

GUÍA DIDÁCTICA

MÓDULO FORMATIVO: **PROCESOS DE VENTA**

CICLO FORMATIVO GRADO MEDIO: **TÉCNICO EN ACTIVIDADES COMERCIALES**

ÍNDICE

1. IDENTIFICACIÓN DEL MÓDULO	3
2. OBJETIVOS GENERALES ASOCIADOS AL MÓDULO	3
3- COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES ASOCIADAS AL MÓDULO.....	4
4- RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN	5
5- CONTENIDOS.....	8
5.1. Contenidos básicos.....	8
5.2. Desarrollo de contenidos	11
6- CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN.....	11
6.1. Proceso de evaluación.....	11
6.2. Criterios de calificación	13
7.- PROTOCOLOS EN CASO DE ABANDONOS O RENUNCIAS DE LA FP DUAL	14
8.- TUTORÍAS	16
9.- ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD. ALUMNADO CON NEAE	16

1. IDENTIFICACIÓN DEL MÓDULO

Título: Técnico en Actividades Comerciales.

- **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 (BOE 27/11/11).
- **Orden de 28 de Julio de 2015**, por el que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales (BOJA 181 de 16/09/2015).
- **Orden ECD/73/2013**, de 23 de enero, por la que se establece el currículo del Ciclo Formativo de Grado Medio correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales.

Familia profesional: Comercio.

Nivel: Formación Profesional de Grado Medio.

Módulo profesional: PROCESOS DE VENTA. Código 1232

Duración: 128 horas.

Profesor: Inmaculada Ruiz Cobo

2. OBJETIVOS GENERALES ASOCIADOS AL MÓDULO

La formación del módulo contribuye a alcanzar los siguientes objetivos generales:

- c) Analizar operaciones de compraventa y de cobro y pago, utilizando medios convencionales o electrónicos para administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial.
- 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.
- 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.

x) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.

y) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.

3- COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES ASOCIADAS AL MÓDULO

Las competencias profesionales, personales y sociales relativas a este módulo son las que se relacionan a continuación:

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.

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.

r) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional.

s) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

4- RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Identifica el proceso de decisión de compra del consumidor y/o usuario, analizando los factores que inciden en el mismo y las tipologías de clientes.

Criterios de evaluación

- a) Se han identificado los tipos de consumidores, diferenciando el consumidor final o particular y el industrial u organizacional.
- b) Se ha definido el contenido y los aspectos que comprende el estudio del comportamiento del consumidor y/o usuario.
- c) Se han definido y clasificado las necesidades del consumidor, teniendo en cuenta el orden jerárquico que se establece a la hora de satisfacerlas.
- d) Se han clasificado las compras, atendiendo al comportamiento racional o impulsivo del consumidor y/o usuario.
- e) Se han identificado las fases del proceso de compra del consumidor final, analizando los factores que determinan su complejidad y duración.
- f) Se han analizado los determinantes internos y externos que influyen en el proceso de decisión de compra de los consumidores y/o usuarios.
- g) Se han identificado las fases del proceso de compra del consumidor industrial, comparando el proceso con el consumidor final.
- h) Se han caracterizado las tipologías de clientes atendiendo a su comportamiento de compra, su personalidad y sus motivaciones de compra.

2. Define las funciones, conocimientos y perfil de los vendedores, analizando las necesidades de formación, motivación y remuneración del equipo de ventas.

Criterios de evaluación

- a) Se han establecido las funciones y responsabilidades de los vendedores en la venta personal.
- b) Se han clasificado los vendedores en función de las características de la empresa en la que prestan servicios, el tipo de venta que realizan y la naturaleza del producto.
- c) Se ha definido el perfil del vendedor profesional analizando las cualidades personales, habilidades profesionales y conocimientos que debe tener un buen vendedor.
- d) Se han descrito distintos puestos de trabajo de ventas y el perfil de los vendedores más adecuados para los mismos.
- e) Se han determinado las necesidades de formación, perfeccionamiento y reciclaje del equipo de vendedores.

- f) Se ha definido el contenido del programa de formación y perfeccionamiento de los vendedores.
- g) Se ha valorado la importancia de la motivación de los vendedores analizando los principales factores motivadores.
- h) Se han identificado los sistemas de retribución de los vendedores más habituales.

