etiquetaxe.

4.5.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
5	A oferta comercial de bens inmobles	36

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Prepara accións promocionais de bens inmobles, aplicando técnicas de comunicación adaptadas ao sector	SI
RA2 - Desenvolve actividades relacionadas co proceso de venda de inmobles, formalizando os documentos xerados neste tipo de operacións	SI



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

Criterios de avaliación
CA1.1 Elaboráronse mensaxes publicitarias coa información dos inmobles que se oferten
CA1.2 Comparáronse as vantaxes e os inconvenientes dos soportes de difusión
CA1.3 Xestionouse a difusión do material promocional utilizando medios de comunicación
CA1.4 Seleccionáronse as fontes de información dispoñibles para a captación de clientela ou de demandantes potenciais de inmobles en venda ou alugamento
CA1.5 Determináronse as necesidades e as posibilidades económico-financeiras da clientela ou de demandantes potenciais, aplicando os instrumentos de medida previstos pola organización
CA1.6 Rexistráronse os datos da clientela posible, cumprindo cos criterios de confidencialidade e a normativa sobre protección de datos
CA1.7 Realizáronse estudos comparativos para seleccionar o elemento da carteira de inmobles que mellor se axuste ás expectativas e ás posibilidades económicas da clientela
CA2.1 Seleccionáronse os inmobles máis en consonancia coas necesidades e cos desexos da clientela potencial, e presentouse a información en forma de expediente
CA2.2 Informouse a clientela de xeito claro e efectivo acerca das características e dos prezos dos inmobles previamente seleccionados
CA2.3 Seleccionáronse os parámetros esenciais nas visitas aos inmobles que máis se axusten aos intereses da clientela potencial
CA2.4 Transmitíronse á clientela potencial do produto inmobiliario as condicións da intermediación da operación
CA2.5 Programáronse procesos de negociación comercial para alcanzar o pechamento da operación comercial
CA2.6 Formalizáronse follas de visita, precontratos, contratos e documentación anexa
CA2.7 Realizouse o seguimento das operacións a través dun sistema de comunicación continua capaz de planificar novas visitas e de rexistrar as variacións nos datos da oferta

4.5.e) Contidos

Contidos
Figuras de axente comercial e asesor/ora comercial inmobiliario/a.



ANEXO XIII
MODELO DE PROGRAMACIÓN DE MÓDULOS PROFESIONAIS

Contidos
Promoción de inmobles: medios e canles.
Comercialización de inmobles: presencial, por teléfono e por computador.
Capacidade de compra ou alugamento da clientela potencial.
Lexislación en materia de protección de datos.
Protección ás persoas consumidoras en operacións de compravenda e alugamento de inmobles.
Política de confidencialidade de datos da organización.
Carteira de inmobles: clasificación por filtros (zona, prezo, estado de habitabilidade e características).
Tipos de inmobles: vivenda libre e de protección oficial, e cooperativas de vivendas.
Obrigas, desgravacións e bonificacións fiscais.
Garantías reais e persoais.
Lei de arrendamentos urbanos (LAU).
Presentación, visita e demostración do produto inmobiliario.
Visita aos inmobles en carteira.
Documento de visita.
Documento de reserva de compra ou alugamento.
Escritura pública da operación.
Normativa reguladora das operacións inmobiliarias.
Gastos de formalización de contrato.

4.6.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
6	As actividades de telemarketing	36



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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Desenvolve actividades de telemárketing en situacións de venda telefónica, captación e fidelización de clientela e atención personalizada, aplicando as técnicas axeitadas en cada caso	SI

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

Criterios de avaliación
CA1.1 Identifícaronse os sectores onde se desenvolvera o telemárketing
CA1.2 Analizáronse as funcións desta ferramenta de comunicación comercial na empresa
CA1.3 Analizouse o perfil que debe ter o persoal teleoperador
CA1.4 Caracterizáronse as técnicas de atención personalizada, captación e fidelización da clientela a través do telemárketing
CA1.5 Identifícaronse as etapas do proceso de venda telefónica
CA1.6 Elaboráronse guións para a realización de chamadas de vendas
CA1.7 Prevíronse as obxeccións que poida formular a clientela e o xeito de afrontalas con éxito
CA1.8 Realizáronse simulacións de operacións de telemárketing en casos de captación, retención ou recuperación de clientela

4.6.e) Contidos

Contidos
Concepto de telemárketing. 0Proceso da venda telefónica. Razóns na medición da excelencia, a calidade e a eficiencia do servizo nas actuacións de telemárketing. Evolución ata o "business process outsourcing" (BPO). Vantaxes e factores de éxito do telemárketing.



