

1. Identificación da programación

Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano académico
27015311	A Pinguela	Monforte de Lemos	2020/2021

Ciclo formativo

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
IMP	Imaxe persoal	CSIMP02	Estilismo e dirección de peiteado	Ciclos formativos de grao superior	Réxime de adultos

Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (*)

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesións semanais	Horas anuais	Sesións anuais
MP1071	Dirección e comercialización	2020/2021	3	87	104

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

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	MARÍA JOSE ALONSO RODRÍGUEZ
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión equipo directivo

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

Proxecto de FP dual no que se combinarán os procesos de ensino e aprendizaxe na empresa e no centro formativo.

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	Formación en empresa.	Formación curricular que se adquirirá na empresa.	41	20
2	A empresa de imaxe persoal	Tipos de empresas	12	15
3	Dirección de equipos de traballo	Organización e coordinación de profesionais	6	10
4	A comunicación	Normas de atención e comunicación interpersoais	6	10
5	Plans de formación	Deseño de plans de formación e información	6	10
6	Xestión técnica do establecemento	Interpretación da documentación e aplicación de ferramentas informáticas	6	5
7	Plan de comercialización	Deseño de estratexias e accións	15	15
8	Técnicas de publicidade e merchandising	Análise do seu impacto no proceso de comercialización	6	10
9	Calidade dos procesos de imaxe persoal	Avaliación da dinámica de traballo e proposta de medidas correctoras	6	5

4. Por cada unidade didáctica

4.1.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
1	Formación en empresa.	41

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Aplica técnicas de organización e coordinación de profesionais, determinando os postos de traballo e as súas funcións.	NO
RA3 - Deseña normas de atención e comunicación interpersoais, analizando os seus elementos e aplicando normas deontolóxicas.	NO
RA5 - Realiza operacións de xestión técnica do establecemento, interpretando documentación e aplicando ferramentas informáticas.	NO
RA6 - Elabora o plan de comercialización, deseñando estratexias e accións.	NO
RA7 - Organiza a aplicación de técnicas de publicidade e merchandising, analizando o seu impacto no proceso de comercialización de produtos e servizos.	NO
RA8 - Establece criterios de calidade dos procesos de imaxe persoal, avaliando a dinámica global, e propón medidas correctoras.	NO

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

Criterios de avaliación
CA2.8 Deseñouse o plan e o manual de acollemento da empresa en casos prácticos.
CA2.9 Identificáronse pautas para a motivación do persoal e a promoción dentro da empresa.
CA2.11 Planificouse a distribución do traballo entre o equipo técnico en casos prácticos.
CA2.12 Establecéronse pautas para a coordinación entre profesionais en empresas de imaxe persoal.
CA3.7 Establecéronse pautas e normas para a atención e a comunicación coa clientela.
CA3.8 Establecéronse os pasos que se vaian seguir para resolver conflitos.
CA5.2 Determináronse os sistemas para archivar a documentación.
CA5.3 Identificouse as aplicacións informáticas empregadas en empresas de imaxe persoal.
CA5.4 Configurouse a aplicación informática de xestión que se vaia utilizar.
CA5.5 Verificouse o funcionamento da aplicación.
CA5.6 Aplicouse a lexislación sobre protección de datos.
CA5.7 Identificáronse os sistemas de protección, seguridade e acceso á información da aplicación empregada.
CA5.8 Establecéronse os criterios para asignar os usuarios ao programa de xestión.
CA5.9 Introducíronse os datos referidos á xestión canto a clientela, produtos, servizos e persoal.
CA6.1 Describiuse o concepto de márketing e identificáronse os tipos.

Criterios de avaliación
CA6.2 Establecéronse os obxectivos do plan de comercialización.
CA6.3 Determinouse a imaxe que se queira proxectar da empresa.
CA6.4 Identificáronse os tipos de clientela e os mecanismos de fidelización.
CA6.5 Deseñouse a oferta dos produtos e servizos de imaxe persoal.
CA6.6 Determinouse en casos prácticos a imaxe da empresa que se queira proxectar.
CA6.7 Descríbironse as características específicas da asesoría de vendas de produtos e servizos de imaxe persoal.
CA6.8 Aplicáronse técnicas de venda a un servizo ou produto de imaxe persoal.
CA6.11 Aplicáronse técnicas de promoción dun produto ou servizo de imaxe persoal.
CA7.7 Realizáronse escaparates promocionais.
CA7.8 Realizouse a publicidade dos produtos no lugar de venda (PLV).
CA8.7 Establecéronse sistemas de avaliación do grao de satisfacción da clientela.

