PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA

**MARKETING Y VENTA**

**EN IMAGEN PERSONAL**

**DURACIÓN 50 h**

**MÓDULO 0643**

TÍTULO DE TÉCNICO EN PELUQUERÍA

 Y COSMÉTICA CAPILAR

(Dual)

**GRADO MEDIO**

**CURSO 2017-18**

**FAMILIA PROFESIONAL DE IMAGEN PERSONAL**

**I.E.S. GASPAR MELCHOR DE JOVELLANOS**

**ÍNDICE**

Pág**.**

|  |  |
| --- | --- |
| Introducción | 3 |
| Objetivos generales del módulo profesional | 4 |
| Unidades de competencia asociadas al módulo profesional | 5 |
| Contenidos y secuenciación | 6 |
| Metodología y estrategias didácticas | 9 |
| Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación | 9 |
| Procedimientos e instrumentos de evaluación | 12 |
| Criterios de calificación  | 15 |
| Recursos didácticos | 15 |
| Atención a la diversidad y adaptaciones curriculares | 15 |
| Utilización de las TIC |  16 |
| Actividades de recuperación de módulos profesionales pendientes | 16 |
| Actividades complementarias y extraescolares | 16 |
| Revisión de la programación | 17 |
| Criterios de promoción de primer a segundo curso y calificación final | 17 |

**Introducción**

**IDENTIFICACIÓN DEL TÍTULO**

Real Decreto 1588/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Peluquería y Cosmética Capilar

El título de Técnico en Peluquería y Cosmética Capilar queda identificado por los siguientes elementos:

Denominación: Peluquería y Cosmética Capilar.

Nivel: Formación Profesional de Grado Medio.

Duración: 2000 horas.

Familia Profesional: Imagen Personal.

Referente europeo: CINE−3b (Clasificación Internacional Normalizada de la Educación).

 **PERFIL PROFESIONAL DEL TÍTULO.**

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

**RD 1529/2012, de 8 de noviembre**

 El objeto de este título es establecer el marco para el desarrollo de proyectos de formación profesional dual en el sistema educativo, con la coparticipación de los centros educativos y las empresas, cuando no medie un contrato para la formación y el aprendizaje.

 **DEFINICIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL DUAL.**

RD 1529/2012, de 8 de noviembre

1. Se entenderá por formación profesional dual el conjunto de las acciones e iniciativas formativas, mixtas de empleo y formación, que tienen por objeto la cualificación profesional de los trabajadores en un régimen de alternancia de **actividad laboral en** una empresa con la actividad formativa recibida en el marco del sistema de formación profesional para el empleo o del sistema educativo.

 2. Tendrá la consideración de formación profesional dual la actividad formativa inherente a los contratos para la formación y el aprendizaje regulada en el capítulo II del título II.

**OBJETO Y FINALIDADES**

 **El desarrollo de proyectos de formación profesional dual tendrá las siguientes finalidades:**

a)Incrementar el número de personas que puedan obtener un título de enseñanza secundaria postobligatoria a través de las enseñanzas de formación profesional.

b) Conseguir una mayor motivación en el alumnado disminuyendo el abandono escolar temprano.

c) Facilitar la inserción laboral como consecuencia de un mayor contacto con las empresas.

d) Incrementar la vinculación y corresponsabilidad del tejido empresarial con la formación profesional.

e) Potenciar la relación del profesorado de formación profesional con las empresas del sector y favorecer la transferencia de conocimientos.

f) Obtener datos cualitativos y cuantitativos que permitan la toma de decisiones en relación con la mejora de la calidad de la formación profesional.

**DURACIÓN DE FP DUAL**

**Duración de la actividad formativa.**

**1**. La duración de la actividad formativa será, al menos, la necesaria para la obtención del título de formación profesional o de la certificación académica o acreditación parcial acumulable, y se especificará en el acuerdo para la actividad formativa anexo al contrato. En todo caso se deberá respetar la duración de la formación asociada que se establece para cada uno de los módulos profesionales que constituyen las enseñanzas de los títulos en la norma que desarrolla el currículo correspondiente o la duración de los módulos formativos de los certificados de profesionalidad que se determina en los correspondientes reales decretos por los que se establecen los mismos.

