

**ÍNDICE:**

---

1. Introducción.
2. Objetivos del módulo.
3. Capacidades terminales / Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación
4. Contenidos, distribución, temporalización y mínimos exigibles.
  - 4.1 Contenidos.
  - 4.2 Desarrollo temporal de las unidades de trabajo.
  - 4.3 Contenidos mínimos exigibles.
5. Metodología didáctica de carácter general
6. Proceso de evaluación del alumnado
  - 6.1 Procedimiento de evaluación
  - 6.2 Criterios de calificación
7. Mecanismos de seguimiento y valoración que permitan potenciar los resultados positivos y subsanar las deficiencias que pudieran observarse.
8. Actividades de orientación y apoyo encaminadas a la superación de los módulos profesionales pendientes.
9. Materiales didácticos para uso de los alumnos.
10. Plan de contingencia

**1.- INTRODUCCION**

**Denominación del ciclo:** Procesos y Calidad en la Industria Alimentaria

**Nivel:** Formación Profesional de Grado Superior

**Duración del módulo:** 105 horas

**RD u ORDEN:** Orden de 27 de abril de 2011

**2.- OBJETIVOS DEL MÓDULO.**

1. -Interpretación y cumplimentación de los documentos de la gestión logística.
2. -Diseño de rótulos y etiquetas de los embalajes para el transporte de los productos alimentarios.
3. -Realización de inventarios y cálculo del coste de las existencias.
4. -Supuestos prácticos de investigación comercial: cumplimentación e interpretación.
5. -Manejo de aplicaciones informáticas de gestión logística, gestión comercial y de investigación de mercados.
6. -Supuestos prácticos de negociación comercial.
7. -Diseño de mensajes publicitarios y promocionales de productos alimentarios.

**3.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN****1. Programa el aprovisionamiento identificando las necesidades y existencias.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han establecido las variables que se deben tomar en consideración en el plan de abastecimiento de mercancías.
- b) Se han utilizado los sistemas de cálculo de necesidades de aprovisionamiento a partir de consumos.
- c) Se han determinado las variables que intervienen en la realización de un inventario.
- d) Se han evaluado las posibles causas de discordancia entre las existencias registradas y los recuentos realizados.
- e) Se han descrito los procedimientos de gestión y control de existencias.
- f) Se han establecido los sistemas de catalogación de productos para facilitar su localización.
- g) Se han identificado las variables que determinan el coste de almacenamiento.
- h) Se han calculado los niveles de stock y sus índices de rotación.
- i) Se ha valorado la importancia de la logística en la optimización de los recursos.

**2. Controla la recepción, la expedición y el almacenamiento de mercancías, relacionándolos con la calidad del producto final.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las diferentes zonas de un almacén y descrito sus características.
- b) Se han programado las fases del proceso de almacenamiento, identificando las tareas asociadas a cada puesto de trabajo.
- c) Se ha representado el flujo de productos para optimizar el espacio, tiempo y uso.
- d) Se ha reconocido e interpretado la normativa sobre protección en el transporte de productos en la industria alimentaria.
- e) Se ha identificado y especificado los tipos de embalajes asociados al medio de transporte.
- f) Se han determinado los datos e información que deben aparecer en rótulos y etiquetas de los productos.
- g) Se han descrito los procedimientos de control sobre materias primas, consumibles y productos terminados en recepción y expedición.
- h) Se han reconocido los medios y procedimientos de manipulación en el almacenamiento de productos alimentarios, especificando las medidas de seguridad e higiene.
- i) Se han determinado las condiciones ambientales para el almacenamiento de los productos.

**3. Comercializa materias primas, auxiliares y productos elaborados, reconociendo y aplicando técnicas de negociación.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las etapas en un proceso de compraventa.
- b) Se han identificado las técnicas de negociación en la compraventa de productos alimentarios.
- c) Se ha interpretado la normativa mercantil que regula los contratos de compraventa.
- d) Se han reconocido los criterios para la selección de proveedores.
- e) Se han descrito las funciones y aptitudes de un agente de ventas.
- f) Se han identificado y valorado las funciones del servicio post-venta.
- g) Se han descrito las técnicas de información y comunicación en la atención a proveedores y clientes.