3. Organiza el proceso de venta, definiendo las líneas de actuación del vendedor, de acuerdo con los objetivos fijados en el plan de ventas.

Criterios de evaluación

- a) Se han identificado las funciones del departamento de ventas de una empresa y las responsabilidades del director de ventas.
- b) Se han diferenciado las formas de organización del departamento de ventas por zonas geográficas, por productos y por clientes, entre otras.
- c) Se ha calculado el número de vendedores que se requieren para cumplir los objetivos del plan de ventas de la empresa.
- d) Se ha elaborado el programa de ventas del vendedor, definiendo sus propios objetivos y el plan de actuación, en función de los objetivos establecidos en el plan de ventas de la empresa.
- e) Se ha elaborado el argumentario de ventas, incluyendo los puntos fuertes y débiles del producto, resaltando sus ventajas respecto a los de la competencia y presentando soluciones a los problemas del cliente.
- f) Se han aplicado técnicas de prospección de clientes, atendiendo a las características del producto/servicio ofertado.
- g) Se ha determinado el número de visitas comerciales que se van a realizar a los clientes reales y potenciales y el tiempo de duración de las visitas.
- h) Se han planificado las visitas a clientes, aplicando las rutas de ventas que permiten optimizar los tiempos del vendedor y reducir los costes.

4. Desarrolla entrevistas con supuestos clientes, utilizando técnicas de venta, negociación y cierre adecuadas, dentro de los límites de actuación establecidos por la empresa.

Criterios de evaluación

- a) Se ha preparado la documentación necesaria para realizar una visita comercial, consultando la información de cada cliente en la herramienta de gestión de relación con los clientes (CRM)
- b) Se ha concertado y preparado la entrevista de ventas, adaptando el argumentario a las características, necesidades y potencial de compra de cada cliente, de acuerdo con los objetivos fijados.
- c) Se ha preparado el material de apoyo y la documentación necesaria.
- d) Se ha realizado la presentación y demostración del producto, utilizando técnicas de venta adecuadas para persuadir al cliente.
- e) Se han previsto las posibles objeciones del cliente y se han definido las técnicas y argumentos adecuados para la refutación de las mismas.
- f) Se han utilizado técnicas de comunicación verbal y no verbal en situaciones de venta y relación con el cliente.

- g) Se ha planificado la negociación de los aspectos y condiciones de la operación que pueden ser objeto de negociación.
- h) Se han utilizado técnicas para lograr el cierre de la venta y obtener el pedido.

5. Formaliza los contratos de compraventa y otros contratos afines, analizando las cláusulas más habituales de acuerdo con la normativa vigente.

Criterios de evaluación

- a) Se ha interpretado la normativa que regula los contratos de compraventa.
- b) Se ha caracterizado el contrato de compraventa, los elementos que intervienen y los derechos y obligaciones de las partes, analizando su estructura y las cláusulas habituales que se incluyen en el mismo.
- c) Se ha cumplimentado el contrato de compraventa en el que se recogen los acuerdos entre vendedor y comprador, utilizando un procesador de textos.
- d) Se ha interpretado la normativa que regula el contrato de compraventa a plazos y los requisitos que se exigen para su formalización.
- e) Se ha caracterizado el contrato de ventas en consignación analizando los casos en que procede su formalización.
- f) Se ha caracterizado el contrato de suministro, analizando los supuestos en los que se requiere para el abastecimiento de materiales y servicios.
- g) Se han analizado los contratos de leasing y renting como alternativas de adquisición y financiación del inmovilizado de la empresa.

6. Gestiona la documentación comercial y de pago/cobro de las operaciones de compraventa, cumplimentando los documentos necesarios.

Criterios de evaluación

- a) Se ha gestionado la documentación comercial de diferentes operaciones de venta, desde la recepción del pedido hasta el envío y recepción por parte del cliente.
- b) Se ha establecido el modo de formalizar el pedido por parte del cliente, en ventas a distancia (por catálogo, televenta, teléfono móvil e Internet, entre otros)
- c) Se han identificado las distintas formas de pago, analizando el procedimiento y la documentación necesaria en cada caso.
- d) Se han diferenciado los medios de pago al contado de los aplazados.
- e) Se han comparado los medios y formas de pago, analizando las ventajas y desventajas en términos de coste, seguridad y facilidad de uso.
- f) Se ha cumplimentado la documentación correspondiente a los diferentes medios de pago.
- g) Se han cumplimentado cheques, letras de cambio, pagarés y demás documentación correspondiente a los diferentes medios de pago.
- h) Se ha identificado la documentación correspondiente a las operaciones de endoso, aval y gestión de cobro de medios de pago.