**2. El periodo de formación se desarrollará durante la vigencia del contrato para formación y el aprendizaje.**

**RD 1529/2012, de 8 de noviembre. (Programa de formación)**

1. El convenio suscrito con la empresa colaboradora, al que se refiere el artículo 31, especificará la programación para cada uno de los módulos profesionales. Deberá contemplar, al menos, las actividades a realizar en el centro y en la empresa, la duración de las mismas y los criterios para su evaluación y calificación. La programación permitirá la adquisición de los resultados de aprendizaje establecidos.

2. Se establecerá un mínimo del 33% de las horas de formación establecidas en el título con participación de la empresa. Este porcentaje podrá ampliarse en función de las características de cada módulo profesional y de la empresa participante.

3. La duración del ciclo formativo podrá ampliarse hasta tres años.

4. El alumno deberá cursar previamente la formación necesaria que garantice el desarrollo de la formación en la empresa con seguridad y eficacia

**OBJETIVOS GENERALES DEL MÓDULO PROFESIONAL**

Los objetivos generales de este módulo profesional son:

b) Interpretar las normas establecidas, analizando las fases de los procesos de peluquería, desde la acogida hasta la despedida, para atender al usuario.

m) Aplicar estrategias de asesoramiento, analizando los factores que mejoran el resultado final, para informar sobre los cuidados, cosméticos y hábitos saludables.

ñ) Identificar operaciones de venta y técnicas publicitarias y de merchandising, valorando las características y demandas del mercado para promocionar y vender productos y servicios de imagen personal.

q) Adoptar y valorar soluciones creativas ante problemas y contingencias que se presentan en el desarrollo de los procesos de trabajo, para resolver de forma responsable las incidencias de su actividad.

r) Aplicar técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a su finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia del proceso.

Todos estos objetivos están recogidos en el Real Decreto 1588/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico en Peluquería y Cosmética Capilar y se fijan sus enseñanzas mínimas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones de promoción y venta de productos y servicios en un establecimiento de imagen personal.

La formación contenida en este módulo se aplica a diferentes funciones de este técnico e incluye aspectos relacionados con:

– Atención al cliente.

– Identificación de demandas y necesidades.

– Identificación del cliente tipo de la empresa.

– Realización de demostraciones de productos y servicios.

– Realización de campañas promocionales.

– Acondicionamiento y ambientación del lugar de venta.

– Realización del montaje y mantenimiento de escaparates.

– Atención a reclamaciones y quejas.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

– Comercialización y venta de servicios de imagen personal.

– Comercialización y venta de cosméticos.

– Asesoramiento en la venta de cosméticos.

**UNIDADES DE COMPETENCIA ASOCIADAS AL MÓDULO PROFESIONAL**

La unidad de competencia que está asociada al módulo de Marketing y venta en imagen personal es:

UC0352\_2: Asesorar y vender productos y servicios para la Imagen Personal.

Esta unidad de competencia se encuadra dentro de la cualificación profesional completa:

Peluquería IMP119\_2 (Real Decreto 1087/2005, de 16 de septiembre).

Este módulo se asocia a las siguientes competencias profesionales, personales y sociales del título:

b) Atender al cliente en todas las fases del proceso, aplicando procedimientos establecidos.

k) Informar al cliente sobre los cuidados, cosméticos y hábitos saludables, para asegurar el resultado final de los procesos técnicos de peluquería.

l) Promocionar y vender productos y servicios en el ámbito de una empresa de imagen personal.

ñ) Resolver de forma responsable las incidencias relativas a su actividad, identificando las causas que las provocan, dentro del ámbito de su competencia y autonomía.

o) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.

**CONTENIDOS Y SECUENCIACIÓN**

Todos los contenidos que figuran en esta programación son mínimos ya que así se exige en la Formación Profesional Dual.

**Primera evaluación**

UD 1. Identificación de productos y servicios en empresas de imagen personal.

* Definición y conceptos básicos de “marketing”.
* El “marketing” en las empresas de imagen personal. Tipos de marketing.
* El “marketing mix”: Características y elementos.
* Productos y servicios en imagen personal: características.
* La servucción.

UD 2. Determinación de las necesidades de los clientes.

