

1. Identificación da programación
Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano académico
36015159	Chan do Monte	Marín	2024/2025

Ciclo formativo

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
COM	Comercio e márketing	CSCOM04	Márketing e publicidade	Ciclos formativos de grao superior	Réxime xeral-ordinario

Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (*)

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesións semanais	Horas anuais	Sesións anuais
MP1008	Medios e soportes de comunicación	2024/2025	5	87	104

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

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	ANTONIO JOSÉ OROSA PETEIRA
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión departamento

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

O IES Chan do Monte está situado na parroquia de Mogor no concello de Marín . O entorno productivo de Marín está relacionado co mar e condicionado pola súa situación como entrada da comarca do Morrazo (Bueu, Moaña, Cangas) e a súa proximidade á capital da provincia: Pontevedra.

O sector primario e en concreto a pesca tén unha representación maioritaria e tamén o sector secundario relacionado coa mesma: conxeado de peixe e marisco, transformación do produto, loxística...; O sector terciario progresivamente foi acadando un peso significativo: supermercados, tendas de proximidade, sector financeiro, talleres.e concesionarios de coches.

O currículo está integrado no sector productivo citado, pois contempla as actividades e procesos máis comúns no ámbito funcional da empresa. Neste senso, esta programación adecúase a estas necesidades do entorno productivo e permite formar profesionais cos coñecementos adecuados de xeito que a formación impartida no módulo contribúe a alcanzar os seguintes obxectivos xerais:

- 1) Realizar propostas de combinación de medios e soportes publicitarios, respectando a normativa en materia de publicidade e redactando informes de control de emisión e cursaxe, para elaborar o plan de medios publicitarios.
- 2) Analizar e utilizar os recursos e as oportunidades de aprendizaxe que se relacionan coa evolución científica, tecnolóxica e organizativa do sector, así como as tecnoloxías da información e da comunicación, para manter o espírito de actualización e se adaptar a novas situacións laborais e persoais.
- 3) Desenvolver a creatividade e o espírito de innovación para responder aos retos que se presenten nos procesos e na organización do traballo e da vida persoal.
- 4) Tomar decisións fundamentadas, analizando as variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito e aceptando os riscos e a posibilidade de equivocación, para afrontar e resolver situacións, problemas ou continxencias.
- 5) Desenvolver técnicas de liderado, motivación, supervisión e comunicación en contextos de traballo en grupo, para facilitar a organización e a coordinación de equipos de traballo.
- 6) Aplicar estratexias e técnicas de comunicación adaptándose aos contidos que se vaian transmitir, á finalidade e ás características das persoas receptores, para asegurar a eficacia nos procesos de comunicación.
- 7) Avaliar situacións de prevención de riscos laborais e de protección ambiental, propondo e aplicando medidas de prevención persoais e colectivas, de acordo coa normativa aplicable nos procesos de traballo, para garantir ámbitos seguros.
- 8) Identificar e propor as accións profesionais necesarias para dar resposta á accesibilidade e ao deseño universais.
- 9) Identificar e aplicar parámetros de calidade nos traballos e nas actividades que se realizan no proceso de aprendizaxe, para valorar a cultura da avaliación e da calidade, e ser quen de supervisar e mellorar procedementos de xestión de calidade.
- 10) Recoñecer os dereitos e os deberes como axente activo na sociedade, tendo en conta o marco legal que regula as condicións sociais e laborais, para participar na cidadanía democrática.