**4. Promociona los productos elaborados, caracterizando y aplicando técnicas publicitarias.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado y aplicado las técnicas de recogida de información en la investigación comercial.
- b) Se han interpretado y valorado los resultados de la investigación comercial.
- c) Se han reconocido productos y técnicas de competencia.
- d) Se han identificado los nuevos nichos de mercado.
- e) Se han descrito los tipos, medios y soportes publicitarios y promocionales utilizados en la práctica comercial.
- f) Se han reconocido los objetivos generales de la publicidad y la promoción.
- g) Se han definido las variables a controlar en las campañas publicitarias y promocionales.
- h) Se ha diferenciado entre comprador y consumidor y su influencia en el diseño de la publicidad.
- i) Se han identificado y explicado las técnicas de merchandising.
- j) Se ha valorado la promoción y venta a través de canales especializados.

***5. Aplica las tecnologías de la información y comunicación en la gestión logística y comercial, caracterizando las principales herramientas informáticas.***

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las aplicaciones informáticas utilizadas en la gestión logística y comercial.
- b) Se han identificado los datos que deben figurar en un fichero de clientes y proveedores.
- c) Se han utilizado las bases de datos para el archivo y manejo de la información procedente de los procesos de compraventa.
- d) Se han integrado datos, textos y gráficos, presentando la información de acuerdo con formatos requeridos.
- e) Se ha justificado la necesidad de conocer y utilizar mecanismos de protección de la información.
- f) Se ha reconocido la importancia de las páginas web corporativas para la competitividad empresarial.
- g) Se ha valorado la relevancia de internet y las nuevas tecnologías en la promoción y venta.
- h) Se ha reconocido la importancia de la aplicación de las nuevas tecnologías en la imagen corporativa de la empresa.

**4.- CONTENIDOS, DISTRIBUCIÓN, TEMPORALIZACIÓN Y MÍNIMOS EXIGIBLES.****4.1.- CONTENIDOS:****BLOQUE 1: COMERCIALIZACIÓN**

Horas asignadas: 50

**UNIDAD 1: El estudio del mercado y el marketing mix.**

- *Concepto de mercado, oferta y demanda.*
- *Elementos fundamentales para el estudio de mercado*
- *Marketing estratégico: el plan de marketing.*
- *Marketing mix: precio, producto, promoción y distribución.*
- *Oferta y demanda elasticidades, la formación del precio*

**UNIDAD 2 La decisión de compra del consumidor**

- *Tipos de consumidores.*
- *El comportamiento del consumidor.*
- *Tipos de compras.*
- *El proceso de decisión de compra del consumidor final.*
- *La tipología de clientes.*

**UNIDAD 3: Organización de la superficie comercial. Merchandising.**

- *La implantación del punto de venta.*
- *La circulación.*
- *El mobiliario.*
- *La iluminación.*
- *El visual merchandising virtual.*
- *Los recursos humanos en el punto de venta.*

**UNIDAD 4: Políticas de Comunicación.**

- *La comunicación Comercial. Funciones.*
- *Elementos básicos de comunicación comercial.*
- *Variables del Marketing mix.*
- *Componentes del mix de comunicación.*
- *Las fases de un plan de comunicación.*

**UNIDAD 5: La comunicación publicitaria.**

- *La marca en la publicidad*
- *El consumidor y la publicidad*
- *Modelos publicitarios de tipo psicológico*
- *La creación de la publicidad*
- *Los medios publicitarios*
- *La investigación de medios*
- *Normativa sobre la publicidad*

**UNIDAD 6: El vendedor.**

- *El papel del vendedor en la venta personal.*
- *Tipos de vendedores.*
- *El perfil del vendedor profesional.*
- *El manual del vendedor.*
- *La formación de los vendedores.*
- *La motivación y sistemas de remuneración de vendedores.*

**UNIDAD 7: Comunicación y técnicas de venta.**

- *Comunicación. Elementos, fases y barreras.*
- *Comunicación verbal*
- *Comunicación escrita*
- *Comunicación no verbal.*
- *Técnicas de venta.*
- *Fases de la entrevista de ventas.*
- *Seguimiento de la venta.*
- *Servicios postventa.*
- *Herramientas de gestión de relaciones con clientes, CRM.*