* La importancia del cliente en las empresas de imagen personal.
* Concepto e identificación del cliente: El cliente interno y el cliente externo.
* Necesidades y gustos del cliente.
* Variables que influyen en el consumo de los clientes.
* La motivación, la frustración y los mecanismos de defensa.
* Proceso de decisión de compra.
* La satisfacción de los clientes.
* Clasificación de los clientes.
* Fidelización de los clientes.

**Segunda evaluación**

UD 3. Pautas de atención al cliente.

* Procedimiento de atención al cliente en las distintas fases del proceso.
* Etapas y elementos fundamentales del proceso de comunicación. Objetivos de la comunicación.
* Tipos de comunicación en una empresa de imagen personal.
* Comunicación verbal oral. Técnicas de comunicación interpersonal o colectiva. Las barreras de la comunicación. Organización de charlas. La comunicación telefónica.
* Comunicación verbal escrita. Normas de comunicación y expresión escrita. Instrumentos de comunicación escrita empleados en las empresas de imagen personal: cartas, folletos, documentos internos y tarjetas.
* Presentación y demostración de un producto o servicio. Pautas de realización.

UD 4. Técnicas de publicidad y promoción.

* Conceptos básicos de publicidad.
	+ Concepto de publicidad. Objetivos.
	+ La campaña publicitaria.
		- Fases.
		- El mensaje y los medios publicitarios. Elementos que conforman la publicidad como técnica de venta.
* La promoción de ventas.
	+ Concepto y clasificación.
	+ Principales objetivos y efectos que persiguen las promociones.
	+ Principales instrumentos promocionales utilizados en el sector.
	+ La campaña promocional: fases y diseño de una campaña promocional en imagen personal.

**Tercera evaluación**

UD 5. Aplicación de las técnicas del “merchandising”.

* Concepto de “merchandising”.
* Objetivos y estímulos del “merchandising”: básico y promocional.
* El “merchandising” en el centro de belleza.
* Tipos de compras: previstas y por impulso.
* Elementos del “merchandising”.
	+ La ambientación general.
	+ Los puntos de venta.
	+ Elementos exteriores del establecimiento. Los escaparates.
	+ La publicidad en el lugar de venta (PLV): cartelería y expositores.

UD 6. Las técnicas de venta en imagen personal.

* Características fundamentales del asesor de ventas. Asertividad y empatía.
* Fases y técnicas de venta.
* La argumentación comercial.
* Las objeciones. Clasificación su tratamiento.
* El cierre de la venta: señales, técnicas y tipos de cierre.
* La venta cruzada.
* Servicio de asistencia posventa.
	+ Seguimiento comercial o de posventa en imagen personal: documentación.
	+ Procedimientos utilizados en la posventa.
	+ Análisis de la información: los informes comerciales.

UD 7. Tratamiento de quejas y reclamaciones.

* Valoración del cliente sobre la atención recibida.
* Procedimientos para la resolución de quejas y reclamaciones.
* Elementos de una queja o reclamación.
* Procedimientos de recogida de las reclamaciones.
* Documentos necesarios o pruebas en una reclamación.
* Las fases de la resolución de quejas/reclamaciones.

**Procedimientos**

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

– Reconocimiento de las diferentes técnicas de venta.

– Interpretación de los protocolos de tratamiento de las quejas y reclamaciones del cliente.

– Programación de acciones de seguimiento postventa.

– Puesta en práctica del plan de promoción en un caso supuesto.

– Identificación de los recursos de marketing, publicidad y promoción de productos y servicios de imagen personal.

– Interpretación de las tipologías, del carácter y del rol del cliente.

– Selección y aplicación de técnicas de comunicación.

– Desarrollo de las técnicas de merchandising.

– Diseño de escaparates.

– Selección y aplicación de técnicas de venta.

 Todo ello se deberá realizar:

* Empleando el vocabulario idóneo del ámbito profesional.
* Analizando y sintetizando la información recibida.

