



CENTRO EDUCATIVO
"SANTA MARÍA DE LOS APÓSTOLES"

CTRA. JABALCUZ, 51
23002 JAÉN
Telefax 953 23 16 05



CICLO FORMATIVO DE GRADO MEDIO

“FARMACIA Y PARAFARMACIA”

GUÍA DIDÁCTICA DEL MÓDULO:

0099 DISPOSICIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS

Modalidad Dual

Curso: 2023/2024

Departamento: Farmacia y Sanitaria

Profesor/a: Ana M^a Illana Moral

ÍNDICE

1.	IDENTIFICACIÓN DEL MÓDULO.....	3
2.	PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO PROFESIONAL.....	4
3.	SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN	8
4.	METODOLOGÍA Y ESTRATEGÍAS DIDÁCTICAS	9
5.	PROCESO DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	9
6.	ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.....	12
7.	MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS	12
8.	ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.....	13
9.	TUTORÍAS	14
10.	ANEXO I	15

1. IDENTIFICACIÓN DEL MÓDULO

DATOS DE REFERENCIA DEL MÓDULO PROFESIONAL	
DATOS	DESCRIPCIÓN
IDENTIFICACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Código/Módulo Profesional: 0099 DISPOSICIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS ▪ Familia Profesional: SANIDAD ▪ Título: TÉCNICO EN FARMACIA Y PARAFARMACIA ▪ Grado: MEDIO
DISTRIBUCIÓN HORARIA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Curso: 1º ▪ Horas: 96 ▪ Horas semanales: 3
TIPOLOGÍA DE MÓDULO	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asociado a UC's: UC0368_2. Colaborar en la promoción, protección de la salud, prevención de enfermedades y educación sanitaria, bajo la supervisión del facultativo. ▪ MÓDULO PROFESIONAL CON FORMACIÓN BÁSICA O SOPORTE.
BREVE SÍNTESIS DEL MÓDULO	<p>Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar la función de prestación del servicio de atención al usuario venta. La función de prestación del servicio incluye aspectos como:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Atención al usuario, informando y asesorando al usuario sobre productos parafarmacéuticos. - Venta de productos parafarmacéuticos. - Organización de los productos en la parafarmacia. <p>Las actividades profesionales asociadas a estas funciones se aplican en:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) oficinas de farmacia b) establecimientos de parafarmacia c) establecimientos de ortopedia y ortoprótesis.

Normativa:

- DECRETO 436/2008, de 2 de septiembre, por el que se establece la ordenación y las enseñanzas de la Formación Profesional inicial que forma parte del sistema educativo.
- REAL DECRETO 1689/2007, de 14 de diciembre, por el que se establece el título de Técnico en Farmacia y Parafarmacia y se fijan sus enseñanzas mínimas.
- ORDEN de 15 de octubre de 2009, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Farmacia y Parafarmacia.
- ORDEN de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Identificación del título:

Según el REAL DECRETO 1689/2007, de 14 de diciembre el título de Técnico en Farmacia y Parafarmacia queda identificado por los siguientes elementos:

- Denominación: Farmacia y Parafarmacia
- Nivel: Formación Profesional de Grado Medio.
- Duración: 2.000 horas.
- Familia Profesional: Sanitaria
- Referente europeo: CINE-3 (Clasificación Internacional Normalizada de la Educación).

El perfil profesional del título de Técnico en Farmacia y Parafarmacia queda determinado por su competencia general, sus competencias profesionales, personales y sociales, y por la relación de cualificaciones y, en su caso, unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título.

2. PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO PROFESIONAL

MODULO PROFESIONAL: DISPOSICIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS

DURACIÓN: 96 HORAS (3 HORAS /SEMANA).