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	Descrición dos soportes publicitarios en medios convencionais (I)	Introdución. Concepto e clasificación. Prensa: formas publicitarias específicas e elementos específicos. Radio: formas publicitarias específicas e elementos específicos	13	13
2	Descrición dos soportes publicitarios en medios convencionais (II)	Televisión: formas publicitarias específicas e elementos básicos. Vantaxes e inconvenientes. Cine: formas publicitarias específicas e elementos básicos. Vantaxes e inconvenientes. Publicidades exterior	13	12
3	Descrición dos soportes publicitarios en medios non convencionais (I)	Introdución. Publicidade no lugar de venda: formas publicitarias específicas e elementos básicos. Vantaxes e inconvenientes. Publicidade directa: formas publicitarias específicas. Vantaxes e inconvenientes. Publicity: formas publicitarias específicas. Vantaxes e inconvenientes. Telemarketing. Vantaxes e inconvenientes.	12	12
4	Descrición dos soportes publicitarios en medios non convencionais (II)	Publicidade online: tipos e características	13	13
5	Recopilación de datos para diseñar un plan de medios	Fontes de información. Audiencias. Técnicas cualitativas e cuantitativas. Empresas de sondaxe e estudo de medios. Paneis: de consumidores, de detallistas e de audiencias. Investigación monográfica e investigación multiimedia. Estudo dos perfís, audiencias e coberturas de cada soporte. Análise da actividade da competencia. Histórico de plans executados. Análise da evolución das cifras de negocio do mercado publicitario. Análise de tendencias e evolución.	13	13
6	Normativa publicitaria e contratos	. Normativa. Límites da publicidade. Normas da LXP para contratos publicitarios. Contratos: de publicidade, de difusión publicitaria, de creación publicitaria e de patrocinio	11	11
7	Axencias de publicidade e preparación do plan de medios	Axencias de publicidade: tipos e departamentos. Cetrals de medios. Briefing. Preparación dun plan de medios: obxectivos, público obxectivo, estratexia, selección de soportes e comparación entre canles, presuposto e calendario. Ordes de cursaxe da emisión. Resumo gráfico da campaña	15	13
8	Eficacia publicitaria. Seguimento e control do plan de medios	Métodos de medición da eficacia: indicadores de rendibilidade e parámetros de audiencia. Reparto de insercións. Planificación de soportes de comunicación. Ratios de eficacia. Ordes de compra de emisión en distintos medios. Cadro de mando e control dunha campaña	14	13

4. Por cada unidade didáctica
4.1.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
1	Descrición dos soportes publicitarios en medios convencionais (I)	13

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Describe os soportes de comunicación en liña e fóra de liña, distinguindo as súas tipoloxías e as súas características diferenciadoras.	NO

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

Criterios de avaliación
CA2.1 Identifícaronse as características propias de cada medio publicitario, e valoráronse as súas vantaxes e os seus inconvenientes.
CA2.2 Analizáronse as características específicas dos medios gráficos (prensa diaria, gratuíta, revistas e dominicais).
CA2.3 Recoñecéronse as características propias dos medios publicitarios auditivos (radio).

4.1.e) Contidos

Contidos
Concepto e clasificación dos medios publicitarios. vantaxes e desvantaxes de cada medio.
Análise dos aspectos relativos á prensa. Formas e elementos básicos: módulo e roubapáxinas, etc. Elementos específicos.
Formas publicitarias específicas da radio. Formas e elementos básicos: cuñas, programas, patrocinios, etc. Elementos específicos.

4.2.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
2	Descrición dos soportes publicitarios en medios convencionais (II)	13

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Describe os soportes de comunicación en liña e fóra de liña, distinguindo as súas tipoloxías e as súas características diferenciadoras.	NO

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 Identifícaronse as características propias de cada medio publicitario, e valoráronse as súas vantaxes e os seus inconvenientes.

Crterios de avaliación

CA2.4 Avaliáronse as características propias dos medios audiovisuais (televisión e cine).

CA2.5 Comprobáronse as características propias dos medios publicitarios exteriores.

4.2.e) Contidos
Contidos

Concepto e clasificación dos medios publicitarios. vantaxes e desvantaxes de cada medio.

Formas publicitarias específicas da televisión. Formas e elementos básicos: anuncio, publireportaxe, patrocinio, etc. Elementos específicos.

Formas publicitarias específicas do cine. Formas e elementos básicos: filmmet, publirreportaxe, etc. Elementos específicos.