4.1.e) Contidos

Contidos
Deseño do plan de acollemento na empresa.
Xestión de recursos humanos. Motivación de profesionais. Promoción dentro da empresa.
Organización e coordinación do horario de traballo do persoal. Horarios da empresa segundo tipos e necesidades. Quendas, vacacións e substitucións. Bolsa de traballo.
Organización e coordinación do equipo de traballo e dos medios materiais: Distribución do traballo ao longo da xornada laboral. Axenda de traballo. Coordinación entre profesionais.
Claves para unha comunicación efectiva nun equipo de traballo.
Comunicación externa con clientela e provedores: Comunicación persoal: atención á clientela, equipos de vendas e márketing directo. Comunicación non persoal ou masiva: publicidade, relacións públicas e promoción de vendas. Comunicación en diferentes medio
Técnicas de resolución de conflitos.
Sistemas e métodos de arquivo da documentación: Arquivo en papel e en soportes informáticos. Normas de seguridade e acceso aos arquivos. Organización do arquivo.
Aplicacións informáticas específicas do sector: tipos, características e utilidades.
Configuración da aplicación: asistencia técnica.
Protección de datos: lexislación, sistemas de seguridade, protección e confidencialidade da información.
Usuarios do programa de xestión: criterios de asignación.
Creación da base de datos e tratamento da información: Xestión de servizos, produtos, clientes e persoal. Mantemento e seguridade.
Definición e conceptos básicos de márketing. Utilidade práctica do márketing: para a empresas, a poboación consumidora e a sociedade.
0 Campaña promocional. Deseño dunha campaña promocional en imaxe persoal.
Márketing estratéxico e márketing operativo.
Plan de comercialización da empresa: obxectivos. A imaxe da empresa.

Contidos

Cientela: Tipos de clientela. Comportamento. Relacións coa clientela: servizos, atención e fidelización.

Produtos e servizos en imaxe persoal. Deseño de ofertas de produtos e servizos. Desenvolvemento e lanzamento de novos produtos e/ou servizos.

Técnicas de venda. Fases do proceso da venda.

Persoal asesor de vendas: calidades, aptitudes, actitudes e habilidades.

Tratamento e resolución de queixas e reclamacións.

Promocións: concepto e clasificación.

Valoración das expectativas da clientela e grao de satisfacción.

4.2.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
2	A empresa de imaxe persoal	12

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Aplica técnicas de organización do establecemento de imaxe persoal, determinando infraestruturas e recursos.	SI

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

Criterios de avaliación
CA1.1 Identifícanse os tipos de empresas de imaxe persoal.
CA1.2 Establecéronse as condicións xerais das instalacións e equipamentos asociados.
CA1.3 Valoráronse as variables que inflúen no deseño de espazos e equipamentos.
CA1.4 Identifícanse e distribúronse as zonas e os anexos.
CA1.5 Seleccionáronse as instalacións complementarias necesarias.
CA1.6 Identifícanse instalacións, equipamentos e recursos adecuados a cada zona.
CA1.7 Aplicáronse os parámetros que identifican a imaxe da empresa.

4.2.e) Contidos

Contidos
Modelos organizativos de empresas de imaxe persoal: As empresas tradicionais de imaxe persoal. Novas tendencias empresariais. Franquías.
Instalacións xerais dos establecementos de imaxe persoal: deseño e distribución. Recepción e zona administrativa. Instalacións para realizar os servizos. Áreas para os profesionais. Áreas e instalacións complementarias.
Recursos técnicos. Organización de equipamentos, ferramentas, cosméticos e utensilios.
Imaxe empresarial. Elementos que a conforman.