**Actitudes**

* Pulcritud en la propia imagen, en su puesto formativo, los medios materiales que le sean encomendados y los trabajos que realicen.
* Respeto a las normas establecidas en el centro y en la clase.
* Respeto y aplicación de las normas deontológicas propias de los profesionales de la estética. Valoración de la importancia del secreto profesional y la protección de datos.
* La asistencia a clase, atención y participación.
* La presentación de trabajos de forma correcta, limpia y ordenada, en las fechas establecidas, con manejo de bibliografía e información.
* Entrega puntual de los ejercicios realizados en el aula.
* Participar con rigor y respeto en los debates.
* Utilizar de forma crítica y responsable las fuentes de información.
* Tratar con respeto al profesor y a los compañeros.
* Participación activa en todas las actividades de enseñanza-aprendizaje.
* Asistencia a clase y puntualidad.
* Esfuerzo y trabajo personal para superar el módulo.
* Interés demostrado en el proceso de aprendizaje.
* Preocupación por establecer la relación entre los conocimientos teóricos y el desarrollo de la práctica profesional.
* Asistencia a las actividades complementarias.
* Educación y trato adecuado con las personas que acudan al aula como ponentes.
* No utilizar el móvil, ni ningún otro dispositivo electrónico **sin autorización** del profesor.

**METODOLOGÍA Y ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS**

* La metodología será fundamentalmente expositiva para los contenidos conceptuales. Para los procedimientos, en primer lugar, se realiza la exposición y, en segundo lugar, se sigue una metodología demostrativa para llegar a conseguir finalmente una participación con plena implicación de los alumnos.
* Se realizarán y utilizarán esquemas, gráficos y resúmenes.
* Realización de trabajos individuales y en grupo.
* Los contenidos, procedimientos y actitudes se reforzarán a partir del manejo de bibliografía, informes, revistas, etc.
* Se utilizará apoyo visual.
* Se tratará de incluir metodologías innovadoras de uso de dispositivos móviles en el aula tales como tabletas o teléfonos.

**RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

1. Identifica los productos y servicios en empresas de imagen personal, aplicando técnicas de marketing.

Criterios de evaluación:

a) Se ha caracterizado el marketing en el ámbito de la imagen personal.

b) Se han identificado los tipos de marketing.

c) Se han determinado los elementos del marketing mix que pueden ser utilizados por la empresa.

d) Se han establecido las diferencias entre un bien, como producto tangible, y un servicio.

e) Se han especificado las características propias de los servicios.

f) Se ha analizado la importancia del precio como herramienta del marketing mix.

g) Se han reconocido los tipos de canales de distribución (mayoristas y minoristas) relacionados con la imagen personal.

h) Se han valorado las franquicias de peluquería y estética como un tipo de distribución con posibilidades de autoempleo.

i) Se han identificado los elementos de la servucción.

j) Se han definido las fases del plan de marketing.

2. Determina las necesidades de los clientes, analizando las motivaciones de compra de productos y servicios de imagen personal.

Criterios de evaluación:

a) Se ha identificado al cliente como el elemento más importante en las empresas de imagen personal.

b) Se han analizado las variables que influyen en el consumo de los clientes de imagen personal.

c) Se han identificado las motivaciones de compra del cliente.

d) Se han establecido las fases del proceso de compra.

e) Se han especificado los niveles de motivación de la teoría de Maslow.

f) Se ha establecido la clasificación del cliente según su tipología, carácter y rol.

g) Se han determinado los mecanismos de fidelización de los clientes.

3. Establece pautas de atención al cliente, utilizando las técnicas de comunicación y sus herramientas.

Criterios de evaluación:

a) Se ha determinado el procedimiento de atención al cliente en todas las fases del proceso desde la recepción hasta la despedida.

b) Se han identificado los elementos, etapas, barreras y objetivos de la comunicación.

c) Se han identificado los instrumentos que utilizan las empresas de imagen personal en la comunicación interna y externa.

d) Se ha caracterizado la comunicación verbal con los usuarios.

e) Se ha establecido la secuencia de actuación en una presentación o charla comercial.

f) Se han identificado las fases de la comunicación telefónica.

g) Se han analizado los instrumentos de comunicación escrita (cartas, folletos y tarjetas, entre otros).

h) Se ha valorado la importancia de la comunicación gestual en las relaciones comerciales.

i) Se han realizado demostraciones de productos y servicios.

4. Utiliza técnicas de promoción y publicidad, justificando la selección de los instrumentos empleados.

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado los objetivos de la publicidad.

b) Se han establecido las fases de una campaña publicitaria.

c) Se han especificado los medios publicitarios más utilizados por las empresas del sector.

d) Se han relacionado los instrumentos de la promoción con los objetivos y efectos.

e) Se han establecido las fases de una campaña de promoción.

f) Se ha realizado una campaña promocional de un producto/servicio de estética.