Formas publicitarias específicas da publicidade exterior. Formas e elementos básicos: valos, marquesiñas, etc. Elementos específicos.

4.3.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
3	Descrición dos soportes publicitarios en medios non convencionais (I)	12

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Describe os soportes de comunicación en liña e fóra de liña, distinguindo as súas tipoloxías e as súas características diferenciadoras.	NO

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

CA2.1 Identifícaronse as características propias de cada medio publicitario, e valoráronse as súas vantaxes e os seus inconvenientes.

CA2.6 Comprobáronse as características propias do márketing directo (porta a porta e correo directo).

4.3.e) Contidos

Contidos
Concepto e clasificación dos medios publicitarios. vantaxes e desvantaxes de cada medio.
Formas publicitarias específicas da publicidade no lugar de vendas (PLV). Formas e elementos básicos: cartelaría, luminosos, etc. Elementos específicos.
Formas publicitarias específicas e peculiares da publicidade directa (correo directo e porta a porta). Formas e elementos básicos: sobres, carta, folleto, pedido, etc. Elementos específicos.
Concepto de publicity e ferramentas utilizadas. Tipos de publicity máis usados.

4.4.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
4	Descrición dos soportes publicitarios en medios non convencionais (II)	13

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Describe os soportes de comunicación en liña e fóra de liña, distinguindo as súas tipoloxías e as súas características diferenciadoras.	NO

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

Criterios de avaliación
CA2.1 Identifícanse as características propias de cada medio publicitario, e valoráronse as súas vantaxes e os seus inconvenientes.
CA2.7 Recoñecéronse as propiedades publicitarias dos medios en liña (internet).

4.4.e) Contidos

Contidos
Concepto e clasificación dos medios publicitarios. vantaxes e desvantaxes de cada medio.
Planificación de medios no contorno en liña: tipos de formatos de publicidade en internet e compra de medios en liña.

Contidos
Palabras clave para a procura de noticias das que son obxecto.

4.5.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
5	Recopilación de datos para diseñar un plan de medios	13

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Compila referencias e datos salientables de diferentes fontes de información, e organiza o plan de medios publicitarios.	NO
RA5 - Colabora na elaboración de informes de cobertura informativa en diversos medios, procesando os datos adquiridos con ferramentas informáticas axeitadas.	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 Identificáronse fontes de información de medios fiables e/ou oficiais, utilizando técnicas de procura en liña e fóra de liña.
CA1.2 Recoñecéronse as variables e os datos da campaña de comunicación en medios, a partir do estudo estratéxico (briefing) da clientela e anunciantes.
CA1.3 Consideráronse todos os medios publicitarios dispoñibles, segundo o carácter da campaña, e valorouse a súa difusión en liña e fóra de liña.
CA1.4 Obtivéronse datos de medios e soportes salientables e fiables: estudo xeral de medios (EXM), Oficina de Xustificación da Difusión (OJD), para a prensa escrita, etc.
CA1.6 Presentáronse os datos obtidos dos medios publicitarios de xeito estruturado, utilizando follas de cálculo ou táboas de bases de datos.
CA1.7 Valoráronse os importes dese proceso.
CA5.1 Confeccionouse unha base de datos cos medios e os soportes de comunicación en que poidan aparecer noticias relacionadas coa empresa ou co sector.

Criterios de avaliación
CA5.2 Rastrexáronse os medios e os soportes de comunicación, procurando contidos relacionados coa actividade.
CA5.3 Realizouse a dixitalización dos contidos localizados, de acordo cos criterios establecidos e utilizando aplicacións informáticas axeitadas.
CA5.4 Identifícaronse os servizos que ofrecen as empresas de press clipping (información da empresa nos medios, da competencia ou das empresas punteiras do sector, etc.).
CA5.5 Localizáronse os contidos e a cobertura informativa realizada, no caso dos medios non escritos, vendo as imaxes e tomando os datos de tempo.
CA5.6 Realizouse o informe de cobertura informativa, mediática e press clipping conforme o estilo, a edición e os criterios de maquetaxe establecidos.
CA5.7 Transmítiuse o informe ou press clipping ás persoas de rango superior e ás designadas pola organización.