**UNIDAD 8: Desarrollo de la venta.**

- *Fases.*
- *Prospección de clientes.*
- *Preparación de argumentos de venta.*
- *Materiales de apoyo.*

**UNIDAD 9 El contrato de compraventa.**

- *Figura legal del contrato.*
- *Tipos de contratos.*
- *Desarrollo especial del contrato.*
- *Normativa que regula el contrato de compraventa.*
- *Partes del contrato.*
- *Derechos y obligaciones del contrato de compraventa.*

**UNIDAD 10: Aplicaciones informáticas de gestión comercial.**

- Instalación, funcionamiento y procedimientos de seguridad en las aplicaciones de la gestión comercial
- Manejo de las aplicaciones informáticas
- Fichero de clientes y proveedores: características, datos, manejo e interpretación
- Valoración de las ventajas del empleo de las aplicaciones informáticas en la gestión comercial
- Análisis e interpretación de datos comerciales. Presentación de resultados.

**UNIDAD 11: Lectura y comprensión de artículos relacionados con “Comercialización” en lengua inglesa. (Reading and Comprehension of Marketing Articles in English)**

El CPIFP Movera participa en el proyecto PALE (Proyecto de Ampliación de Lenguas Extranjeras). En el marco de dicho programa, se desarrollará esta unidad en lengua inglesa (lengua extranjera impartida en el ciclo formativo) como actividad de tipo curricular.

**BLOQUE 2: LOGÍSTICA**

Horas asignadas: 59

1. La logística comercial.
  - La logística en la empresa.*
  - Actividades logísticas. Aprovisionamiento de productos. Ciclo de aprovisionamiento. Ciclo de expedición.*
  - Almacenaje.*
  - Flujo físico y flujo de información.*
  - Objetivos y funciones de la logística.*

- Logística inversa.
- 2. *El almacén en la cadena logística*
  - Objetivos de la organización de almacenes. Planificación.
  - Funciones del almacén.
  - Tipos de almacenes.
  - Diseño del almacén.
- 3. *Equipos de manipulación y sistemas de almacenamiento.*
  - Características de la mercancía.
  - Condiciones ambientales en el almacenamiento de productos alimentarios.
  - Distribución y manipulación de mercancías.
  - Transporte y distribución interna.
  - Equipos de manipulación y transporte. Sistemas de almacenamiento.
  - Tecnología RFID
- 4. *Recepción y ubicación de mercancías.*
  - Gestión de la recepción. Fases. Documentación. Codificación. Trazabilidad. Condiciones de aceptabilidad.
  - Documentación de control de existencias.
  - Normas para la colocación de mercancías en el almacén.
  - Determinación cualitativa del pedido. Normas. Sistemas de control e identificación.
  - Análisis ABC de productos. Objetivos. Campos de aplicación.
- 5. *Gestión de stocks.*
  - Importancia de los stocks. Tipos. Costes.
  - Previsión cuantitativa de materiales. Técnicas de previsión. Cuantificación de previsiones. Cantidad económica de pedido.
  - Rotaciones. El periodo medio de maduración.
  - Daños y defectos derivados del almacenamiento. Periodo de almacenaje.
- 6. *Valoración de existencias e inventario.*
  - Tipos de existencias. Controles a efectuar.
  - Fichas de almacén.
  - Valoración de existencias. Métodos: Precio Medio Ponderado, FIFO, LIFO.
  - Gestión de inventarios. Tipos de inventarios.
  - Unitización (paletización, contenedorización)
- 7. *Expedición y transporte de mercancías.*
  - Gestión de la expedición. Fases. Documentación. Flujo documental de la expedición. Trazabilidad.



- Recepción y preparación de los pedidos.
- Consolidación y verificación de la mercancía.
- Gestión de devoluciones.
- Transporte externo. Medios de transporte. Tipos. Características.
- Condiciones de los medios de transporte de productos alimentarios.
- Contrato de transporte. Participantes. Responsabilidades.