4.3.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
3	Dirección de equipos de traballo	6

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Aplica técnicas de organización e coordinación de profesionais, determinando os postos de traballo e as súas funcións.	SI

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

Criterios de avaliación
CA2.1 Descríbense os principios de organización dunha empresa e os posibles modelos organizativos.
CA2.2 Especificouse o organigrama do establecemento de imaxe persoal.
CA2.3 Descríbense os postos de traballo, e as funcións e responsabilidades de cada un deles.
CA2.4 Identifícase a competencia profesional e os requisitos necesarios para desempeñar os postos de traballo.
CA2.5 Establecéronse os sistemas de planificación do cadro de persoal.
CA2.6 Relacionáronse os criterios de selección de persoal coa política empresarial.
CA2.7 Aplicáronse técnicas de selección de persoal en casos prácticos, realizando simulacións de situacións.
CA2.8 Deseñouse o plan e o manual de acollemento da empresa en casos prácticos.
CA2.9 Identificáronse pautas para a motivación do persoal e a promoción dentro da empresa.
CA2.10 Establecéronse os criterios de asignación dos horarios de traballo do persoal.
CA2.11 Planificouse a distribución do traballo entre o equipo técnico en casos prácticos.
CA2.12 Establecéronse pautas para a coordinación entre profesionais en empresas de imaxe persoal.

4.3.e) Contidos

Contidos
Organización da empresa. Principios da organización. Modelos organizativos.
Organigrama do centro. Estrutura xerárquica. Postos de traballo, funcións e responsabilidades. Necesidades de persoal segundo o tipo e estrutura da empresa.
Cualificación de profesionais: Competencia profesional. Niveis de competencia. Requisitos xerais e específicos segundo o posto de traballo.
Planificación do cadro de persoal: proceso de selección de persoal. Deseño da oferta de traballo. Técnicas de selección. Proceso de selección de aspirantes.
Deseño do plan de acollemento na empresa.
Xestión de recursos humanos. Motivación de profesionais. Promoción dentro da empresa.
Organización e coordinación do horario de traballo do persoal. Horarios da empresa segundo tipos e necesidades. Quendas, vacacións e substitucións. Bolsa de traballo.

Contidos

Organización e coordinación do equipo de traballo e dos medios materiais: Distribución do traballo ao longo da xornada laboral. Axenda de traballo. Coordinación entre profesionais.

4.4.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
4	A comunicación	6

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA3 - Deseña normas de atención e comunicación interpersoais, analizando os seus elementos e aplicando normas deontolóxicas.	SI

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

Criterios de avaliación
CA3.1 Establecéronse as diferenzas entre comunicación externa e interna na empresa.
CA3.2 Describíronse os tipos de comunicación
CA3.3 Aplicáronse estratexias de comunicación eficaz.
CA3.4 Elaboráronse protocolos de comunicación externa con clientes e provedores.
CA3.5 Elaboráronse protocolos de comunicación interna da empresa.
CA3.6 Realizáronse protocolos de comunicación en diversos medios e soportes (prensa, radio, televisión, internet, etc.).
CA3.7 Establecéronse pautas e normas para a atención e a comunicación coa clientela.
CA3.8 Establecéronse os pasos que se vaian seguir para resolver conflitos.
CA3.9 Establecéronse as normas deontolóxicas aplicadas ás actividades de imaxe persoal.
CA3.10 Establecéronse as leis básicas da dirección de equipos e os estilos de liderado.
CA3.11 Establecéronse pautas para a organización de reunións de traballo.

4.4.e) Contidos

Contidos
Comunicación. Comunicación externa e interna na empresa: tipos, características e diferenzas.
Outros tipos de comunicación ou comunicación mixta: reunións de traballo e briefing. Tipos e fases dunha reunión. Pautas para a organización de reunións.
Técnicas de comunicación eficaz: escoita activa: elementos que facilitan a escoita e elementos que se deben evitar. Feedback, claridade, concreción, asertividade, empatía, etc.
Claves para unha comunicación efectiva nun equipo de traballo.
Comunicación externa con clientela e provedores: Comunicación persoal: atención á clientela, equipos de vendas e márketing directo. Comunicación non persoal ou masiva: publicidade, relacións públicas e promoción de vendas. Comunicación en diferentes medio
Problemas na comunicación externa: tipos e técnicas para resolver situacións de crise.
Comunicación interna na empresa: Comunicación interna vertical: ascendente e descendente. Comunicación interna horizontal. Técnicas para transmitir a información aos equipos de traballo.
Técnicas de resolución de conflitos.
Deontoloxía profesional: Normas deontolóxicas aplicadas á imaxe persoal. Segredo profesional. Lei de protección de datos.

Contidos

Liderado. Leis básicas da dirección de equipamentos.