4.5.e) Contidos

Contidos
Análises de audiencias efectuadas por agrupacións de medios de comunicación.
Empresas especializadas en elaborar sondaxes e estudos de medios publicitarios.
Paneis de poboación consumidora e de detalle.
Estudo de perfís, audiencias e coberturas de cada soporte publicitario.
Análise de antecedentes para o estudo do briefing.
Análise da actividade publicitaria da competencia.
Confección de bases de datos: medios e soportes de comunicación de noticias relacionadas coa empresa ou o sector.
Información acerca dos tipos de empresas do sector.

4.6.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
6	Normativa publicitaria e contratos	11

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA3 - Colabora na elaboración do plan de medios publicitarios, seleccionando os soportes de comunicación axeitados aos obxectivos establecidos.	NO

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

Criterios de avaliación
CA3.1 Interpretáronse as normas fundamentais da lei xeral de publicidade e os tipos de contratos publicitarios.
CA3.2 Definíronse as obrigas e as responsabilidades da entidade anunciante e da axencia na contratación publicitaria.

4.6.e) Contidos

Contidos
Normas xerais da lei xeral publicitaria aplicables aos contratos publicitarios.
Límites da publicidade.
Malos usos da publicidade.
Contratos de publicidade, de difusión publicitaria, de creación publicitaria e de patrocinio publicitario.
Código deontolóxico de autorregulación publicitaria.
Actos de competencia desleal.
Prácticas comerciais desleais coas persoas consumidoras ou usuarias.
Publicidade sobre produtos susceptibles de xerar riscos para a saúde ou a seguridade das persoas ou do seu patrimonio.

4.7.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
7	Axencias de publicidade e preparación do plan de medios	15

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Compila referencias e datos salientables de diferentes fontes de información, e organiza o plan de medios publicitarios.	NO
RA3 - Colabora na elaboración do plan de medios publicitarios, seleccionando os soportes de comunicación axeitados aos obxectivos establecidos.	NO
RA4 - Realiza o seguimento da execución do plan de medios publicitarios, controlando o seu cumprimento.	NO

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

Criterios de avaliación
CA1.5 Comparáronse as mellores ofertas de espazos publicitarios e as condicións de aparición ofrecidas polas axencias de compras de medios.
CA3.3 Ordenouse a información obtida da investigación de medios nun cadro de mando e/ou xestión.
CA3.4 Elaborouse o plan de medios como plan de investimento publicitario baseado nunha selección óptima de medios e soportes.
CA3.5 Calculouse o custo das opcións, a partir de análises actualizadas das tarifas e das condicións dos medios, e valorouse a súa actualización no caso de variacións destes.
CA3.6 Considerouse o impacto das combinacións utilizando razóns de impacto tipo GRP (gross rating point), CPR (custo por rexistro), CPM (custo por mil), impacto útil e outros índices de datos obxectivos.
CA3.7 Transmitíronse á persoa responsable da campaña as posibilidades de combinación óptima do plan de medios que resultan do cadro de mando e/ou xestión da campaña.
CA4.1 Cursáronse a cada soporte e medio as ordes relativas á emisión do plan de medios, segundo as previsións de tempo e forma establecidas.

4.7.e) Contidos

Contidos
0Comparación de ofertas de espazos publicitarios.
Presentación de datos e resultados en soportes informáticos.
Facturas á clientela.
Selección do público obxectivo para cada medio publicitario (target audience).