7. Determina los precios y el importe de las operaciones, aplicando el cálculo comercial en los procesos de venta.

Criterios de evaluación

- a) Se ha calculado el precio de venta del producto, aplicando un cierto margen comercial expresado en forma de porcentaje del precio de coste.
- b) Se ha calculado el precio de venta del producto, aplicando un margen comercial expresado en forma de un porcentaje sobre el precio de venta.
- c) Se ha determinado el importe total de una operación de venta, aplicando los descuentos y gastos acordados y el IVA correspondiente.
- d) Se ha calculado el interés de diferentes operaciones, definiendo las variables que lo determinan y aplicando un determinado tipo de interés.
- e) Se ha calculado el descuento de diferentes operaciones, aplicando un determinado tipo de descuento.
- f) Se ha calculado el descuento y el efectivo resultante de una remesa de efectos.
- g) Se han cumplimentado facturas de negociación de efectos comerciales, aplicando un determinado tipo de descuento y la correspondiente comisión.

5- CONTENIDOS

5.1. Contenidos básicos

Identificación del proceso de decisión de compra del consumidor

- Tipos de consumidores. Consumidor final o particular y consumidor industrial o institucional.
- Estudio del comportamiento del consumidor. Aspectos que comprende.
- Las necesidades del consumidor. Tipos.
- Tipos de compras según comportamiento del consumidor.
- El proceso de decisión de compra del consumidor final. Fases del proceso y variables que influyen en el mismo.
- Determinantes internos que inciden en el proceso de compra.
- Variables externas que influyen en el proceso de compra.
- Las variables de marketing en el proceso de compra.
- El proceso de compra del consumidor industrial u organizacional. Tipos de consumidores. Fases del proceso.
- Tipologías de clientes.

Definición de las funciones y tipologías de vendedores

- El vendedor. Concepto y funciones.
- El papel del vendedor en la venta personal.
- Tipos de vendedores según la empresa en la que prestan sus servicios.
- Tipos de vendedores según la naturaleza del producto.
- Tipos de vendedores según la actividad o tipo de venta que realizan.
- El perfil del vendedor profesional. Cualidades personales, capacidades profesionales y conocimientos del buen vendedor.
- El manual del vendedor
- Formación de los vendedores. Necesidad de la formación. Programas de formación y perfeccionamiento de los vendedores.

- Motivación de los vendedores. Factores motivadores.
- Sistema de remuneración de los vendedores.

Organización del proceso de venta

- El departamento de ventas. Sus funciones.
- Funciones del director de ventas.
- Planificación de las ventas. Los objetivos de ventas.
- Factores que condicionan la organización del departamento de ventas.
- Estructura organizativa del departamento de ventas. Organigramas.
- Determinación del tamaño del equipo de ventas.
- Delimitación de las zonas de venta y asignación a los vendedores.
- Planificación de las visitas a clientes. Tipos y frecuencia de las visitas.
- Diseño de las rutas de ventas.
- Elaboración del programa de ventas y líneas de actuación del vendedor.
- Fases del proceso de venta.
- La prospección de clientes. Métodos de prospección de clientes.
- Preparación de la venta.
- Objetivos, contenido y estructura del argumentario de ventas.
- Tipos de argumentos: racionales y emocionales.
- Elaboración del argumentario de ventas según tipos de productos, según tipología de clientes y según tipo de canales de distribución.
- Preparación del material de apoyo para reforzar los argumentos, según tipos de productos y según tipología de clientes.

Desarrollo de entrevistas de ventas

- La venta personal.
- Formas de venta: tradicional, autoservicio, sin tienda, televenta y venta online, entre otras. – La comunicación en las relaciones comerciales.
- El proceso de comunicación. Elementos. Barreras en la comunicación.
- La comunicación verbal. Normas para hablar en público.
- La comunicación telefónica en la venta. Uso de las nuevas tecnologías.
- La comunicación escrita. Cartas comerciales.
- La comunicación no verbal en la venta y las relaciones con clientes.
- Fases de la entrevista de ventas.
- Técnicas de venta: modelo AIDA (atención, interés, deseo, acción). Técnica SPIN (situación, problema, implicación, necesidad). Sistema de entrenamiento Zelev Noel.
- Concertación y preparación de la visita.
- Toma de contacto y presentación.
- Sondeo y determinación de las necesidades del cliente.
- Presentación del producto y argumentación, aplicando técnicas de venta.
- La demostración del producto, utilizando material de apoyo.
- Las objeciones del cliente. Técnicas de tratamiento de las objeciones.
- Negociación de las condiciones de la operación. Asertividad y empatía.
- Cierre de la venta. Señales de compra y aplicación de técnicas de cierre.
- Despedida y final de la entrevista.