5. Aplica las técnicas del merchandising promocional, utilizando los instrumentos específicos y adecuándolos a la imagen de la empresa.

Criterios de evaluación:

a) Se han establecido los objetivos del merchandising.

b) Se han clasificado los tipos de compras según el comportamiento del cliente.

c) Se han especificado los elementos del merchandising.

d) Se han relacionado los efectos de la ambientación visual, sonora y olfativa con el proceso de venta.

e) Se ha establecido la distribución de los espacios y productos en los puntos de venta.

f) Se han identificado la cartelería y los expositores como instrumentos de publicidad en el lugar de venta.

g) Se ha analizado la función del escaparate y su influencia en la decisión de compra del consumidor.

h) Se han aplicado y combinado los diferentes elementos del merchandising.

6. Realiza demostraciones de venta de servicios y productos de imagen personal, definiendo las etapas y utilizando las técnicas específicas.

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado las cualidades, actitudes, aptitudes y habilidades que debe reunir un asesor de ventas en las relaciones comerciales.

b) Se han establecido las técnicas de asertividad utilizadas en las relaciones comerciales.

c) Se han aplicado técnicas de asertividad y habilidades sociales.

d) Se han establecido las fases y las técnicas de venta.

e) Se ha establecido la argumentación comercial como fórmula de recomendación al cliente.

f) Se han establecido las pautas para la resolución de objeciones a la venta.

g) Se han identificado las señales de cierre de la venta.

h) Se han establecido estrategias para el cierre de una venta.

i) Se han establecido los procedimientos para seguimiento postventa en los procesos comerciales.

7. Trata las reclamaciones y quejas, aplicando procedimientos de resolución de conflictos.

Criterios de evaluación:

a) Se ha descrito el procedimiento para la resolución de conflictos y reclamaciones.

b) Se ha descrito el procedimiento para la recogida de reclamaciones.

c) Se han identificado las alternativas al procedimiento que se pueden ofrecer al cliente ante reclamaciones fácilmente subsanables.

d) Se ha trasladado la información sobre la reclamación según el orden jerárquico preestablecido.

e) Se ha registrado la información del seguimiento postventa, de incidencias, de peticiones y de reclamaciones de clientes como indicadores para mejorar la calidad del servicio prestado y aumentar la fidelización.

**PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN**

La evaluación del presente módulo se concibe como instrumento de aprendizaje y mejora de la enseñanza. En este sentido no debe limitarse a valorar el rendimiento del alumnado, sino de todo el proceso de enseñanza, aportando información sobre las dificultades de aprendizaje que se vayan produciendo y recabando los datos que permitan mejorar dicho proceso.

 La evaluación de los alumnos/as será continua, es decir, se realizará durante todo el proceso formativo.

 La evaluación del alumno se hará a través de un conjunto de calificaciones a lo largo de cada evaluación que comprenderán los siguientes puntos:

Pruebas escritas.

Evaluación procedimental

Evaluación actitudinal

 Durante el curso se realizan 3 evaluaciones que abarcan aspectos tanto conceptuales como procedimentales y actitudinales.

 La recuperación de cada evaluación consistirá en pruebas escritas de las unidades didácticas que no se hayan superado después de cada evaluación.

 Para el alumno que no haya superado la evaluación, la profesora de forma voluntaria, podrá realizar una prueba escrita de recuperación de las evaluaciones. En esa prueba la nota máxima que se podrá obtener será un 7.

 En el supuesto de que un alumno/a no superase la prueba de recuperación, para aprobar o superar este módulo formativo, debería examinarse de los contenidos no adquiridos en la prueba ordinaria final, incluyéndose en ésta no solo los contenidos correspondientes a al trimestre en curso sino también los del trimestre anterior.

 Dado que se trata de una prueba voluntaria para la profesora, en caso de que el alumno no asista a las pruebas de recuperación, sea por causa justificada o injustificada, no se repetirá el examen, quedando pendiente para la prueba ordinaria.

* Evaluación final ordinaria: Se realizará en junio 2019.
* Evaluación final extraordinaria: Se realizará en junio 2019, para aquellos alumnos que no hayan superado el módulo en la convocatoria ordinaria.