RELACIÓN DE COMPETENCIAS Y OBJETIVOS ASOCIADOS AL MÓDULO PROFESIONAL		
CICLO FORMATIVO: Farmacia y Parafarmacia		
MÓDULO PROFESIONAL: Disposición y venta de productos. Código: 0099.		
COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	OBJETIVOS GENERALES	RESULTADOS DE APRENDIZAJE
c) Realizar la venta de productos parafarmacéuticos, atendiendo las demandas e informando con claridad a los usuarios. n) Apoyar psicológicamente a los usuarios, manteniendo discreción, y un trato cortés y de respeto. ñ) Intervenir con prudencia y seguridad respetando las instrucciones de trabajo recibidas. o) Seleccionar residuos y productos caducados para su eliminación de acuerdo con la normativa vigente. p) Aplicar procedimientos de calidad y de prevención de riesgos laborales y ambientales, de acuerdo con lo establecido en los procesos de farmacia.	d) Reconocer las características y la presentación de los productos farmacéuticos y parafarmacéuticos relacionándolos con sus aplicaciones para asistir en la dispensación de productos. e) Informar sobre la utilización adecuada del producto interpretando la información técnica suministrada para dispensar productos farmacéuticos y parafarmacéuticos, atendiendo las consultas e informando con claridad a los usuarios sobre las características y uso racional de los productos.	RA1 RA2 RA3
u) Resolver problemas y tomar decisiones individuales siguiendo las normas y procedimientos establecidos, definidos dentro del ámbito de su competencia.	s) Valorar la diversidad de opiniones como fuente de enriquecimiento, reconociendo otras prácticas, ideas o creencias, para resolver problemas y tomar decisiones.	RA4

2.1. PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE:

El módulo de Disposición y Venta de Productos incluye la formación necesaria para desempeñar la función de prestación del servicio de atención al usuario venta. La función de prestación del servicio incluye aspectos como:

- Atención al usuario, informando y asesorando al usuario sobre productos parafarmacéuticos.
- Venta de productos parafarmacéuticos.
- Organización de los productos en la parafarmacia.

LAS ACTIVIDADES PROFESIONALES ASOCIADAS A ESTAS FUNCIONES SE APLICAN EN:

- oficinas de farmacia,
- establecimientos de parafarmacia y
- establecimientos de ortopedia y ortoprótesis

2.2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE, CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CONTENIDOS:

CICLO FORMATIVO: TÉCNICO EN FARMACIA Y PARAFARMACIA	
MÓDULO PROFESIONAL: 0099 DISPOSICIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS	
Resultados de aprendizaje: RA1 Aplica técnicas de atención a usuarios describiendo y aplicando procedimientos y protocolos de comunicación.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se han definido los tipos de usuarios. b) Se ha analizado el comportamiento de diferentes tipos de usuario. c) Se han descrito las fases que componen la atención al usuario según el plan de acción definido. d) Se ha simulado la obtención de la información necesaria de posibles usuarios y en diferentes situaciones e) Se ha descrito los ficheros de usuario y la legislación que los protege. f) Se han identificado conceptos, elementos, barreras, factores modificadores y tipos de comunicación. g) Se han analizado los diferentes tipos de lenguaje, las técnicas y las estrategias para una buena comunicación. h) Se ha valorado la importancia de la cortesía, la amabilidad, el respeto, la discreción, la cordialidad y el interés en la interrelación con el usuario i) Se han definido las características de la información (inmediatez, precisión) y el asesoramiento (claridad, exactitud). j) Se han establecido las habilidades personales y sociales a desarrollar para lograr una perfecta comunicación. k) Se han distinguido los elementos fundamentales para transmitir la imagen de la empresa como un departamento de atención al usuario. l) Se han analizado los sistemas de calidad en atención al usuario	- Tipos de usuarios. Servicio al usuario. Elementos. Calidad en la atención al usuario. - Fases de atención. Principios. El profesional de la atención al usuario. Obtención de información. Técnicas. Costes de no dar calidad al usuario. Fichero de usuario. Caracterización y uso. Ley de protección de datos. - Técnicas de comunicación. - Elementos y tipos de comunicación. Técnicas de comunicación eficaz. Barreras que modifican la comunicación. Tipos de lenguaje (oral, escrito, de la imagen, gráfico o visual, textual, gestual). Características de la información. Precisión, rapidez, claridad, exactitud entre otras. - Habilidades personales y sociales que mejoran la comunicación interpersonal. La conducta asertiva. Habilidades comunicativas. Saber preguntar. La escucha activa. La empatía. Calidad en atención al usuario.