8. *Informática de gestión y gestión de personal.*

-Instalación, funcionamiento y procedimientos de seguridad en las aplicaciones de gestión logística.

-Manejo de aplicaciones informáticas.

-Valoración de las ventajas del empleo de las aplicaciones informáticas en la gestión logística.

-Sistema de Gestión de Almacenes (SGA)

-La gestión de personal.

9. *Seguridad e higiene en el almacén.*

-Aspectos de seguridad e higiene a considerar en el almacén.

-Normativa sobre el almacenamiento de las mercancías perecederas.

-Los riesgos laborales y su prevención.

-Riesgos de incendios: prevención, detección y extinción.

**4.2.- DESARROLLO TEMPORAL DE LAS UNIDADES DE TRABAJO.**

Unidades de trabajo programadas:

Unidad	Título	Horas programadas	
1ª Ev.	1	El estudio del mercado , y el marketing mix.	11
	2	La decisión de compra del consumidor	5
	3	Organización de la superficie comercial. Merchandising.	5
	4	Políticas de Comunicación.	5
	5	La comunicación publicitaria.	5
	6	El vendedor.	5
	7	Comunicación y técnicas de venta.	5
	8	Desarrollo de la venta.	5
	9	El contrato de compraventa.	3

**PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA**

**COMERCIALIZACIÓN Y LOGÍSTICA EN LA INDUSTRIA ALIMENTARIA.**

CURSO 2019/20

	10	Aplicaciones informáticas de gestión comercial	1
	11	Lectura y comprensión de artículos relacionados con "Comercialización" en lengua inglesa	1
		Horas destinadas a realización de pruebas de evaluación	4
	Total 1ª Evaluación		55
2ª Ev.	1	La logística comercial y el almacenaje	5
	2	El almacén en la cadena logística	5
	3	Equipos de manipulación y sistemas de almacenamiento	7
	4	Recepción y ubicación de mercancías	6
	5	La gestión de las existencias	10
	6	Valoración de existencias e inventario	7
	7	Expedición y transporte de mercancías	5
	8	Informática de gestión y gestión de personal	1
	9	Seguridad e higiene en el almacén	1
		Horas destinadas a realización de pruebas de evaluación	7
Total 2ª Evaluación		54	
Total curso		109	

**4.3.- MÍNIMOS EXIGIBLES.**

Los resultados de aprendizaje y contenidos mínimos exigibles para una evaluación positiva en el módulo se indican en cursiva en los anteriores apartados.

El resto de los contenidos que figuran en la programación son de refuerzo y ampliación, y en caso de no haber tiempo disponible serían sacrificados por considerarlos menos importantes. Ya es función del nivel y de la capacidad de asimilación de los alumnos que el programa impartido se complete en su totalidad, o por el contrario al necesitar más tiempo del programado para cada uno de los temas y que alguno quede sin dar.

**5.- METODOLOGÍA DIDÁCTICA DE CARÁCTER GENERAL.**

Para alcanzar los objetivos programados, la metodología seguida perseguirá fundamentalmente la motivación y despertar el interés de los alumnos hacia los contenidos previstos de modo que su actitud sea eminentemente participativa. Partiremos de los conocimientos previos de los alumnos. En muchas ocasiones, los conocimientos previos se reducen a los que tienen como consumidores. A partir de ahí, y de información reciente sobre

cada sector aparecida en los medios de comunicación, buscaremos despertar el interés hacia la logística o la comercialización de los productos alimentarios.

El desarrollo de los contenidos se organizará en torno a contenidos teóricos y procedimentales (del tipo de resolución de problemas y supuestos prácticos) utilizando herramientas informáticas cuando esto sea posible.