Esto significa que, al finalizar el primer curso o periodo, los módulos profesionales no estarán evaluados. A la finalización del primer periodo en junio de 2018, se hará constar una calificación en el acta de cada módulo, que no será definitiva, pero tendrá como finalidad dejar constancia del aprovechamiento del alumno.

 Los resultados de aprendizaje y los contenidos asociados que se hayan superado no serán objeto de posterior evaluación, ni en prueba ordinaria, ni en extraordinaria en el curso correspondiente. Sin embargo, el alumno que no supere la prueba extraordinaria, tendrá pendiente la totalidad de los contenidos del módulo en el curso siguiente.

En el caso que haya alumnos que suspendan este módulo pero promocionen a segundo curso, al final del segundo curso deberán realizar un examen (convocatoria ordinaria).

En el caso de los alumnos que comenzaron su formación en el curso 2016-17 y que en este curso 2017-18 se encuentran realizando las prácticas en empresa con carácter general, la evaluación final ordinaria deberá estar concluida antes del 8 de junio de 2018. Una vez realizada la evaluación final ordinaria, el período comprendido hasta el 22 de junio de 2018, se destinará, según corresponda en cada caso, a:

 — Actividades de apoyo, refuerzo, tutorización y realización de las pruebas extraordinarias de evaluación para alumnos con materias pendientes. En este caso las pruebas se podrán celebrar hasta el día 26 de junio.

— Actividades de ampliación para alumnos sin materias pendientes.

**Criterios de evaluación relativos a los procedimientos**

 Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

– Reconocimiento de las diferentes técnicas de venta.

– Interpretación de los protocolos de tratamiento de las quejas y reclamaciones del cliente.

– Programación de acciones de seguimiento postventa.

– Puesta en práctica del plan de promoción en un caso supuesto.

– Identificación de los recursos de marketing, publicidad y promoción de productos y servicios de imagen personal.

– Interpretación de las tipologías, del carácter y del rol del cliente.

– Selección y aplicación de técnicas de comunicación.

– Desarrollo de las técnicas de merchandising.

– Diseño de escaparates.

– Selección y aplicación de técnicas de venta.

 Todo ello se deberá realizar:

* Empleando el vocabulario idóneo del ámbito profesional.
* Analizando y sintetizando la información recibida.

**Evaluación de adquisición de los conocimientos contenidos en el módulo.**

Se podrá realizar de varias formas:

* Una prueba escrita por evaluación que consistirá en preguntas cortas, de rellenar, tablas o dibujos, o de relacionar conceptos, sobre los contenidos de las unidades didácticas tratadas.
* Presentación de un trabajo escrito o realización de una exposición oral sobre algún aspecto concreto de los contenidos del módulo.

Criterio de evaluación:

Trabajos escritos: la presentación de forma correcta, limpia y ordenada, en las fechas establecidas, con manejo de bibliografía e información.

Exposiciones orales: utilización del lenguaje correcto, dar respuestas correctas a preguntas formuladas, entrega de resumen escrito de los contenidos expuestos de forma ordenada y limpia, y veracidad de la información facilitada.

**Criterios de evaluación actitudinales**

Se tendrán en cuenta varios criterios de actitud, valorándose positivamente la asistencia y puntualidad en la asistencia a las clases de forma habitual y negativamente la falta de asistencia reiterada y no justificada a las mismas así como la acumulación de retrasos. Además, se tendrán en cuenta otros criterios de valoración de actitud:

* Pulcritud en la propia imagen, en su puesto formativo, en los medios materiales que le sean encomendados y los trabajos que realicen.
* Respeto a las normas establecidas en el centro y en la clase.
* Respeto y aplicación de las normas deontológicas propias de los profesionales de la estética. Valoración de la importancia del secreto profesional y la protección de datos.
* La atención y participación en las clases.
* Entrega puntual de los ejercicios realizados en el aula.
* Participar con rigor y respeto en los debates y dinámicas de grupo.
* Utilizar de forma crítica y responsable las fuentes de información.
* Tratar con respeto al profesor y a los compañeros.
* Participación activa en todas las actividades de enseñanza-aprendizaje.
* Esfuerzo y trabajo personal para superar el módulo.
* Interés demostrado en el proceso de aprendizaje.
* Preocupación por establecer la relación entre los conocimientos teóricos y el desarrollo de la práctica profesional.
* Asistencia a las actividades complementarias.
* Educación y trato adecuado con las personas que acudan al aula como ponentes.
* No utilizar el móvil, ni ningún otro dispositivo electrónico **sin autorización** del profesor.