4.5.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
5	Plans de formación	6

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA4 - Deseña plans de formación e información, establecendo o procedemento de traballo.	SI

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

Criterios de avaliación
CA4.1 Determináronse os elementos dos plans de formación.
CA4.2 Recoñecéronse os obxectivos do plan de formación.
CA4.3 Establecéronse os instrumentos de análise para detectar necesidades formativas.
CA4.4 Establecéronse as pautas para deseñar as accións formativas.
CA4.5 Identificáronse os tipos de accións formativas.
CA4.6 Realizáronse casos prácticos de organización de accións formativas, diferenciando as fases operativa e loxística.
CA4.7 Comparáronse os instrumentos de comunicación para presentar a proposta de formación.
CA4.8 Establecéronse os criterios para realizar o seguimento das accións formativas.
CA4.9 Establecéronse os elementos para realizar o proceso de avaliación.

4.5.e) Contidos

Contidos
Plan de formación e información: concepto e finalidade. Identificación da política de formación.
Obxectivos do plan de formación da empresa de imaxe persoal.
Fase de análise: detección de necesidades formativas.
Deseño das accións formativas: estrutura, características e planificación. Tipos de accións formativas: cursos, relatorios, conferencias, demostracións profesionais, xornadas, feiras, congresos, etc. Planificación operativa: contidos, actividades e método
Comunicación e convocatoria do plan: contidos, proposta de formación e instrumentos de comunicación.
Fase de desenvolvemento e aplicación: características, secuencia e documentación.
Fase de seguimento e avaliación. Instrumentos de avaliación.

4.6.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
6	Xestión técnica do establecemento	6

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA5 - Realiza operacións de xestión técnica do establecemento, interpretando documentación e aplicando ferramentas informáticas.	SI

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

Criterios de avaliación
CA5.1 Identifícase a documentación que se manexa nos procesos de xestión dun establecemento de imaxe persoal.
CA5.2 Determináronse os sistemas para archivar a documentación.
CA5.3 Identifícase as aplicacións informáticas empregadas en empresas de imaxe persoal.
CA5.4 Configurouse a aplicación informática de xestión que se vaia utilizar.
CA5.5 Verifícase o funcionamento da aplicación.
CA5.6 Aplícase a lexislación sobre protección de datos.
CA5.7 Identifícanse os sistemas de protección, seguridade e acceso á información da aplicación empregada.
CA5.8 Establecéronse os criterios para asignar os usuarios ao programa de xestión.
CA5.9 Introdúcense os datos referidos á xestión canto a clientela, produtos, servizos e persoal.

4.6.e) Contidos

Contidos
Documentación: tipos de documentación técnica e comercial.
Sistemas e métodos de arquivo da documentación: Arquivo en papel e en soportes informáticos. Normas de seguridade e acceso aos arquivos. Organización do arquivo.
Aplicacións informáticas específicas do sector: tipos, características e utilidades.
Configuración da aplicación: asistencia técnica.
Protección de datos: lexislación, sistemas de seguridade, protección e confidencialidade da información.
Usuarios do programa de xestión: criterios de asignación.
Creación da base de datos e tratamento da información: Xestión de servizos, produtos, clientes e persoal. Mantemento e seguridade.

4.7.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
7	Plan de comercialización	15

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA6 - Elabora o plan de comercialización, deseñando estratexias e accións.	SI

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

Criterios de avaliación
CA6.1 Describiuse o concepto de márketing e identificáronse os tipos.
CA6.2 Establecéronse os obxectivos do plan de comercialización.
CA6.3 Determinouse a imaxe que se queira proxectar da empresa.
CA6.4 Identificáronse os tipos de clientela e os mecanismos de fidelización.
CA6.5 Deseñouse a oferta dos produtos e servizos de imaxe persoal.
CA6.6 Determinouse en casos prácticos a imaxe da empresa que se queira proxectar.
CA6.7 Descríronse as características específicas da asesoría de vendas de produtos e servizos de imaxe persoal.
CA6.8 Aplicáronse técnicas de venda a un servizo ou produto de imaxe persoal.
CA6.9 Establecéronse estratexias de intervención en reclamacións ou queixas.
CA6.10 Establecéronse os obxectivos e os instrumentos empregados nunha campaña promocional.
CA6.11 Aplicáronse técnicas de promoción dun produto ou servizo de imaxe persoal.