CICLO FORMATIVO: TÉCNICO EN FARMACIA Y PARAFARMACIA	
MÓDULO PROFESIONAL: 0099 DISPOSICIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS	
RA2. Ejecuta actividades de venta de productos parafarmacéuticos describiendo y aplicando las fases de un proceso de venta	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
<p>a) Se han valorado como facilitadores, en el proceso de decisión de compra, la información, el asesoramiento, el ambiente acogedor, la educación, la comunicación y las habilidades sociales del vendedor.</p> <p>b) Se han identificado la tipología del usuario, sus motivaciones y sus necesidades de compra.</p> <p>c) Se ha definido la importancia de mantener actualizado el fichero de usuarios para la aplicación del plan de fidelización.</p> <p>d) Se ha descrito la importancia del conocimiento por parte del vendedor de las características del producto.</p> <p>e) Se han desarrollado las fases de un proceso de venta (captar la atención, provocar el interés, despertar el deseo, mover a la acción del usuario).</p> <p>f) Se han analizado las cualidades y actitudes que debe desarrollar el vendedor hacia el usuario y la empresa (marketing interno).</p> <p>g) Se ha relacionado el concepto de marketing con la satisfacción de los deseos del consumidor.</p> <p>h) Se han determinado las líneas de actuación en la venta según el plan de acción establecido por la empresa.</p> <p>i) Se ha descrito la normativa y legislación nacional, autonómica y otras disposiciones</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Comportamientos de compra y venta. El vendedor. Cualidades. Habilidades sociales. - Metodología del conocimiento de los usuarios. Plan de fidelización. - Técnicas de venta. La venta y los sistemas de venta. El producto. El precio. - Fases de la venta. Fase preventa, venta y postventa. Fases psicológicas de la venta, atención, interés, deseo y acción (AIDA). - Marketing interno y externo. Actitudes del vendedor en la empresa. - Plan de acción de la empresa. Análisis del entorno externo e interno de la empresa. Toma de decisiones y puesta en práctica del plan. - Normativa y legislación nacional y autonómica relativa a productos parafarmacéuticos.

CICLO FORMATIVO: TÉCNICO EN FARMACIA Y PARAFARMACIA	
MÓDULO PROFESIONAL: 0099 DISPOSICIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS	
RA3. Organiza los productos de parafarmacia en el punto de venta, aplicando técnicas de merchandising.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
<p>a) Se ha identificado la relación libre y personal que se establece entre usuario y productos expuestos según organización, colocación o decoración.</p> <p>b) Se han clasificado los productos de parafarmacia según su utilidad observando la normativa vigente.</p> <p>c) Se han establecido los parámetros físicos y comerciales que determinan la colocación (puntos calientes) del surtido (productos) en los niveles del lineal (mobiliario). d) Se han desarrollado procedimientos de etiquetaje y se</p>	<ul style="list-style-type: none"> - El merchandising como técnica de marketing. - Clasificación de los productos parafarmacéuticos. - «Puntos calientes» y «puntos fríos» en el establecimiento-comercial. Conceptos y objetivos. Niveles del lineal. Colocación de productos. - Parámetros para colocación del surtido en niveles del lineal. Situación de las secciones. La circulación, el itinerario, velocidad de circulación y tiempo de permanencia. - Tipos de empaquetado y embalaje.

<p>han elaborado elementos publicitarios de apoyo para la información sobre los productos.</p> <p>e) Se han descrito los tipos de embalaje y empaquetado según el producto, las características del mismo y la imagen que quiere transmitir la empresa.</p> <p>f) Se han valorado las sugerencias que el vendedor puede aportar basándose en la información recopilada acerca de las demandas o sugerencias de los posibles usuarios.</p> <p>g) Se ha valorado la importancia de reposición del stock de acuerdo con el procedimiento establecido por la empresa.</p> <p>h) Se han analizado diferentes sistemas antihurto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Etiquetas. Normativa y carácter de las etiquetas. - Elementos publicitarios de apoyos. - Informe comercial del vendedor. Demandas de los usuarios. - Sistemas de control de existencias. Stock. Reposición de stock. - Sistemas de protección antihurtos
---	--