Para el alumno que no haya superado la evaluación, el/ la profesor/a de forma voluntaria, podrá realizar una **prueba escrita de recuperación de las evaluaciones**. En esa prueba la nota máxima que se podrá obtener será un 7. Dado que se trata de una prueba voluntaria para el/la profesor/a, si el alumno no asistiera a las pruebas de recuperación, sea por causa justificada o injustificada, no se repetirá el examen, quedando pendiente para la prueba ordinaria.

En el supuesto de que un alumno/a no superase la prueba de recuperación, para aprobar o superar este módulo formativo, debería examinarse de los contenidos no adquiridos en la prueba ordinaria final, incluyéndose en ésta no solo los contenidos correspondientes a al trimestre en curso sino también los del trimestre anterior.

Los resultados de aprendizaje y los contenidos asociados que se hayan superado no serán objeto de posterior evaluación, ni en prueba ordinaria, ni en extraordinaria en el curso correspondiente. Sin embargo, el alumno que no supere la prueba.

**CRITERIOS DE CALIFICACIÓN**

La calificación se formulará en cifras de 1 a 10, considerándose positivas las iguales o superiores a 5.

La nota final del módulo vendrá dada por la media aritmética de las notas de cada evaluación (incluidos hasta cuatro decimales, es decir, la nota que tiene el alumno antes del redondeo), luego se hará el redondeo.

Para que dos exámenes o pruebas de evaluación hagan media será necesario un mínimo de 4,5 puntos en cada uno de ellos.

Para que los contenidos conceptuales hagan media con los procedimentales y los actitudinales también será necesaria una nota mínima de 4,5 en los primeros.

Para la calificación se tendrán en cuenta:

* Pruebas escritas: 70%
* Realización de los trabajos o exposiciones propuestas: 10%
* Actitud del alumno en el módulo: 20%

La formación de este módulo se comparte con la empresa por lo tanto se evaluará y calificará al finalizar el último periodo formativo (segundo curso), teniendo en cuenta la valoración efectuada por los responsables de la empresa. Los criterios de calificación serán:

90% Centro educativo

10% Empresa.

**RECURSOS DIDÁCTICOS**

Se utilizarán todos los medios disponibles en el centro:

* Aulario.
* Biblioteca.
* Ordenadores, Tablets (TIC).
* Libros, revistas y materiales documentales disponibles en el centro.
* Materiales diversos de manualidades.

**ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD Y ADAPTACIONES CURRICULARES**

 A los alumnos que presentan alguna dificultad de aprendizaje, se les ofrecerá la posibilidad de:

 - Ofrecerles explicaciones individuales en horario de Tutorías individualizadas.

 - Aclaraciones más detalladas y adaptadas con un lenguaje que comprenda mejor durante el desarrollo de las clases, al igual que al resto del alumno.

 - Posibilitarles el aumento del tiempo de realización de las pruebas de evaluación propuestas, siempre que el propio alumno lo solicite.

 En cualquier caso, los contenidos se impartirán desde los conceptos e ideas más generales hacia los conocimientos más específicos y técnicos contenidos en la programación. Se pondrá especial interés en la adquisición de vocabulario específico y su comprensión, lo que facilita el estudio de los conceptos por parte del alumnado, y les pone en disposición de búsqueda de información y utilización de la misma en su futura vida profesional.

**UTILIZACIÓN DE LAS TIC**

Se utilizarán ordenador y proyector. Con ellos se mostrarán distintas páginas web relacionadas con el marketing y la venta o se realizarán ejercicios que tendrán como objetivo la adquisición de competencias digitales.

Además, se tratará de introducir el uso de dispositivos móviles en los que se propondrá al alumno el uso colaborativo y de aplicaciones para estos dispositivos que les puedan ayudar en la consecución de objetivos siempre con fines formativos.

**ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN DE MÓDULOS PROFESIONALES PENDIENTES**

Los alumnos que en convocatoria ordinaria no hayan obtenido todas las capacidades correspondientes al módulo, deberán examinarse en convocatoria extraordinaria de los contenidos mínimos del módulo y/o realizar actividades correspondientes a dichos contenidos. Todo lo que, de forma explícita, le será indicado en el informe de evaluación extraordinaria que el profesor le entrega tras la convocatoria ordinaria.

**ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES**

A lo largo del curso se realizarán distintas visitas, no sólo directamente relacionadas con el módulo sino también con otros aspectos del mundo de la Imagen Personal.

Las visitas se centrarán en:

* Ferias: SALÓN LOOK 2017
* Demostraciones de venta de productos y aparatología profesional tanto en el centro como en la sede de otras empresas.

**REVISIÓN DE LA PROGRAMACIÓN**

Una vez al mes se realizará el seguimiento del desarrollo de la programación para, en su caso, hacer las oportunas adaptaciones a las necesidades educativas del grupo de alumnos.

**CRITERIOS DE PROMOCIÓN DE PRIMER A SEGUNDO CURSO Y CALIFICACIÓN FINAL**

En el acta de junio de 2018 se determinará qué alumnos son aptos para realizar las prácticas curriculares externas en empresas.

Esta decisión se tomará de acuerdo con criterios objetivos que deberán atender: a la actitud del alumno, la adquisición de competencias personales y a la adquisición de competencias profesionales, relacionadas con los resultados de aprendizajes superados en la formación del centro.

Los alumnos no podrán promocionar si, a criterio de su Junta de Profesores, no reúnen las actitudes suficientes y necesarias para un correcto desempeño de sus prácticas en las empresas. Para objetivar este parámetro será de aplicación el Decreto 15/2007, de 19 de abril, por el que se establece el marco regulador de la convivencia en los centros docentes de la Comunidad de Madrid.

Las obligaciones por parte de los alumnos son:

1. Trabajar o aprovechar el tiempo en clase.

2. Traer el material necesario para el trabajo de clase.

3. La asistencia a clase.

4. No tener conductas gravemente perjudiciales para la convivencia.

Un alumno ha abandonado alguna materia cuando sus resultados académicos, en la evaluación final, no superan la nota de 3 y, además, haya sido sancionado por escrito en esa materia, al menos en 3 ocasiones, por todos o alguno de los tres motivos anteriores. Además, se considerará abandono de una materia no presentarse a las pruebas extraordinarias de evaluación. El abandono de materia tendrá consecuencias negativas en la promoción o, en su caso, titulación del alumno según se contempla en los Criterios y procedimientos para la promoción y titulación del alumnado de las Concreciones del currículo de carácter general.

Un alumno no estará en condiciones de alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales incluidas en el título durante su estancia en la empresa, cuando no ha superado, con una calificación/valoración de cinco, varios módulos profesionales que en conjunto tengan asignado un horario semanal que como máximo sumen 7 horas.

La calificación final ordinaria de los módulos compartidos con la empresa se calculará aplicando los siguientes criterios de calificación:

El 90% de la calificación final corresponderá a la valoración realizada al finalizar el período de formación en el centro docente que está consignada en un acta específica al finalizar el primer curso en el centro educativo. Todos los alumnos suspensos en esa calificación parcial, con una nota inferior a 5 puntos sobre 10, deberán realizar el examen de recuperación antes de celebrarse la evaluación final ordinaria, al finalizar el segundo curso de formación en la empresa. El alumno deberá haber alcanzado en este apartado una nota mínima de 4 sobre 10 al finalizar el primer curso en el centro educativo o en la recuperación.

El 10% restante corresponde a la calificación de la formación en la empresa del correspondiente módulo. El alumno deberá haber alcanzado en este apartado una nota mínima de 4 sobre 10 al finalizar su segundo curso de formación en la empresa.

Para aprobar el módulo, el alumno debe obtener como mínimo una calificación de 5 sobre 10, después de aplicar la media ponderada descrita anteriormente.

Los alumnos que no sean calificados con un mínimo de 5 puntos sobre 10 en la evaluación final ordinaria, deberán hacer una prueba de evaluación final de recuperación en la convocatoria extraordinaria, al objeto de comprobar que los alumnos han adquirido el adecuado nivel de competencia respecto de los resultados de aprendizaje asociados al módulo profesional concreto.

Se dará publicidad de esta programación a través de la página Web del IES Gaspar Melchor de Jovellanos.