IES MIGUEL ROMERO ESTEO – MÁLAGA. DEPARTAMENTO COMERCIO Y MARKETING

Programación del módulo

Diseño y elaboración de material de comunicación en el mercado internacional.

CURSO 2026/2027

Ciclo formativo: Comercio Internacional
Grupo: 2º
Nº AN6866
Horas totales: 96
Horas a la semana: 3
Profesor/a: Mónica Grima Suárez
Fecha de Entrega: Octubre 2026
Fecha de revisiones:

Índice de la programación.

1. Competencias. ***3***

1.1. Competencia general del título: **3**

1.2. Unidades de competencia asociadas al módulo. **3**

1.3. Competencias profesionales y de empleabilidad **3**

2. Objetivos generales asociados al módulo. ***4***

2.1. Relación de los Objetivos Generales del Ciclo con los Resultados de Aprendizaje. **5**

3. Metodología, materiales y recursos didácticos utilizados. ***6***

3.1. Descripción de las actividades de enseñanza y aprendizaje. 6

3.2. Materiales y recursos didácticos utilizados. 6

4. Evaluación criterial de las competencias. Actividades, técnicas e instrumentos de evaluación. ***7***

4.1. Relación de unidades y resultados de aprendizaje. 9

RA 1 10

RA 2 11

RA 3 12

RA 4 13

RA 5 14

RA 6 15

4.2. Ponderación de los resultados de aprendizaje. 16

4.3. Actividades de refuerzo y mejora de las competencias para la mejora de la calificación y superación de los módulos pendientes de evaluación positiva. 20

4.4. Instrumentos de evaluación destinados al alumnado que haya perdido el derecho a evaluación continua. 20

5. Incorporación de los contenidos de carácter transversal al currículo. ***21***

6. Medidas de atención a la diversidad y alumnado con N.E.A.E. ***21***

7. Actividades complementarias y extraescolares relacionadas con este módulo. ***22***

8. Autoevaluación. ***22***

1. Competencias.

1.1. Competencia general del título:

Real Decreto 1574/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Comercio Internacional y se fijan sus enseñanzas mínimas.

La competencia general de este título consiste en "elaborar y gestionar planes de marketing internacional, establecer y gestionar operaciones de compraventa, almacenaje, distribución y financiación en el ámbito internacional conforme a la legislación vigente, en condiciones de seguridad, respeto ambiental y utilizando, en caso necesario, la lengua inglesa y/u otra lengua extranjera".

1.2. Unidades de competencia asociadas al módulo.

UC1002_3: Obtener y elaborar información para el sistema de información de mercados.
UC1005_3: Asistir en los procesos de comunicación y negociación, utilizando, en caso necesario, la lengua inglesa y/u otra lengua extranjera.
UC1008_3: Realizar y controlar el seguimiento de las operaciones de marketing internacional.
UC1010_3: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario competente, en las relaciones y actividades de comercio internacional.

1.3. Competencias profesionales y de empleabilidad

El módulo contribuye al desarrollo de las siguientes competencias clave del título:

• C1. Capacidad de comunicación en contextos multiculturales e internacionales.

• C2. Aplicación de técnicas de comunicación persuasiva y marketing digital internacional.

• C3. Adaptación de mensajes, soportes y materiales a distintas culturas y normativas.

• C4. Uso profesional de software gráfico, audiovisual y de edición.

• C5. Planificación y control de la difusión de campañas internacionales.

• C6. Trabajo en equipo, creatividad y autonomía en la resolución de problemas comunicativos.

- C7. Respeto por la propiedad intelectual, la diversidad cultural y la ética profesional.

2. Objetivos generales asociados al módulo.

La formación del módulo contribuye a que el alumnado alcance, en el marco de los objetivos generales del título (RD 1572/2011, art. 9), los siguientes objetivos:

a) Obtener información sobre mercados internacionales y sus agentes.

b) Adaptar las políticas de marketing-mix a distintos entornos internacionales.

c) Desarrollar estrategias de comunicación y promoción exterior.

d) Utilizar herramientas informáticas y de diseño en las actividades comerciales.

e) Ejecutar y evaluar planes de difusión internacional y campañas publicitarias.

2.1. Relación de los Objetivos Generales del Ciclo con los Resultados de Aprendizaje.

O.G	RA 1	RA 2	RA 3	RA 4	RA 5
a)	X				
b)		X			
c)			X		
d)				X	
e)					X

3. Metodología, materiales y recursos didácticos utilizados.

Orientaciones pedagógicas recogidas en la Orden del Título en relación al módulo.