CICLO FORMATIVO: TÉCNICO EN FARMACIA Y PARAFARMACIA	
MÓDULO PROFESIONAL: 0099 DISPOSICIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS	
RA4. Atiende reclamaciones presentadas por los usuarios reconociendo y aplicando criterios y procedimientos de actuación.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
<p>a) Se han tipificado la actitud, la postura y el interés que deben adoptarse ante quejas y reclamaciones, utilizando un estilo asertivo para informar al usuario.</p> <p>b) Se han desarrollado las técnicas que se utilizan para la resolución de conflictos y reclamaciones.</p> <p>c) Se ha descrito el procedimiento para la presentación de reclamaciones.</p> <p>d) Se han identificado las alternativas al procedimiento que pueden ser ofrecidas al usuario ante reclamaciones fácilmente subsanables.</p> <p>e) Se han reconocido los aspectos de las reclamaciones en los que incide la legislación vigente.</p> <p>f) Se ha establecido la información registrada del seguimiento posventa, de incidencias, de peticiones y de reclamaciones de usuarios como indicadores para mejorar la calidad del servicio prestado y aumentar la fidelización.</p> <p>g) Se ha valorado la importancia que, para el control de calidad del servicio, tienen los sistemas de información manuales e informáticos que organizan la información.</p> <p>h) Se han establecido técnicas para mejorar los servicios prestados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - El conflicto, la queja y la reclamación. Descripción y características. Escucha activa al usuario. Estilos de respuestas. Estrategias para solucionar conflictos, la queja y la reclamación. - Procedimientos para reclamar. - Sistemas de información - Legislación relativa a las reclamaciones. - Indicadores para el control de calidad del establecimiento. Establecimiento de objetivos. Interpretación y gestión de los indicadores. Tipos de indicadores de control centralizados en el usuario. Gestión de los procesos. Mejora continua. Control de calidad del servicio. - Registro manual y automatizado de documentos. Tramitación de documentación. Control de calidad. - Mejora del servicio prestado

3. SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN

CICLO FORMATIVO DE GRADO MEDIO DE TÉCNICO EN FARMACIA Y PARAFARMACIA

Módulo Profesional: 0099 Disposición y Venta de Productos

Planificación de la temporalización de las Unidades de Trabajo

BLOQUE I: FORMACIÓN INICIAL

BLOQUE II: FORMACIÓN EN ALTERNANCIA

PRIMER TRIMESTRE													SEGUNDO TRIMESTRE								TERCER TRIMESTRE										
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32
UT 1.-LA COMUNICACIÓN																															
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32
UT 2.- LA ATENCIÓN AL CLIENTE																															
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32
UT 3.- LOS CONSUMIDORES CLIENTES Y USUARIOS																															
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32
UT 4.- TÉCNICAS DE VENTA																															
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32
UT 5.- PLAN DE ACCIÓN EMPRESARIAL. PLAN DE MARKETING																															
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32
UT 6.- EL MERCHANDISING. EXTERIOR E INTERIOR DE LA FARMACIA																															
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32
UT 7.- LOS PRODUCTOS ORGANIZACIÓN Y COLOCACIÓN																															
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32
UT 8.- EMBALAJE Y EMPAQUETADO DE PRODUCTOS																															
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32
UT 9.- LAS RECLAMACIONES EN LA OFICINA DE FARMACIA																															
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32
UT 10.- LA CALIDAD EN EL SERVICIO. INDICADORES DE CALIDAD																															

4. METODOLOGÍA Y ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

La metodología será fundamentalmente activa y participativa, favoreciendo tanto el trabajo individual, como en equipo, del alumnado.