- Seguimiento de la venta.
- Los servicios postventa: asesoramiento e información, garantía, asistencia técnica y reparaciones, recambios y repuestos.
- Gestión de incidencias, quejas y reclamaciones de clientes.
- Servicios de atención, satisfacción y fidelización de clientes.
- Herramientas de gestión de las relaciones con clientes (CRM).

Formalización del contrato de compraventa y otros contratos afines

- El contrato: características y requisitos básicos. Tipos de contratos.
- El contrato de compraventa. Características, elementos y requisitos.
- Normativa que regula la compraventa: compraventa civil y mercantil.
- Derechos y obligaciones del vendedor y del comprador.
- Clausulado general de un contrato de compraventa.
- El contrato de compraventa a plazos.
- El contrato de suministro.
- El contrato estimatorio o de ventas en consignación.
- Los contratos de transporte y de seguro.
- Los contratos de leasing y de renting.
- Los contratos de factoring y de forfaiting.

Gestión de la documentación comercial y de cobro de las operaciones de venta

- Documentación comercial generada en las ventas. Facturas y albaranes.
- Confección, registro y archivo de documentos.
- El cobro de la venta. Documentos de cobro y pago.
- Clasificación de medios de pago según fiabilidad, coste y plazo de pago.
- El pago en efectivo.
- La transferencia bancaria.
- La ley cambiaria y del cheque.
- El cheque. Tipología y funcionamiento.
- La letra de cambio.
- El pagaré.
- Operaciones asociadas a los medios de pago. Endoso y aval.
- Gestión de cobro de efectos comerciales.
- Anticipación del cobro. Negociación y descuento bancario.
- La gestión de impagados.
- Los medios de pago electrónicos.

Determinación de los precios y del importe de venta

- Determinación del precio de venta al público del producto o servicio. Elementos que forman parte del precio.
- Cálculo del precio de venta, aplicando un determinado margen comercial expresado en forma de porcentaje sobre el precio de coste.
- Cálculo del precio, aplicando un determinado margen expresado en forma de porcentaje sobre el precio venta.

- Cálculo del importe total de una operación de venta.
- Aplicación del interés en las operaciones comerciales.
- Concepto de interés. Interés simple e interés compuesto.
- Cálculo del interés simple.
- Métodos abreviados para el cálculo del interés de varios capitales al mismo tipo de interés y diferentes períodos de tiempo.
- Concepto de descuento. Descuento racional y descuento comercial.
- Cálculo del descuento racional o matemático.
- Cálculo del descuento comercial.
- Negociación de efectos comerciales. Cálculo del descuento y del efectivo resultante de una remesa de efectos.
- Sustitución de deudas. Vencimiento común y vencimiento medio.
- Cálculo del importe de operaciones comerciales en moneda extranjera.

5.2. Desarrollo de contenidos

Los contenidos anteriores se desarrollarán siguiendo el manual de la editorial McGrawHill, el cual establece las siguientes unidades didácticas (la temporalización se ajustará teniendo en cuenta que este ciclo se encuentra en la modalidad de FP Dual):

- UD. 1: La decisión de compra del consumidor
- UD. 2: El vendedor
- UD. 3: Comunicación y técnicas de venta
- UD. 4: El departamento de ventas
- UD. 5: El equipo de ventas
- UD. 6: Desarrollo de la venta
- UD. 7: El contrato de compraventa
- UD. 8: Contratos afines al contrato de compraventa
- UD. 9: Documentos de formalización de la venta
- UD. 10: Documentos de formalización de cobro y pago (I)
- UD. 11: Documentos de formalización de cobro y pago (II): pago aplazado
- UD. 12: Determinación del precio de venta
- UD. 13: El interés en las operaciones comerciales.
- UD. 14: El descuento en las operaciones comerciales

6- CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN

6.1. Proceso de evaluación

La evaluación será continua, en base a los resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos establecidos por la normativa vigente, para lo cual se hace indispensable la asistencia regular a clase y la participación en las actividades programadas.