4.7.e) Contidos

Contidos
Definición e conceptos básicos de márketing. Utilidade práctica do márketing: para a empresas, a poboación consumidora e a sociedade.
0 Campaña promocional. Deseño dunha campaña promocional en imaxe persoal.
Márketing estratéxico e márketing operativo.
Plan de comercialización da empresa: obxectivos. A imaxe da empresa.
Clientela: Tipos de clientela. Comportamento. Relacións coa clientela: servizos, atención e fidelización.
Produtos e servizos en imaxe persoal. Deseño de ofertas de produtos e servizos. Desenvolvemento e lanzamento de novos produtos e/ou servizos.
Técnicas de venda. Fases do proceso da venda.
Persoal asesor de vendas: calidades, aptitudes, actitudes e habilidades.
Tratamento e resolución de queixas e reclamacións.

Contidos

Promocións: concepto e clasificación.

4.8.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
8	Técnicas de publicidade e merchandising	6

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA7 - Organiza a aplicación de técnicas de publicidade e merchandising, analizando o seu impacto no proceso de comercialización de produtos e servizos.	NO

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

Criterios de avaliación
CA7.1 Establecéronse os obxectivos do plan de publicidade e merchandising.
CA7.2 Deseñáronse as estratexias para realizar o plan de publicidade e merchandising.
CA7.3 Identifícaronse a publicidade e o merchandising como ferramentas do proceso de venda de produtos e servizos.
CA7.4 Analizáronse os medios de comunicación que interveñen na publicidade.
CA7.5 Aplicáronse técnicas de publicidade a un produto ou servizo de imaxe persoal.
CA7.6 Relacionouse a ambientación e a organización dos espazos co proceso de venda.

4.8.e) Contidos

Contidos
Plan de publicidade e merchandising: concepto e obxectivos do plan.
Publicidade: concepto; obxectivos.
Elementos que conforman a publicidade como técnica de venda. Medios de comunicación para a publicidade. Estratexias.
Publicidade dos produtos e servizos en imaxe persoal.
Merchandising nunha empresa de imaxe persoal: concepto. Elementos do merchandising. Ambientación xeral, puntos de venda, elementos exteriores do establecemento e publicidade no lugar de venda (PLV).

4.9.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
9	Calidade dos procesos de imaxe persoal	6

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA8 - Establece criterios de calidade dos procesos de imaxe persoal, avaliando a dinámica global, e propón medidas correctoras.	SI

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

Criterios de avaliación
CA8.1 Identifícaronse os indicadores de calidade.
CA8.2 Caracterizouse a figura do persoal consultor-avaliador nos establecementos de imaxe persoal.
CA8.3 Organizouse un plan de avaliación para a detección de desviacións na empresa.
CA8.4 Establecéronse os parámetros para avaliar os procesos.
CA8.5 Propuxéronse medidas para optimizar a prestación do servizo e corrixir erros.
CA8.6 Deseñáronse accións para resolver deficiencias que afectan a calidade do servizo.
CA8.7 Establecéronse sistemas de avaliación do grao de satisfacción da clientela.

4.9.e) Contidos

Contidos
Calidade: indicadores.
0Avaliación da comunicación integral da empresa.
Avaliación dos procesos técnicos e dos protocolos de traballo.
Avaliación do contorno da empresa.
Plan de intervención para a corrección das desviacións.
Valoración das expectativas da clientela e grao de satisfacción.
Figura do persoal consultor-avaliador.
Plan de avaliación do proxecto empresarial.
Obxectivos da avaliación.
Métodos de análise.
Avaliación de recursos técnicos, humanos e instalacións.
Avaliación da xestión técnica e comercial.
Avaliación da imaxe corporativa.

Contidos

Avaliación da comercialización de produtos e servizos.

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

Os mínimos exigibles para acadar a avaliación positiva son os establecidos como tales nos criterios de avaliación das distintas unidades didácticas. A cualificación final do módulo obtense ponderando as notas dos distintos instrumentos de avaliación que aparecen en cada unha das unidades didácticas segundo o peso/ porcentaxe especificada para cada un deles.

6. Procedemento para a recuperación das partes non superadas

6.a) Procedemento para definir as actividades de recuperación

No caso de non superar algunha das partes das unidades didácticas, estableceranse unhas actividades de recuperación (exercicios prácticos, traballos, resolución de problemas, etc) que terán asociados distintos instrumentos de avaliación.