Se considera que, de forma general, el método de abordar el desarrollo de contenidos puede seguir las fases que, a continuación, se detallan:

1. Situación de unidad en el contexto general del módulo.
2. Sondeo de la situación de partida mediante la realización de preguntas.
3. Esquematización general del tema.
4. Exposición de contenidos.
5. Realización de actividades, supuestos prácticos, ejercicios de simulación y juego de roles y pruebas escritas.
6. Resolución de dudas y preguntas.
7. Síntesis y transferencia: permite a los alumnos recapitular, aplicar y generalizar los aprendizajes a problemas, situaciones, fenómenos y contextos no trabajados directamente.

Se hará un seguimiento personalizado que permita averiguar aquellos alumnos que pudieran requerir actividades de refuerzo o bien de ampliación.

5. PROCESO DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

La evaluación del aprendizaje del alumnado que cursa el módulo de Disposición y Venta de Productos será continua.

La aplicación del proceso de evaluación continua del alumnado requerirá, en la modalidad presencial, su asistencia regular a clase y su participación en las actividades programadas para este módulo. La no asistencia regular y la no realización de las actividades evaluables, hará que no sea posible recabar la información sobre el proceso de aprendizaje y, por tanto, no se pueda realizar su evaluación continua.

La evaluación del alumnado será realizada por el profesor que imparte el módulo profesional, de acuerdo con los resultados de aprendizaje, los criterios de evaluación y contenidos del módulo, así como las competencias y objetivos generales del ciclo formativo asociados a los mismos.

El resto de las decisiones resultantes del proceso de evaluación serán adoptadas por acuerdo del equipo docente. Si ello no fuera posible, se adoptarán por mayoría simple del profesorado que imparta docencia en el mismo.

El alumnado o sus representantes legales, en caso de ser menor de edad, será informado a principios de curso sobre los resultados de aprendizaje, contenidos, metodología y criterios de evaluación y calificación del módulo.

Al término del proceso de enseñanza-aprendizaje, el alumnado obtendrá una calificación final considerando el grado y nivel de adquisición de los resultados de aprendizaje establecidos para el módulo profesional, de acuerdo con sus 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.

Para aquel alumnado que se incorpora más tarde al curso escolar, por cuestiones ajenas a su voluntad, el profesorado facilitará su adaptación, a fin de que se pueda incorporar al curso con garantías de éxito.

La evaluación se concreta en tres fases: evaluación inicial, evaluación formativa y evaluación final o sumativa.

Evaluación inicial. Durante el primer mes desde el comienzo de la actividad lectiva, el profesor del módulo realizará una evaluación inicial que tendrá como objetivo fundamental indagar sobre las características y el nivel de competencias que presenta el alumnado en relación con los resultados de aprendizaje y contenidos del mismo.

La evaluación inicial será el punto de referencia para la toma de decisiones relativas al desarrollo del módulo y su adecuación a las características, capacidades y conocimientos del alumnado. Esta evaluación en ningún caso conllevará calificación numérica, sino que se calificará como iniciado (menos de 4), medio (de 4 a 7) o avanzado (más de 7).

Evaluación formativa. Durante el 1^{er} curso se realizarán tres evaluaciones parciales correspondientes a los tres trimestres del curso escolar.

Evaluación final o sumativa. La evaluación final será la media ponderada de todos los RA del módulo.

Técnicas de evaluación

- Técnicas escritas (cuaderno del alumno, examen)
- Técnicas basadas en la ejecución práctica (supuestos prácticos, ejercicios de simulación y juego de roles)
- Técnicas basadas en la observación (vídeos, documentación oficial, trabajos en grupos)
- Técnicas orales

Instrumentos de evaluación:

- Prueba escrita
- Rúbrica
- Lista de cotejo

Medidas de recuperación o mejora de los resultados obtenidos

El alumnado que tenga el módulo profesional no superado mediante evaluación parcial o desee mejorar los resultados obtenidos podrá hacerlo en las recuperaciones que se establecerán al efecto. Después de las recuperaciones trimestrales, realizadas tras el período de evaluación, el alumnado que deba recuperar alguno/s de los criterios de evaluación, continuará con la actividad lectiva hasta la fecha de finalización del régimen ordinario de clase y podrá proceder a su recuperación en la evaluación final de junio. Para ello, el profesor responsable del módulo establecerá un plan de recuperación individualizado.