Contidos
Centrais de compras de medios: concepto e obxectivos.
Axencias de publicidade: concepto e clases.
Preparación dun plan de medios.
Selección de orzamentos ofrecidos polas axencias publicitarias.
Relacións das axencias coas entidades anunciante e os medios.
Métodos de análise multicriterio baseados en diversas alternativas para a ordenación e a selección dos mellores medios.
Ordes de cursaxe de emisión en distintos medios.
Relación con provedores fóra de liña e en liña.
Almacenamento da información recibida mediante o uso de sistemas de xestión de bases de datos, xerando hemerotecas e arquivos personalizados.
Elaboración de informes de cobertura informática, mediática e press clipping, e a súa transmisión ás persoas responsables.

4.8.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
8	Eficacia publicitaria. Seguimento e control do plan de medios	14

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Describe os soportes de comunicación en liña e fóra de liña, distinguindo as súas tipoloxías e as súas características diferenciadoras.	NO
RA4 - Realiza o seguimento da execución do plan de medios publicitarios, controlando o seu cumprimento.	NO

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

Criterios de avaliación
CA2.8 Avaliouse a información divulgada pola empresa, co fin de crear un clima favorable cara a ela mesma (publicity) como medio de difusión non suxeito á lei ou normativa publicitaria.

Criterios de avaliación

CA4.2 Monitorizouse o seguimento do plan de medios con instrumentos de diversos tipos (lectura, audición, visualización, etc.).

CA4.3 Comprobouse a correcta aparición das formas e dos elementos publicitarios nos medios e nos soportes previstos, de acordo coas condicións, a frecuencia e o tempo contratados.

CA4.4 Transmitíronselles axiña ás persoas responsables os erros, as desviacións e as omisións sobre o plan de medios, de acordo co protocolo establecido para a súa resolución.

CA4.5 Rexistráronse os datos de seguimento e control do plan de medios nun informe capaz de medir a eficacia, a rendibilidade e as posibilidades de mellora do plan executado.

CA4.6 Elaborouse un informe de control de emisión consonte as especificacións recibidas, para a súa transmisión aos superiores.

4.8.e) Contidos**Contidos**

0 Cadro de mando dunha campaña en medios.

Análise de marxes e de custos permitidos.

Métodos de medición da efectividade publicitaria.

Razóns para a análise dos resultados das campañas: stats e adstock.

Razóns de efectividade en liña e fóra de liña.

0 Elaboración de informes á dirección con ferramentas informáticas.

Cadro de mando e control dunha campaña.

Control nun plan de medios escrito.

Instrumentos de control utilizados habitualmente en televisión e radio.

Cadros de seguimento de execución de campañas en internet.

Control do plan de medios canto á frecuencia, ás condicións e aos tempos pactados.

Normas de actuación en caso de incumprimento das condicións pactadas.

Ferramentas informáticas para controlar os sucesos e os datos acaecidos durante a execución do plan de medios.

Rastreamento dos medios informativos en liña e fóra de liña utilizando sistemas automáticos de procura.

Contidos

Vantaxes dos seguimentos de informacións.

Servizos que ofrecen as empresas de press clipping.

Aplicacións informáticas de edición e reutilización das noticias conseguidas a través dun servizo de seguimento.

5. Mínimos exigibles para alcanzar a avaliación positiva e os criterios de cualificación**MÍNIMOS ESIXIBLES PARA ACADAR A AVALIACIÓN POSITIVA**

Todos os indicados no apartado 4.c .

AVALIACIÓNS e CRITERIOS DE CUALIFICACIÓN

Cómpre indicar que de acordo co dito no módulo obxecto da presente programación realizárase a avaliación ao longo de todo o proceso formativo do alumnado, tendo un carácter continuo. Comezaremos coa avaliación inicial dos alumnos ,as avaliacións parciais e a avaliación final .

AVALIACIÓN INICIAL.-

Nos primeiros días do comezo do curso realizárase un cuestionario co que se intentará saber o nivel acadado polos alumnos, o coñecemento previo do módulo, o seu interese por este ciclo, expectativas laborais,..... Os resultados recolleranse nun informe que se achegará ao titor do ciclo na sesión de avaliación inicial que se celebrará entre os días 7 e 9 de outubro (data a concretar)

AVALIACIÓNS PARCIAIS

No curso actual 2024-25 teremos 2 sesións de avaliación : a primeira que abrangue dende comezo do curso ata o 20 de decembro e a segunda e final , do 8 de xaneiro ata finais de marzo de 2025.