Se propondrá la elaboración de trabajos individuales y/o en equipo para fomentar el autoaprendizaje y el trabajo en grupo, la organización y la división del trabajo, contrastar opiniones y valorar aportaciones propias y ajenas, así como utilizar y valorar las distintas fuentes de información mencionadas anteriormente. En concreto, se propondrán trabajos obligatorios que supongan el diseño de un plan de márketing sencillo que podrá estar relacionado con el proyecto que vayan a elaborar en el módulo correspondiente a proyecto o con el plan de empresa que desarrollen en el módulo de Empresa e iniciativa emprendedora, o que además impliquen el análisis de un spot publicitario de un producto alimenticio y/o la elaboración de las líneas maestras de una campaña publicitaria, incluyendo un buen eslogan. Si el desarrollo de la temporalización lo permite, también se propondrá a los alumnos el diseño de una etiqueta para un producto innovador.

En “Comercialización” será clave la experiencia del alumno como consumidor y, por tanto, se hará referencia a ella para entender las motivaciones de compra y el comportamiento del consumidor, y cómo esto es utilizado por el marketing y la publicidad para la comercialización de productos alimenticios.

Las técnicas de ventas se simularán interpretando los alumnos distintos papeles: compradores, vendedores, etc.

Las visitas a realizar quedan recogidas en la programación del departamento. Estas visitas se consideran muy relevantes para afianzar los conceptos vistos en el aula. Se integran en la metodología de trabajo a través de una preparación previa, del desarrollo de la misma y, si el profesor lo considera oportuno, de la elaboración de un informe posterior.

## **6.- PROCESO DE EVALUACIÓN DEL ALUMNADO.**

### **6.1 PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN**

-Evaluación cero o inicial: prueba escrita, sin calificación, que versará sobre los contenidos del módulo. Su objetivo es conocer el nivel de conocimientos previos del alumno.

#### **ALUMNOS CON DERECHO A EVALUACIÓN CONTINUA:**

Se utilizarán diversas técnicas e instrumentos de evaluación: ejercicios escritos de entrega obligatoria, trabajos, informes de visitas y de prácticas, pruebas escritas, etc.

Se realizarán pruebas parciales dentro de cada trimestre (al menos una) que versarán sobre los contenidos expuestos en esta programación.

### **ALUMNOS QUE PIERDEN EL DERECHO A EVALUACIÓN CONTINUA:**

Según el artículo 7, punto 3 de la ORDEN de 26 de octubre de 2009, de la Consejera de Educación, Cultura y Deporte, que regula la matriculación, evaluación y acreditación académica del alumnado de Formación Profesional en los centros docentes de la Comunidad Autónoma de Aragón y lo reflejado en el Proyecto Curricular del ciclo formativo, el número de faltas de asistencia que determina la pérdida del derecho a la evaluación continua es el 15% respecto a la duración total del módulo profesional.

De este porcentaje quedarán excluidos los alumnos a los que se les conceda la conciliación con la actividad laboral, circunstancia que deberá quedar convenientemente acreditada. Esta exclusión deberá ser adoptada por el equipo docente del ciclo formativo, previa petición del alumno.

### **6.2. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN**

#### **A) ALUMNOS CON DERECHO A LA EVALUACIÓN CONTINUA:**

La nota para cada bloque se desglosará en:

- \* Pruebas escritas: 100% de la nota del bloque.
- \* Trabajos escritos, ejercicios de entrega obligatoria y exposiciones orales: No contarán para nota pero la no presentación en plazo y forma supondrá la no superación del módulo.
- \* Otros instrumentos de evaluación.
  - Dentro de este apartado, se valorarán: resúmenes, preguntas orales (individuales y grupales) en clase, cuestionarios, observación directa en el aula, asistencia, participación y actitud.

La calificación final del módulo se obtendrá ponderando la nota de cada bloque en un 50%.

La calificación final está comprendida entre 1 y 10, quedando aprobado el módulo con una calificación igual o superior a 5.

Para las convocatorias de marzo y junio, se guardarán los bloques aprobados, debiendo recuperar solamente las suspendidas.

#### **Otros aspectos:**

- Hay que obtener, al menos, un 5 en un examen parcial de un bloque para poder mediar

con el resto de exámenes de ese mismo bloque, siendo necesario alcanzar una nota media de 5,0 en el apartado “pruebas escritas”

### **B) CONVOCATORIAS DE MARZO Y JUNIO**

Consistirán en una prueba escrita dividida en dos partes, correspondientes a los dos bloques en las que está dividido el módulo. Las preguntas cubrirán tanto los contenidos teóricos impartidos en clase como los tratados en los trabajos o actividades propuestos durante el curso. Como se ha mencionado, los alumnos podrán mantener la calificación positiva de los bloques aprobados durante el curso o en la convocatoria de marzo.