El alumnado que no haya asistido de forma regular durante el curso y quiera hacer uso de la convocatoria de evaluación final, se le realizará una prueba que comprenda la evaluación de todos los resultados de aprendizaje y criterios de evaluación del módulo.

En caso de sorprender al alumno copiando o evidenciar que se han copiado actividades o trabajos, esas pruebas serán calificadas con un cero.

CALIFICACIÓN DEL ALUMNADO

La evaluación conllevará una calificación que reflejará los resultados obtenidos por el alumno o alumna en su proceso de enseñanza-aprendizaje. La calificación de los módulos profesionales de formación en el centro educativo se expresará en valores numéricos de 1 a 10, sin decimales. Se considerarán positivas las iguales o superiores a 5, sin redondeo, y negativas las restantes.

Se considera que un RA está superado cuando la media de sus CEs asociados sea 5 o mayor (sin redondeo). Se considera que el módulo está superado si la media ponderada de sus RAs es 5 o mayor (sin redondeo).

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Ver Anexo I.

Notas:

La ponderación de los resultados de aprendizaje se ha efectuado teniendo en cuenta variables como: importancia del contenido dentro del módulo y carga horaria asignada.

Para la evaluación de la formación del alumnado en el centro educativo, se utilizarán los instrumentos establecidos al efecto.

Para la evaluación de la formación del alumnado en el centro de trabajo, se utilizará la valoración aportada por el tutor laboral

6. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

La Ley Orgánica de Educación 2/2006 de 3 de mayo, afirma que es “alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo” el que presenta necesidades educativas especiales debido a una discapacidad o a graves trastornos de la personalidad, el que tiene altas capacidades intelectuales, y el que se incorpora tardíamente al Sistema Educativo español y presenta dificultades lingüísticas y/o en sus competencias básicas.

El Decreto 436/2008, de 2 de septiembre, por el que se establece la ordenación y las enseñanzas de la Formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo, en su artículo 17, dicta que “A fin de promover los principios de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad, la Consejería competente en materia de educación dispondrá recursos humanos y materiales que promuevan el acceso de estas personas al currículo de estas enseñanzas.

A tal efecto, desde el departamento de orientación del centro educativo, se facilita una serie de adaptaciones que entre otras medidas pueden llevarse a cabo con este alumnado. Esta adaptación en ningún caso supondrá la supresión de resultados de aprendizaje y objetivos generales del ciclo que afecten a la adquisición de la competencia general del título.

ADAPTACIONES METODOLÓGICAS

- Situarlo en el sitio adecuado en clase, a fin de captar mejor su atención.
- Explicación adaptada de las pruebas.
- Adecuación de la cantidad de actividades.
- Estrategias de motivación y refuerzo positivo.
- Utilización recursos TIC's

ADAPTACIÓN EN LA EVALUACIÓN

- Tipo de examen distinto.
- Reducir el número de preguntas.
- Dar más tiempo para la realización.
- Explicar adecuadamente el examen.

ADAPTACIÓN EN LOS CONTENIDOS

- Exigidos a nivel que se establezcan en el currículo.

7. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS

Se dispondrá de un aula de informática, un aula de farmacia donde se reciben las clases donde se reciben las clases del módulo de DVP.

Para la exposición teórica, se contará con recursos como: proyector de imágenes con el cañón, una pantalla enrollable en cada aula y recursos tradicionales como la pizarra para tiza y para rotuladores no permanentes.

Para un correcto desarrollo de las actividades los alumnos y alumnas contarán con: mesas de trabajo, y equipos informáticos en el aula de informática. Harán uso de un cuaderno del alumnado para actividades propuestas.

Para los supuestos prácticos, ejercicios de simulación y juego de roles, además del aula, el alumnado contará con el material reciclado que ellos mismos gestionen, así como recursos mobiliarios que el propio centro facilitará.

Uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación: acceso a Internet como búsqueda de información, programa de gestión Farmatic.

Utilización de las herramientas de Google Workspace (Google Drive y Classroom, principalmente) como instrumento de comunicación e interactividad, haciendo más fácilmente accesibles determinados contenidos al alumnado.