Na Primeira avaliación realizáranse dous exames. Cada un deles consta de contidos teóricos e prácticos. En cada un deles as preguntas reflictirán as ponderacións sinaladas nesta programación. O primeiro exame comprenderá as unidades didácticas 1 e 2 e o segundo exame as unidades 3 e 4. O exame constará de : a)Cuestionario tipo test no que non penalizarán as respostas erróneas b) Preguntas curtas ou de encher ocos e c) Casos prácticos. Teranse en conta as ponderacións establecidas no apartado 4 desta programación

A nota de avaliación formaríase coa nota media das notas acadadas nos dous exames, esixindo un mínimo dun 4 en cada un. Así, se un alumno obtivo no primeiro examen un 0 e no segundo un 7 non cumpriría a condición esixida tendo unha nota de avaliación de 4 e tería que recuperar a parte non superada. Con todo, un alumno con nota de 4 nun e 6 noutro teríao superado con nota de 5.A ponderación dos exames na nota de avaliación será dun 80%.

Á nota obtida nos exames(cumprindo o requisito sinalado) engadirase a:

B)Valoranse as actividades de participación do alumno nas actividades diarias(exercicios, resolución de problemas,..) de xeito que a corrección voluntaria dos mesmos supón unha nota de 0,10 a engadir a nota da avaliación fixando un máximo de 1 punto neste concepto.

C)A realización de traballos e exercicios a entregar na Aula Virtual propostos polo profesor sobre contidos tratados no módulo terán unha valoración máxima de 1 punto . A valoración será recollida nunha táboa na que se reflectirán ditos aspectos así como a puntuación final otorgada a cada alumno. A valoración máxima por este apartado será de 1 punto.

A ponderación da participación do alumnado e dos traballos (apartados B e C) realizados será dun 20% na nota de avaliación.

A nota da 1ª avaliación parcial do módulo formarase do seguinte xeito: notas dos exames(primeiro e segundo, sempre que se cumpra o requisito de que cada un supere o 4 + notas das saídas ao encerado para corrixir exercicios ou participación en actividades + nota dos traballos voluntarios.e tarefas realizadas .A nota máxima será de 10 e os excesos á mesma non serán tidos en conta. A nota de avaliación non poderá ter decimais. Por exemplo un/a alumno/a que obtivese un 6 no primeiro exame e un 5 no segundo cumpriría o requisito esixido (mínimo de 4) e tería unha nota neste apartado de 5,5 que ponderaría un 80% na nota de avaliación, isto é ,4,4 (apartado A)

Se saíse a corrixir axeitadamente exercicios ao encerado catro veces acadaría: 0,40 puntos no apartado B e se realizase traballos e/ou tarefas que se lle valoraran con 0,5 tería neste apartado C un total de 0,50. A suma de B e C sería igual a 0,90 puntos .A nota de avaliación sería $4,4+0,90=5,3$, 5 (non se teñen en conta os decimais e considerase superada a avaliación a partires de 4,5).

No caso de alumnos que superen os dous exames pero non acaden nota de 5 ou superior na avaliación de acordo co dito anteriormente, deberán recuperar as tarefas, exercicios ou traballos que lle indique o profesor para que a nota de avaliación sexa satisfactoria. Por ex. un alumno tivo un 5 no primeiro exame e un 5 no segundo, a nota media é de 5 que ponderado ao 80% nos daría un 4 . Se non tivese máis puntuación que engadir (por exercicios, traballos,...) a nota de avaliación sería de 4 e debería recuperar realizando as tarefas que lle indique o profesor (gardaría a nota dos exames) de xeito que puidese acadar un 5.