Se concreta en tres fases: evaluación inicial, evaluación formativa y evaluación final o sumativa. Al final del proceso de enseñanza-aprendizaje el alumnado obtendrá una calificación considerando el

nivel de adquisición de los resultados de aprendizaje establecidos, de acuerdo con los correspondientes criterios de evaluación y los objetivos generales relacionados, así como de la competencia general y las competencias profesionales, personales y sociales del título, establecidas en el perfil profesional del mismo y sus posibilidades de inserción en el sector profesional y de progreso en los estudios posteriores a los que pueda acceder.

Evaluación inicial. Durante el mes de septiembre se llevará a cabo una prueba de evaluación inicial, la cual no supondrá calificación alguna, tendente a detectar las características y nivel de competencias que tiene el alumnado respecto a los resultados de aprendizaje y contenidos que va a estudiar. Esta prueba, junto a la observación del alumno, nos permitirá recoger información para utilizar en la planificación docente.

Evaluación parcial. Durante el curso se realizarán tres evaluaciones parciales, correspondientes a los tres trimestres del curso escolar. En cada trimestre se realizarán pruebas escritas, sobre contenidos conceptuales. También se realizarán actividades, trabajos individuales y grupales, resolución de casos prácticos, etc., y mediante la observación del trabajo, revisión y corrección se podrán evaluar los contenidos procedimentales. Por último, también se evaluará positivamente la actitud proactiva, participativa, respetuosa y empática del alumnado; así como, se valorará negativamente cualquier incumplimiento de las normas de convivencia contenidas en el ROF del Centro, **haciendo especial hincapié en la prohibición de usar dispositivos móviles**. A este efecto, la utilización del móvil en clase sin autorización, conllevará un apercibimiento verbal; si se reitera la conducta, supondrá la expulsión de clase, con la consiguiente falta de asistencia. Si el alumno fuera menor de edad, se consignará la falta de asistencia sin la expulsión.

Evaluación final. La evaluación final, para el alumnado que haya superado las evaluaciones parciales, será la media aritmética de las evaluaciones parciales, siempre que la nota obtenida en cada una sea igual o superior a 5.

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

- Pruebas escritas, pudiendo incluir teoría (preferentemente tipo test) y práctica (resolución de ejercicios). En caso de que el alumno no pueda efectuar la prueba por fuerza mayor justificada, se le podrá convocar en otra fecha.
- Confección de resúmenes/apuntes.
- Actividades, ejercicios, casos prácticos, trabajos individuales y grupales.
- Llevanza del cuaderno de clase.
- Asistencia y puntualidad. La falta de asistencia reiterada impide la evaluación continua. Por tanto, el alumnado que sobrepase un 25% de faltas (justificadas y no justificadas) no será evaluado y deberá presentarse a la prueba final en junio. La excepción a esta norma vendrá dada por la presentación del alumno de un contrato laboral legal, en cuyo caso será evaluado con las pruebas escritas y la entrega de trabajos, actividades y ejercicios que se le pudieran solicitar. La impuntualidad, pasados 15 minutos de cortesía, será considerada como falta de asistencia.
Tanto la asistencia como la puntualidad no son baremables positivamente, ya que la asistencia puntual se entiende como deber de un alumno que se prepara para su inserción laboral y no objeto de recompensa.
- Actitud, según lo mencionado anteriormente en la evaluación parcial.

Nota. La evaluación será contextualizada teniendo en cuenta la situación concreta del alumno, de forma que las decisiones serán colegiadas en claustro y no tomadas unilateralmente por el profesor.

MEDIDAS DE RECUPERACIÓN Y MEJORA DE CALIFICACIÓN

Los alumnos que no superen alguna evaluación podrán hacerlo en las pruebas de recuperación que se establecerán al efecto. Después de las recuperaciones trimestrales, realizadas después del período de evaluación, los alumnos que sigan sin superar el módulo, o parte de él, y aquellos que perdieron el derecho a la evaluación continua, podrán proceder a su recuperación en la prueba final de junio, mediante la realización de una prueba de características similares a las realizadas a lo largo del curso. Las pruebas de recuperación trimestrales no tendrán una calificación mayor a 7 puntos y la prueba final se calificará de 0 a 10 puntos. Previamente, podrán asistir a las clases de refuerzo durante el período establecido por el Centro.