Libro de texto: DISPOSICIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS. Ed. Mc Graw-Hill. Ed. Mc Graw-Hill. ISBN: 978-84-486-2288-6. Y CUADERNO DEL ALUMNADO.

8. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES

PRIMER TRIMESTRE CFGM	
TEMPORALIZACIÓN	DENOMINACIÓN DE LA ACTIVIDAD
Septiembre	Jornada Acogida.
Noviembre	Día Internacional contra la violencia de género.
Noviembre	Bocadillo solidario.
Noviembre	Voluntariado SMA
Noviembre	Visita a Farmacia Hospitalaria y empresas afines
Noviembre	Visita Cultural. Córdoba y/o Granada
Noviembre	Visita al Software del Sol y Museo del Aceite
Diciembre	Celebración de la Navidad.

SEGUNDO TRIMESTRE CFGM	
TEMPORALIZACIÓN	DENOMINACIÓN DE LA ACTIVIDAD
Febrero	Día Santa Nazaria.
Febrero	Visita fábrica Family Biscuits
Febrero	Bocadillo solidario.
Febrero	Día de San Valentín. Residencia Fuente de la Peña. Voluntariado SMA.
Febrero	Jornada de Puertas Abiertas.
Marzo	Día de la Mujer.
Marzo	Campaña de recogida de alimentos. Voluntariado SMA.

TERCER TRIMESTRE CFGM	
TEMPORALIZACIÓN	DENOMINACIÓN DE LA ACTIVIDAD
Abril	Primavera en familia/ Fiesta de la primavera
Abril	Día del libro.
Abril	Visita 1,2,3 emprende
Mayo	Misa de campaña.
Mayo	Jornada Mariana.
Junio	Fiesta Fin de Curso.

Estas actividades se han diseñado a tenor de los objetivos generales y competencias personales, profesionales y sociales del ciclo formativo.

9. TUTORÍAS

Se establece una hora de tutoría individual para el alumnado, previa cita con el profesor.

10. ANEXO I

CICLO FORMATIVO DE GRADO MEDIO FARMACIA Y PARAFARMACIA

Módulo Profesional: Disposición y Venta de Productos

Criterios de Calificación: Tabla ponderación de Resultados de Aprendizaje y Criterios de Evaluación