A segunda avaliación terá tamén dous exames de similares características aos descritos anteriormente.O primeiro comprenderá as unidades didácticas 5 e 6 e o segundo as unidades 7 e 8. O formato será semellante ao explicado anteriormente na primeira avaliación sendo tamén aplicabéis todo o dito antes sobre as actividades de participación e traballos.

Nos módulos superados a cualificación final coincidirá coa obtida na segunda avaliación parcial e formaríase do seguinte xeito:a nota numérica da 1ª avaliación +a nota numérica da 2ª avaliación .A suma divídese entre 2 e redondearase a nota, se ten decimais,

6. Procedemento para a recuperación das partes non superadas

6.a) Procedemento para definir as actividades de recuperación

En cada sesión parcial de avaliación realizarse un exame de recuperación para os alumnos que non acadasen resultados positivos .O exame terá as mesmas características que os de cada avaliación con contidos teóricos e prácticos ,so que agora se realizarán nun mesmo día.Os alumnos/as terán que realizar a recuperación daquelas partes nas que non tiveran o mínimo de 4(pode ser o primeiro exame, o segundo ou ben os dous ou ben realizar as tarefas que lle indique o profesor).No caso de ter só unha parte ,gárdase a nota da outra para conformar a nota da avaliación. Teranse en conta as puntuacións das saídas ao encerado e dos traballos realizados .Por exemplo, se un alumno no primeiro exame obtívese unha nota de 2 ,e no segundo exame tivese nota de 6 tería que recuperar o primeiro exame.Se no exame de recuperación tivese unha nota de 7 a nota da recuperación sería $(7 +6)/2=6,5$ que pondera un 80% e daría un 5, 20.A esta engadiríanse as saídas que realizara ao encerado e a nota do traballo .Supoñamos que tivese só unha saída(0,10) e non realizase ningún traballo, a nota de 0,10. A nota da recuperación sería $5,20 +0,10 = 5,30$ e a nota) sería de 5.

A nota da avaliación final será a suma das notas acadadas en cada avaliación dividida por 2 redondeando a nota. Os alumnos con algunha avaliación parcial non superada e que teñan polo tanto algunha avaliación non superada terán que recuperala nos exames finais a celebrar no último mes de clase e a nota final se conformará de xeito semellante ao explicado.

Os alumnos que inda así non superen o módulo deberán matricularse no mesmo no no vindeiro curso e programaranse coa debida antelación as correspondentes actividades de recuperación que basicamente consistirán en repasar as unidades didácticas e realizar os exercicios das mesmas.

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

Os alumnos que superen (tendo en conta os motivos laborais e persoais) o 10% de faltas de asistencia ao módulo ,perderán o dereito de avaliación continua. Poderán seguir asistindo as clases do módulo e tamén aos exames inda que estes non serán valorados polo profesor da materia.

Para superar o módulo, no mes de finalización das clases publicaranse no taboeiro de anuncios as datas dos exames que respetarán as características das exames por avaliacións parciais , se ben incluíndo todas as unidades didácticas das unidades formativas ponderando nun 50% os contidos teóricos e un 50% os prácticos.Superarase cunha nota mínima de 5 sendo necesario acadar unha nota de 2 en cada parte(teórica e práctica)

Se un alumno ten avaliacións parciais satisfactorias e perde o dereito posteriormente por atoparse nalgunha das seguintes situacións extraordinarias: enfermidade o accidente propios ou de familiares, asistencia e cuidados destes, relación laboral con contrato, ou calquera outra de suficiente gravidade, estes contidos superados non se incluírán na proba final. Neste caso, a cualificación do módulo sería promediada do xeito habitual.

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

O seguimento da programación farase en www.edu.xunta.es/programacións, dando conta mensualmente do seguimento nas reunións de equipo docente do departamento. No caso de modificacións na programación, xustificárase debidamente.

Ao final de curso cada docente realizará a Memoria final do módulo na que se incluírán tódalas propostas de mellora feitas durante o curso e que servirán como base para a elaboración das programacións do vindeiro curso.