Contidos
Sectores económicos de desenvolvemento do telemárketing.
Profesiograma do persoal teleoperador.
Pautas para a excelencia na comunicación telefónica.
Tipoloxía das persoas interlocutoras.
Aplicacións do uso do teléfono en operacións comerciais.
Investigación comercial por teléfono.

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

Para obter unha avaliación positiva deste módulo, teranse que ter adquiridas as competencias correspondentes aos criterios de avaliación que figuran como mínimo exigible en cada unha das unidades didácticas. Segundo o art.15.5º do RD 1538/2006, "A calificación dos módulos profesionais será numérica, entre un e dez. Considéranse positivas as puntuacións iguais ou superiores a cinco puntos". A este respecto un 4,9 será suspenso.

A nota final do módulo obterase segundo a ponderación establecida no apartado 3 desta programación, unicamente poderadas a notas das distintas unidades didácticas cando a súa cualificación sexa cino ou mais de cinco, no caso contrario, que algunhas UD non estén superadas, a nota final será como máximo dun 4. Deste mesmo xeito calcularase a nota da avalización, se non están superadas todas as UD a nota máxima será dun catro.

Dependendo do Criterio de Avaliación de cada unidade didáctica, os instrumentos de avalización a utilizar serán principalmente LC, TO, PE. Para os mínimo exigibles deberán alcanzar un 5 sobre 10 mediante o instrumento de avaliación seleccionado.

A PE terá unha ponderación dun 60%, as tarefas, e outros traballos realizados de forma complementaria terán unha ponderación dun 40%. A efectos de ponderación de PE e traballos realizados unicamente se ponderarán si a PE acade como mínimo un 4, esixirase que as PE de cada UD acaden un mínimo de 4 para poder considerarse superada.

Os prazos de entrega das tarefas son improrrogables, sendo fixados cun marxe de tempo suficientemente amplo, salvo enfermidades de longa duración ou hospitalización, ou situación excepcional nas que se estudiará cada caso de xeito individualizado.

Para cada UD realizarase un traballo en grupo a excepción da UD1, o traballo será realizado en grupo, será obrigada a súa entrega para poder superar a UD, terase en conta o contido dos traballos, diseño, exposición.



As probas escritas PE, poderán ser teóricas, prácticas, teórico-prácticas, ou probas tipo test (de resposta simple ou multiresposta, as respostas incorrectas restarán un terzo da puntuación).
No caso de alumnado con atención a diversidade, poderanse realizar probas orais en vez de probas escritas.

6. Procedemento para a recuperación das partes non superadas

6.a) Procedemento para definir as actividades de recuperación

Cando o alumno/a non alcanzara unha valoración suficiente en nalguna unidade didáctica terá dereito a facer unha recuperación, na que terá que obter un 5 para poder recuperala. Previo á recuperación, se resolveranse as dúbidas do alumnado suspenso, repasando exercicios teórico-prácticos feitos e corrixidos polo/a profesor/a que imparte o módulo, e se fora necesario indicaranse actividades complementarias.

O/A alumno/a con algunha unidade didáctica suspensa deberá recuperala no exame final do módulo. Para superar as unidades didácticas suspensas optarase por dúas opcións:

- Entregar os traballos non superados da mesma e facer o exame da unidade didáctica, tendo cada parte a ponderación que figura na unidade didáctica.
- No caso de non entregar ou ter superados os traballos, os contidos dos mesmo serán parte de preguntas teórico-prácticas no exame de recuperación.

O traballo de cada UD será obrigada a súa entrega para poder superar as UD

Farease PE 60% e a entrega de traballo 40%, deberá superar un 4 a PE para poder ponderar. obrigatorio a entrega dos traballos de cada UD

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

A perda deste dereito nos supón a perda do dereito de seguir asistindo a clase.

A avaliación consistirá na realización dunha proba escrita, que constará dunha parte teórica e dunha parte práctica sobre os contidos do módulo:

- Parte teórica poderá incluír cuestións de diferente tipo: de elección, de resposta curta e/ou de desenvolvemento, máis ou menos amplo, de cuestións relacionadas cos contidos do módulo de Investigación comercial.
- Parte práctica: realizaranse varios supostos onde o alumno ou alumna teña que por en práctica os criterios de avaliación indicados nesta programación. Os exercicios e casos prácticos serán similares os feitos durante o curso.

Para acadar unha cualificación positiva na proba extraordinaria é preciso obter 5 puntos (dun total de 10 puntos).

Será obrigado a entrega dos traballos esixidos en cada unha das UD, en caso de non ser entregado non terá superado o módulo, poderase solicitar a súa exposición así como preguntas para corroborar que foi feito polo alumno/a.



PE60% traballo 40%. a PE terá que ter superado un 4 para poder ponderar.