FORMACIÓN INICIAL					
FORMACIÓN EN ALTERNANCIA					
RESULTADOS DE APRENDIZAJE		CRITERIOS DE EVALUACIÓN	TRIMESTRE	PONDERACIÓN CE	PONDERACIÓN RA POR CE
RA1. Aplica técnicas de atención a usuarios describiendo y aplicando procedimientos y protocolos de comunicación.	30%	1a) Se han definido los tipos de usuarios.	1	9%	2,70%
		1b) Se ha analizado el comportamiento de diferentes tipos de usuario.	1	8%	2,40%
		1c) Se han descrito las fases que componen la atención al usuario según el plan de acción definido.	1	9%	2,70%
		1d) Se ha simulado la obtención de la información necesaria de posibles usuarios y en diferentes situaciones	1	8%	2,40%
		1e) Se ha descrito los ficheros de usuario y la legislación que los protege.	1	8%	2,40%
		1f) Se han identificado conceptos, elementos, barreras, factores modificadores y tipos de comunicación.	1	9%	2,70%
		1g) Se han analizado los diferentes tipos de lenguaje, las técnicas y las estrategias para una buena comunicación.	1	8%	2,40%
		1h) Se ha valorado la importancia de la cortesía, la amabilidad, el respeto, la discreción, la cordialidad y el interés en la interrelación con el usuario.	3	8%	2,40%
		1i) Se han definido las características de la información (inmediatez, precisión) y el asesoramiento (claridad, exactitud).	3	8%	2,40%
		1j) Se han establecido las habilidades personales y sociales a desarrollar para lograr una perfecta comunicación.	1	9%	2,70%
		1k) Se han distinguido los elementos fundamentales para transmitir la imagen de la empresa como un departamento de atención al usuario.	1	8%	2,40%
		1l) Se han analizado los sistemas de calidad en atención al usuario.	3	8%	2,40%
		RA2. Ejecuta actividades de venta de productos parafarmacéuticos describiendo y aplicando las fases de un proceso de venta.	26%	2a) Se han valorado como facilitadores, en el proceso de decisión de compra, la información, el asesoramiento, el ambiente acogedor, la educación, la comunicación y las habilidades sociales del vendedor.	3
2b) Se han identificado la tipología del usuario, sus motivaciones y sus necesidades de compra.	1			11%	2,86%
2c) Se ha definido la importancia de mantener actualizado el fichero de usuarios para la aplicación del plan de fidelización.	1			12%	3,12%
2d) Se ha descrito la importancia del conocimiento por parte del vendedor de las características del producto.	3			11%	2,86%
2e) Se han desarrollado las fases de un proceso de venta (captar la atención, provocar el interés, despertar el deseo, mover a la acción del usuario).	1			11%	2,86%
2f) Se han analizado las cualidades y actitudes que debe desarrollar el vendedor hacia el usuario y la empresa (marketing interno).	1			11%	2,86%
2g) Se ha relacionado el concepto de marketing con la satisfacción de los deseos del consumidor	1			11%	2,86%
2h) Se han determinado las líneas de actuación en la venta según el plan de acción establecido por la empresa.	2			11%	2,86%
RA3. Organiza los productos de parafarmacia en el punto de venta, aplicando técnicas de merchandising.	22%	2 i) Se ha descrito la normativa y legislación nacional, autonómica y otras disposiciones.	2	11%	2,86%
		3a) Se ha identificado la relación libre y personal que se establece entre usuario y productos expuestos según organización, colocación o decoración.	2	13%	2,86%
		3b) Se han clasificado los productos de parafarmacia según su utilidad observando la normativa vigente.	3	13%	2,86%
		3c) Se han establecido los parámetros físicos y comerciales que determinan la colocación (puntos calientes) del surtido (productos) en los niveles del lineal (mobiliario).	2	12%	2,64%
		3d) Se han desarrollado procedimientos de etiquetaje y se han elaborado elementos publicitarios de apoyo para la información sobre los productos.	2	12%	2,64%
		3e) Se han descrito los tipos de embalaje y empaquetado según el producto, las características del mismo y la imagen que quiere transmitir la empresa.	2	12%	2,64%
		3f) Se han valorado las sugerencias que el vendedor puede aportar basándose en la información recopilada acerca de las demandas o sugerencias de los posibles usuarios.	2	14%	3,08%
		3g) Se ha valorado la importancia de reposición del stock de acuerdo con el procedimiento establecido por la empresa.	2	12%	2,64%
RA4. Atiende reclamaciones presentadas por los usuarios reconociendo y aplicando criterios y procedimientos de actuación.	22%	3h) Se han analizado diferentes sistemas antihurto.	3	12%	2,64%
		4a) Se han tipificado la actitud, la postura y el interés que deben adoptarse ante quejas y reclamaciones, utilizando un estilo asertivo para informar al usuario.	3	12%	2,64%
		4b) Se han desarrollado las técnicas que se utilizan para la resolución de conflictos y reclamaciones.	3	13%	2,86%
		4c) Se ha descrito el procedimiento para la presentación de reclamaciones.	3	14%	3,08%
		4d) Se han identificado las alternativas al procedimiento que pueden ser ofrecidas al usuario ante reclamaciones fácilmente subsanables.	3	13%	2,86%
		4e) Se han reconocido los aspectos de las reclamaciones en los que incide la legislación vigente.	3	12%	2,64%
		4f) Se ha establecido la información registrada del seguimiento posventa, de incidencias, de peticiones y de reclamaciones de usuarios como indicadores para mejorar la calidad del servicio prestado y aume	3	12%	2,64%
		4g) Se ha valorado la importancia que, para el control de calidad del servicio, tienen los sistemas de información manuales e informáticos que organizan la información.	3	12%	2,64%
4h) Se han establecido técnicas para mejorar los servicios prestados.	3	12%	2,64%		