En caso de sorprender a un alumno copiando, éste no será evaluado en dicha evaluación, pasando al proceso de recuperación establecido para ese módulo.

Aquel alumnado que desee mejorar su calificación final puede presentarse a la prueba final de junio.

MEDIDAS DE RECUPERACIÓN DE LA FORMACIÓN INICIAL DE LOS ALUMNOS DE DUAL

Se establecerá un periodo de recuperación en la primera semana lectiva de enero para aquellos alumnos que no superen la formación inicial y sean susceptibles de formación dual.

En caso de no superar la formación inicial el alumno/a seguirá en la modalidad presencial.

Si por causa justificada (contrato, enfermedad...) no pudiera incorporarse a la empresa y el número de jornadas pudiera ser recuperado según el calendario, el alumnado procederá a la recuperación de dichas jornadas en junio.

6.2. Criterios de calificación

Durante el primer trimestre, todo el alumnado, recibirán una FORMACIÓN INICIAL, que comprende conocimientos y conceptos necesarios para desarrollar en la empresa colaboradora además de aquellos que no recibirán en la misma, y que constituyen una visión global del módulo.

Los porcentajes de valoración de la FORMACIÓN INICIAL serán:

FORMACIÓN INICIAL DEL ALUMNADO	
INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN
Pruebas Escritas de teoría y práctica	70%
Confección de resúmenes, ejercicios, trabajos, resolución de casos prácticos, etc.	20%
Actitudes	10%

Notas aclaratorias:

1. Cada bloque de contenidos será valorado entre 1 y 10 puntos. La nota final será la media de todos, teniendo en cuenta que para efectuar dicha media debe obtenerse un mínimo de 4 puntos en los contenidos conceptuales y procedimentales.
2. La calificación de los procedimientos y actitudes se calificará con las rubricas establecidas al efecto.

2º y 3º TRIMESTRE. Para el alumnado de formación PRESENCIAL, la evaluación y los criterios de calificación son como en el primer trimestre, mientras que el alumnado que están en DUAL, presentan una nota final con los siguientes criterios:

ALUMNADO DUAL					
Modulo profesional 1232 PV	Formación inicial	Formación en alternancia 60%			
		Centro educativo	Empresa 45%		
	40%	15%	Actividades en la empresa Tutor laboral	Memoria Profesor módulo	Cuaderno alumno Profesor seguimiento
		65% (1)	25% (2)	10% (3)	

Notas aclaratorias:

- (1) Evaluación cualitativa realizada por el tutor laboral y cuantificada por el responsable del seguimiento. Éste a su vez la trasladará al profesor del módulo.
- (2) Evaluación realizada por el profesor del módulo, valorando la completa cumplimentación de la memoria y la calidad de las aportaciones realizadas.
- (3) Evaluación realizada por el responsable del seguimiento, comprobando la correcta cumplimentación del cuaderno de seguimiento, trasladándola al profesor del módulo.
- (4) El alumno dual recibirá una calificación trimestral.
- (5) El alumnado que no obtenga una evaluación positiva o abandone el proyecto será excluido del proyecto, ofreciéndole la posibilidad de continuar en la modalidad presencial, teniendo que superar los contenidos que se correspondan con el momento en que se produzca la transición a la formación presencial y el grado de aprovechamiento que haya podido tener en el centro de trabajo. Los términos en los que se concretan estas situaciones aparecen detallados el proyecto de formación dual correspondiente a cada módulo.

7.- PROTOCOLOS EN CASO DE ABANDONOS O RENUNCIAS DE LA FP DUAL

A continuación, indicamos qué opciones se plantean tanto al alumnado como a la empresa en el caso de que un alumno/a renuncie a continuar en el proyecto de FP Dual.

El alumnado es informado al comienzo de curso durante la formación inicial del compromiso que adquiere si es seleccionado para participar en la formación profesional dual.

Renuncia al comienzo de la Formación Profesional en Alternancia en 1º curso.