Ademais realizarase a avaliación final da programación didáctica, na que se anotarán todas as incidencias acaecidas ao longo do mesmo. Esta avaliación será realizada en principio polo profesor, que anotará as observacións nun impreso que recolla todos os apartados da programación que estime deben ser tidas en conta.

Por outra banda a observación do alumnado e a realización de actividades nas primeiras semanas do curso é fundamental para coñecer a situación de partida dos alumnos/as e do grupo-clase e propiciar a aprendizaxe significativa do alumno. O obxectivo será avaliar:

A actitude e motivación en relación ao traballo de clase e ao traballo persoal: atención ante as explicacións, preguntas... participación xeral e o esforzo ante a demanda da realización de tarefas, presentación e coidado do material ou da carpeta de traballo.

Asistencia

Coñecementos e formación anterior.

Coñecida a situación de partida do alumno/a e as dificultades que observamos, tentaremos establecer a tempo as oportunas medidas: reforzo educativo de tipo curricular e adaptación de recursos e materiais.

8. Medidas de atención á diversidade

8.a) Procedemento para a realización da avaliación inicial

A observación do alumnado, a realización de actividades nas primeiras semanas do curso e os informes previos (do Departamento de Orientación, por exemplo) son fundamentais para coñecer a situación de partida dos alumnos/as e do grupo-clase e propiciar a aprendizaxe significativa do alumno. O obxectivo será avaliar:

A actitude e motivación en relación ao traballo de clase e ao traballo persoal: atención ante as explicacións, preguntas... participación xeral e o esforzo ante a demanda da realización de tarefas, presentación e coidado do material ou da carpeta de traballo.

Coñecementos e formación anterior.

Coñecida a situación de partida do alumno/a e as dificultades que observamos, tentaremos establecer a tempo as oportunas medidas: reforzo educativo de tipo curricular e adaptación de recursos e materiais. En todo caso e de acordo co alumno nos recreos e nas horas non lectivas manterase reunións tendentes a resolver as dúbidas que se lle plantexen ao tempo de o docente recollerá dito seguimento..

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

Para posibilitar a consecución por parte de todos os alumnos dos mínimos reflectidos na programación, propóñense as seguintes medidas:

- Priorizar o desenvolvemento de determinadas capacidades naqueles alumnos que así o requiran
- Procurar a comprensión dos aspectos esenciais de cada unidade didáctica por parte de todo o grupo
- A profundización e o estudo detallado de casos concretos dependerá das capacidades individuais de cada alumno
- Diseñaranse actividades de reforzo para aqueles alumnos que non son capaces de seguir o ritmo normal da clase,
- Propoñeranse actividades que permitan profundizar no desenvolvemento do espírito crítico e a capacidade reflexiva.
- Seguimiento do traballo diario: valoración da evolución que presenta respecto á situación inicial.

9. Aspectos transversais**9.a) Programación da educación en valores**

Trataranse os seguintes temas transversais:

- Igualdade de dereitos no mundo do traballo.
- Respeto ao medio ambiente.
- Defensa dos consumidores
- Respeto dos valores democráticos
- Responsabilidade social das empresas.
- Fomento do consumo responsable.

As actuacións concretas para incorporar os temas transversais serían:

- Descubrir a presenza dos temas transversais no conxunto dos elementos do currículo do módulo.
- Aproveitar a celebración dos días conmemorativos que se relacionan con estes temas transversais, para a realización de actividades.

9.b) Actividades complementarias e extraescolares

Ao longo do curso pode que xurda a oportunidade de asistir a algunha conferencia ou visitar algunha empresa ou organismo do contorno. En tal caso, comunicarase ao Xefe de Departamento que a súa vez o comunicará á Dirección e posteriormente someterase a aprobación do Consello Escolar na reunión correspondente.

10. Outros apartados**10.1) Incumprimentos graves**

No caso de que un alumno copie no examen, deberá repetilo do xeito tal como está previsto nesta programación