Los alumnos que pierdan el derecho a la evaluación continua por exceder el número de faltas establecido, conservarán la calificación positiva del primer bloque (Comercialización) si éste fuera el caso.

### **C) ALUMNOS DE PRIMERO CON MATRÍCULA PARCIAL EN ESTE MÓDULO**

Si optan por la evaluación continua, tienen las mismas obligaciones que el resto de sus compañeros en todos los aspectos (entrega y presentación de trabajos, responder a actividades, preguntas o problemas en clase que pueden dar lugar a puntos positivos, etc.). De lo único que se les exime es de la asistencia obligatoria a clase, ya que su obligación existe en los módulos de primero.

### **OTROS ASPECTOS GENERALES A DESTACAR**

- Para poder realizar las notas medias y obtener la nota final será necesario tener aprobados (al menos 5 puntos) los dos bloques (Comercialización y Logística). En caso de no superar dicha nota, no se podrá realizar la nota media, quedando el módulo suspendido.
- No se repetirán exámenes a alumnos que falten en la/s fecha/s de dichos exámenes (aunque la falta sea justificada).
- En caso de encontrar a un alumno copiando o haciendo trampas en un examen parcial de un bloque, éste suspenderá automáticamente ese bloque. En convocatoria oficial, deberá examinarse de la totalidad del contenido del bloque. En caso de copiar o hacer trampas en una convocatoria oficial, el módulo quedará suspendido.
- La no presentación en el plazo indicado de un trabajo obligatorio puede suponer la calificación de Insuficiente (4 o inferior) en la evaluación correspondiente.
- Se penalizarán las faltas de ortografía en exámenes y trabajos escritos en palabras de uso común y en palabras propias del área que deban formar parte del léxico del alumnado. **Se restará hasta un máximo de 1 punto de la calificación del examen o trabajo.**

### CONVOCATORIAS OFICIALES DE MARZO Y JUNIO

- Como norma general, en las convocatorias de evaluación final de marzo y junio, la calificación vendrá dada en su 100% por la nota obtenida en el examen. Por ello, dichos exámenes pueden incluir preguntas relativas a trabajos, prácticas u otras actividades que se hayan evaluado a los alumnos que tenían derecho a la evaluación continua.
- Para alumnos con derecho a evaluación continua que han asistido de manera regular a clase y han entregado todos los parámetros calificables requeridos, se tendrá en cuenta el peso real de cada uno de los parámetros calificables (pruebas escritas, trabajos/exposiciones y actividades/informes/actitud...) a lo largo del curso.

### 7.- MECANISMOS DE SEGUIMIENTO Y VALORACIÓN QUE PERMITAN POTENCIAR LOS RESULTADOS POSITIVOS Y SUBSANAR LAS DEFICIENCIAS QUE PUDIERAN OBSERVARSE.

El profesor llevará un control semanal del seguimiento de la programación en su cuaderno personal.

**Atención a la diversidad y adaptaciones curriculares si es el caso:** se pondrán a disposición del alumno todos aquellos recursos humanos y materiales necesarios para un normal seguimiento de las clases teóricas y prácticas.

En caso necesario, y tras reunión y aprobación por parte del Departamento, se podría considerar hacer (como medida excepcional) una adaptación curricular consistente en hacer controles escritos con periodicidad más corta a la habitual, que se superarían siempre que el alumno alcanzase los resultados de aprendizaje mínimos (asociados a sus correspondientes criterios y contenidos) especificados en esta programación.

La legislación específica que en todo caso se evaluará que el alumno haya conseguido las competencias profesionales, personales y sociales incluidas en el Ciclo Formativo. Se trataría de una AC no significativa.