- Si el alumnado una vez comenzada la formación profesional en alternancia decide abandonar, se le ofrece la posibilidad de continuar con la modalidad presencial.
- Si este abandono se produce antes de que transcurra el 25% de las jornadas de alternancia, se incorporará a la modalidad presencial con todos los contenidos de los módulos de dual, y se le ofrecerá la posibilidad de participar en el proyecto al primer alumno/a de la reserva; si decide aceptar, se informará al tutor/a laboral de la empresa de la incorporación inmediata de dicho alumno/a. Dicho alumno será evaluado solo con los criterios de los módulos en dual.
- Si este abandono se produce después de que transcurra el 25% de las jornadas de alternancia, se le ofrecerá incorporarse a la formación presencial con los contenidos que se correspondan con el momento en que se produzca la transición, y con el grado de aprovechamiento que haya podido tener en el centro de trabajo; la evaluación será consensuada entre el tutor laboral y los profesores de cada uno de los módulos en dual.
- No podrá incorporarse nadie más a la empresa, aunque en casos excepcionales se solicitará autorización a delegación para que el alumnado que se incorpore pueda recuperar en periodo extraordinario.

Evaluación negativa de la Formación Profesional en Alternancia

El alumnado será excluido del proyecto en los siguientes casos:

- a). Por faltas repetidas de asistencia o puntualidad no justificadas.
- b). Por actitud incorrecta atendiendo al código disciplinario de la empresa o al reglamento de régimen interno del centro educativo.
- c). Por falta de aprovechamiento.
- d). Bajo rendimiento académico en los estudios cursados en el centro educativo.

Si el alumnado es excluido del proyecto no podrá continuar en la modalidad de formación profesional dual y se le ofrecerá la posibilidad de volver a la modalidad presencial y la evaluación se realizará de igual modo que en el apartado anterior.

Recuperación FP Dual:

- a) Si el alumnado por causa justificada no puede cumplir con el horario establecido para su formación práctica en el centro de trabajo, podrá recuperar dichas jornadas durante el mes de junio, para los alumnos de 1º curso, y en marzo, entre finalización de la formación en alternancia y el comienzo de la FCT, para los alumnos de 2º curso, como periodo extraordinario.
- b) Si el alumnado de primer curso, habiendo realizado la formación práctica en el centro de trabajo, tuviera una calificación negativa, se incorporaría a clases de recuperación durante el mes de junio como el resto del alumnado de la modalidad presencial y tendría que presentarse a la evaluación final de junio de los contenidos correspondientes en función de si el módulo está completamente en dual o no.

- Si el alumnado aprueba la evaluación final de junio, promociona y se incorpora a 2º curso en la modalidad dual.
- Si el alumnado suspende la evaluación final de junio, debe repetir en la modalidad presencial.

c) Si el alumnado de segundo curso, habiendo realizado la formación práctica en el centro de trabajo, tuviera una calificación negativa, se incorporaría a clases de recuperación como el resto del alumnado de la modalidad presencial y tendría que presentarse a la evaluación final de junio de los contenidos correspondientes en función de si el módulo está completamente en dual o no.

- Si el alumnado aprueba la evaluación final de junio, promociona y realiza la FCT en la siguiente convocatoria
- Si el alumnado suspende la evaluación final de junio, debe repetir en la modalidad presencial.

8.- TUTORÍAS

- Se establece un horario de tutoría individual para el alumnado y/o familia. Lunes de 18 a 19 horas para cualquier tipo de dudas, previa cita con el profesor.
- Se llevarán a cabo las tutorías grupales que se estimen oportunas, en función de las necesidades y demandas detectadas en cada momento.

9.- ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD. ALUMNADO CON NEAE

Con este alumnado se llevará a cabo adaptaciones no significativas, descritas según la normativa legal vigente para los CFGM, siempre con la intervención de los responsables legales del alumno, el propio alumno si es mayor de edad, y el departamento de orientación del centro. Estas adaptaciones no significativas permiten modificaciones en la metodología y evaluación, asegurando la consecución de las competencias y objetivos mínimos.

Se contemplan las siguientes adaptaciones:

1. Metodológicas: situarlo en un lugar adecuado, adaptar el número de actividades, fomentar las actividades grupales y estrategias de motivación y refuerzo positivo.
2. En los contenidos: se exigen aquellos considerados como mínimos para garantizar la consecución de las competencias.
3. En la evaluación: adaptar la forma del examen, si es posible, (oral, escrito, test, pregunta corta, etc.), número de preguntas, dotarle de más tiempo.