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

A perda de dereito a avaliación continua suporá a posibilidade de seguir asistindo a clase pero implicará a realización dunha avaliación extraordinaria. Esta consistirá nunha proba escrita tipo cuestionario de selección cun peso relativo dun 50% e uns exercicios prácticos cun peso relativo do 50%. Deberá realizar esta proba o alumnado con cualificación inferior a 5 puntos na avaliación ordinaria. Superará o módulo o alumnado que, despois de realizar a proba de avaliación final, acade un mínimo de 5 puntos sobre 10. Ao alumnado convocado á proba de avaliación final entregaráselle un informe indicando as competencias non adquiridas e os medios de recuperación propostos.

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

Nas reunións do departamento realizarase un seguimento do cumprimento da programación ao longo do curso. O sistema de calidade fai necesaria unha revisión mensual do cumprimento da programación. Ao remate do curso, avaliaranse os resultados da programación tendo en conta 2 aspectos:

1. Os resultados académicos. Deberá haber un índice alto de alumnado calificado positivamente. Realizarase unha memoria cos datos máis relevante do desenvolvemento da programación: temporalización das unidades didácticas, probas realizadas e resultados acadados en cada unha delas, etc.
2. Enquisas anónimas ao alumnado.

8. Medidas de atención á diversidade

8.a) Procedemento para a realización da avaliación inicial

A titora, durante as primeiras semanas do curso, entregará ao alumnado unha enquisa e os datos aportados utilizaranse na reunión de avaliación inicial con todo o equipo docente para atopar, se é o caso, alumnado con necesidades específicas de apoio educativo. Quedará constancia de dita reunión nun acta firmada por todo o equipo docente.

No caso de que no grupo se atopara algún alumno ou alumna con necesidades educativas específicas, valoraranse, xunto co departamento de orientación, as posibilidades reais de que o alumno ou alumna alcance os resultados de aprendizaxe. Adoptáranse as medidas necesarias propostas no Decreto 229/2011 de 7 de decembro polo que se regula a atención á diversidade do alumnado dos centros docentes da Comunidade Autónoma de Galicia nos que se imparten as ensinanzas establecidas na Lei Orgánica 2/2006, do 3 de maio, de educación.

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

Para o alumnado que non consegue os obxectivos das actividades, empregáranse metodoloxías diferentes e prantearanse alternativas consensuadas co equipo de orientación.

9. Aspectos transversais

9.a) Programación da educación en valores

Segundo o Decreto 114/2010, do 1 de xullo, polo que se establece a ordenación xeral da formación profesional do sistema educativo de Galicia, a formación profesional ten por finalidade preparar o alumnado para a actividade nun campo profesional e facilitar a súa adaptación ás modificacións laborais que se poidan producir ao longo da vida, así como contribuír ao seu desenvolvemento persoal, ao exercicio dunha cidadanía democrática e á aprendizaxe permanente.

Ademais, na preparación das persoas cobrará singular importancia a transmisión de actitudes e normas para un desempeño profesional respectuoso co medio, cumpridor coa normativa de seguridade e prevención de riscos laborais, e fortalecedor da calidade e da mellora continua da súa actividade, e do espírito emprendedor.

Así mesmo, dirixirase a conseguir o desenvolvemento integral da persoa á marxe dos estereotipos e dos papeis en función do sexo, o rexeitamento de toda forma de discriminación e a garantía dunha orientación académica e profesional non condicionada polas diferenzas sexuais. Por outra banda, farase fincapé en aspectos coma o autoconcepto, a colaboración entre profesionais e as TIC aplicadas ao desenvolvemento da profesión.

9.b) Actividades complementarias e extraescolares

As organizadas para o ciclo dende o DEPARTAMENTO DE IMAXE PERSOAL.

10. Outros apartados

10.1) Metodoloxía en caso de confinamento debido a COVID19

No caso de que as circunstancias sanitarias debidas a COVID 19 impoñan un novo confinamento domiciliario, o ensino telemático desenvolverase atendendo os seguintes aspectos:

1. Empregarase a plataforma Webex para impartir as sesións de clases virtuais.
2. Na aula virtual porase a disposición do alumnado o material didáctico necesario para o seguimento das clases: apuntes e explicación de contidos, actividades e tarefas.
3. O correo electrónico corporativo complementará o proceso de ensino-aprendizaxe para realizar calquera consulta ou aclaración.
4. O alumnado entregará as tarefas solicitadas a través da aula virtual.
5. Manteranse os mesmos criterios de avaliación e os mesmos instrumentos de avaliación para verificar a consecución dos obxectivos por parte do alumnado.