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

O seguimento da programación determinará en que medida a metodoloxía levada a cabo é axeitada para lograr os obxectivos fixados, avaliándose coma un proceso continuo ao longo de todo o curso. Deben ser xustificadas debidamente todas as modificacións na programación.

Os principais indicadores de grao de cumprimento da programación serán:

- O grao de cumprimento de temporalización.
- O logro dos obxectivos programados.
- Os resultados académicos acadados polo alumnado.

Para a avaliación da práctica docente recadarase información a través de coloquios co alumnado, co fin de detectar os puntos forte e débiles:

- Valoración sobre a metodoloxía e aspectos relativos á docencia
- Técnicas de avaliación
- Outras cuestións que indiquen se se acadaron os obxectivos marcados nas unidades didácticas

Da mesma maneira realizarase un cuestionario final co obxectivo de mellorar no vindeiro curso.

8. Medidas de atención á diversidade

8.a) Procedemento para a realización da avaliación inicial

A observación do alumnado nas primeiras semanas do curso é fundamental para coñecer a situación de partida. Isto permitirá coñecer todo o relacionado coa motivación dos estudantes e a actitude coa que se enfrontan ao proceso de ensino-aprendizaxe.

O obxectivo será avaliar:

- A actitude e motivación en relación ao traballo de clase e o traballo persoal, atención ante as explicacións do profesor, preguntas, participación xeral e esforzo ante as tarefas encomendadas, presentación en tempo e forma das mesmas e coidado do material.
- Asistencia e comportamento
- Coñecemento e formación anteriores

Da mesma maneira contactarase co departamento de orientación para solicitar a información precisa en caso de existir alumnado con necesidades especiais.



Coñecida a situación de partida do alumnado es as dificultades que poidan presentar, tentarase establecer a tempo as medidas oportunas para a consecución dos obxectivos fixados.

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

Para posibilitar a consecución por parte do alumnado dos mínimos reflexados na programación, propóñense as seguintes medidas:

- Priorizar o desenvolvemento de determinadas capacidades naqueles estudantes que así o requiran.
 - Axustar a metodoloxía, adaptando os recursos pedagóxicos ás necesidades do alumnado.
 - Buscar a comprensión dos aspectos esenciais de cada unidade por parte de todo o grupo.
 - Materiais didácticos diversos que ofrezan un conxunto de actividades que aborden os contidos de diferentes maneiras.
 - Agrupamentos flexibles, subdividindo o grupo de clase en varios grupos homoxéneos.
 - A profundización e o estudo detallado de casos concretos dependerá das capacidades individuais.
 - Seguimento do traballo diario e valoración da evolución que presente o alumnado respecto da situación inicial.
- Do mesmo xeito propoñeranse exercicios e actividades específicas e adaptadas ao alumnado que presente determinadas dificultades, intentando incidir nos aspectos que máis problemas presentan e fomentando unha metodoloxía o máis adecuada posible.

9. Aspectos transversais

9.a) Programación da educación en valores

Aspectos tales como o traballo en equipo, o civismo, a educación para a convivencia ou a igualdade de homes e mulleres están implícitos no desenvolvemento do proceso de ensino-aprendizaxe, de xeito que se converta nunha práctica diaria e sistemática, no só no centro académico senón tamén na súa vida diaria persoal e profesional.

Tamén se traballarán outros aspectos fundamentais:

- A puntualidade, tanto na chegada ás clases como na entrega dos traballos solicitados.
- Responsabilidade e respecto polos seus compañeiros e respecto de todo o persoal docente.
- Solidariedade e non discriminación.



- Respecto polo medio ambiente e polas ferramentas de traballo.
- Orde e limpeza.
- Boa presenza e bo trato.
- Capacidade para saber escoitar e falar correctamente.
- Traballo en equipo.
- Respecto pola seguridade e saúde no posto de traballo.

9.b) Actividades complementarias e extraescolares

Ao longo do curso poderán promoverse diferentes actividades complementarias e extraescolares tendentes a unha axeitada consecución dos resultados de aprendizaxe. Principalmente pola lectura de libros, artigos ou manuais técnicos, a proposta tanto do profesor como do alumnado para a súa valoración e análise, e pola asistencia a charlas, dentro ou fóra do centro, impartidas por especialistas nas temáticas traballadas.

Déixase aberta a posibilidade de engadir calquera outra actividade que poida xurdir ao longo do curso e que o docente considere oportuna de cara ao desenvolvemento do módulo. Tamén se realizarán as saídas e visitas a empresas ou congresos que se consideren oportunos polo departamento para completar a formación do alumnado.

A súa valoración será recollida nunha memoria co fin de debater e decidir a súa idoneidade para o curso seguinte.