**Alumnos con necesidades específicas por motivos laborales:** se procurará atender las necesidades de estos alumnos, facilitándoles el material utilizado (deberán solicitarlo en conserjería o a través del delegado del grupo) y se flexibilizará la exigencia de asistencia a clase; siempre y cuando las faltas estén justificadas por un contrato laboral. Se atenderá a estos alumnos en la hora semanal de tutoría indicada en el horario del profesor. Si no fuera posible, se atenderá en un recreo previa cita.

**Actividades para recuperación de evaluaciones pendientes:** se propondrá al alumno tareas de refuerzo y consolidación de los contenidos más importantes, tales como:

elaboración de resúmenes y esquemas, repetición de actividades importantes o planteamiento de nuevas si el alumno lo requiere y/o el profesor lo considera necesario. Todas estas actividades están encaminadas a que el alumno supere el módulo en las convocatorias oficiales.

### **8.- ACTIVIDADES DE ORIENTACIÓN Y APOYO ENCAMINADAS A LA SUPERACIÓN DE LOS MÓDULOS PROFESIONALES PENDIENTES.**

Al ser un módulo de 2º curso no hay, estrictamente hablando alumnos con el módulo pendiente. Los alumnos que repitan curso deberán asistir a clase como el resto.

Durante el tercer trimestre, se priorizará la asignación de horas de atención a pendientes para los alumnos que no hayan aprobado en la convocatoria de marzo, aunque será Jefatura de Estudios quien tenga la última palabra según la disponibilidad de cada profesor.

### **9.- MATERIALES DIDÁCTICOS PARA USO DE LOS ALUMNOS.**

Como material didáctico para uso del profesor se utilizarán los libros "*Operaciones de almacenaje*", "*Gestión Logística y Comercial*", "*Procesos de venta*", "*Animación en el punto de venta*" y "*Políticas de marketing*" de la editorial Mc Graw Hill.

En Logística se recomienda al alumno el libro "Operaciones de almacenaje" de la editorial McGraw-Hill como material base. Se complementará con artículos, textos y ejercicios propuestos por el profesor.

En Comercialización, debido a no existir un texto que se ajuste al temario y tener que utilizar una excesiva bibliografía, no se recomienda ningún libro en concreto. En el desarrollo de las unidades de trabajo se utilizarán los medios audiovisuales disponibles en el centro (fotografías, vídeos, presentaciones de diapositivas en power point o similares...) así como la bibliografía (libros, revistas especializadas y legislación española y europea, información de la red...) relacionada con los temas y que permitan una documentación actualizada del alumno.

No obstante, se emplearán y valorarán las ventajas de internet en lo referente a la búsqueda de información y al aprovechamiento del sistema como vía de publicidad. También se hará uso de la proyección de vídeos para que los alumnos puedan analizar determinadas técnicas publicitarias, y se intentarán programar y realizar visitas con los alumnos a almacenes y/o empresas dedicadas a la logística en la industria alimentaria.

### **10.- PLAN DE CONTINGENCIA.**

En el caso de una ausencia prevista del profesor, éste dejará el trabajo previsto para esos días en la carpeta habilitada al efecto en la biblioteca del instituto (carpeta de guardias). El

profesor sustituto o el profesor de guardia recogerán el material para preparar la clase o entregarlo a los alumnos.

En el caso de que la ausencia sea imprevista, el Departamento de Industrias Alimentarias proporcionará al profesor de guardia el material oportuno (vídeos, material bibliográfico...) que el profesor del módulo habrá dejado a principio de curso en el Departamento a tal efecto. Si se considera oportuno para el desarrollo o repaso de contenidos, se pueden tomar otras decisiones como: llevar al grupo al aula de informática, utilizar la hora como tiempo de estudio o repaso, elaborar resúmenes o trabajos relacionados con las unidades de esta programación, etc.

TABLA DE REVISIONES	
Revisión	Descripción de la modificación
0	1ª Edición
1	2ª Edición. Se había guardado el documento con la vista de las marcas de las modificaciones. Se ha quitado esta vista, para que los usuarios no tengan que modificarlo cada vez.
2	Modificado error tipográfico entre índice y desarrollo en punto 4.3. y un concepto para mejorar la comprensión de los procedimientos de evaluación. Las marcas siguen saliendo sin solución.