3.1. Descripción de las actividades de enseñanza y aprendizaje.

Las actividades propuestas se organizan en torno a los resultados de aprendizaje del módulo y buscan la implicación activa del alumnado:

• Análisis inicial de contextos internacionales para comprender la influencia cultural, lingüística y legal en la comunicación comercial exterior.
• Búsqueda, selección y tratamiento de información global, identificando fuentes fiables y actualizadas sobre mercados y públicos internacionales.
• Adaptación cultural y lingüística de mensajes, aplicando criterios de coherencia corporativa, respeto intercultural y normativa vigente.
• Diseño de materiales gráficos, audiovisuales y digitales, utilizando herramientas informáticas y software profesional de edición y maquetación.
• Aplicación de técnicas de comunicación persuasiva y storytelling transcultural, adecuando los mensajes a diferentes estilos y códigos culturales.
• Elaboración de campañas publicitarias y promocionales internacionales, integrando soportes online y offline.
• Planificación y organización del plan de difusión internacional, considerando objetivos, públicos, calendarios y canales más adecuados.
• Evaluación del impacto y eficacia comunicativa de los materiales, mediante análisis de casos, autoevaluación y revisión cooperativa.
• Fomento del trabajo en equipo, la creatividad y la autonomía, a través de metodologías activas como el aprendizaje basado en proyectos (ABP).

3.2. Materiales y recursos didácticos utilizados.

1. Equipos informáticos y conexión a Internet, para la búsqueda de información y el uso de herramientas digitales.

2. Software de diseño gráfico y edición audiovisual (Canva, Photoshop, Illustrator, GIMP, InDesign, Filmora o equivalentes).

3. Plataformas educativas y entornos virtuales de aprendizaje (Aula Virtual, Google Classroom, Moodle, etc.) para compartir materiales y trabajos.

4. Material audiovisual y publicitario real, campañas internacionales, catálogos, anuncios y ejemplos de comunicación intercultural.

5. Herramientas ofimáticas (Word, PowerPoint, Excel, Google Docs, etc.) para la elaboración de documentos y presentaciones.

6. Recursos multimedia y web 2.0: bancos de imágenes, vídeos, tipografías y plantillas libres de derechos.

7. Pizarra digital y proyector para presentaciones, análisis de casos y exposiciones orales.

8. Guías didácticas, apuntes y fichas de trabajo elaboradas por el profesorado.

9. Bibliografía y recursos online especializados en marketing y comunicación internacional.

4. Evaluación criterial de las competencias. Actividades, técnicas e instrumentos de evaluación.

En las siguientes tablas se desarrolla el sistema de evaluación de esta programación, dentro del marco legal de la Orden de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Se establecerán tres tipos de evaluación:

- Evaluación inicial: Refleja la situación de partida del alumnado y quedará recogido en Séneca. En este año cobrará especial atención detectar el alumnado con brecha digital.
- Dos sesiones de evaluación parcial: Indicará si se están alcanzando los objetivos educativos, y si hay que introducir correcciones. Se realizará trimestralmente. (una sesión para los grados E)
- Dos evaluaciones finales: Recogerá la situación alcanzada tras las actividades propuestas al finalizar el curso escolar. También recogerá el resultado final de los R.A.

La calificación de la última evaluación previa a la evaluación final FP informará del resultado final del módulo, entendiéndose que una calificación positiva conlleva la superación de todos los resultados de aprendizaje y por consiguiente la superación del módulo.

Tal y como establece el artículo 2.4 de la citada Orden, en virtud de lo establecido del artículo 27.5 y 27.6 del Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, en la modalidad presencial y en la parte presencial de la modalidad semipresencial, la evaluación continua de los aprendizajes requerirá la asistencia regular y obligatoria, tanto en el centro docente como en la fase de formación en empresa u organismo equiparado, de al menos el 80 por ciento de la duración total del módulo, ámbito o proyecto, a partir de la fecha en la que el alumnado se haya matriculado.

Cuando los resultados de aprendizaje se adquieran tanto en el centro docente como en la empresa u organismo equiparado, la evaluación será responsabilidad del personal docente o, en su caso, de la persona experta. En este último supuesto, la evaluación se llevará a cabo conjuntamente con la persona titular de la jefatura de departamento correspondiente o la persona titular de la dirección del centro. La persona encargada de la tutoría dual de empresa colaborará en la evaluación mediante la valoración cualitativa de las actividades desarrolladas en la empresa u organismo equiparado vinculadas a los resultados de aprendizaje que se hayan trabajado conjuntamente entre centro de formación y la empresa u organismo equiparado.

De acuerdo con la orden 18/09/2025 de Evaluación en su disposición transitoria primera, El alumnado de segundo que repita curso o haya promocionado con módulos pendientes de primer curso dispondrá hasta la finalización del curso escolar 2026/2027 para completar los estudios iniciados en el marco del Real Decreto 1147/2011, de 29 de 00326109 julio, pudiendo emplear este último curso escolar exclusivamente para cursar los módulos de Formación en Centros de Trabajo y, en su caso, proyecto.

En este periodo, los módulos no superados no tendrán horario lectivo y contarán con un plan personalizado de recuperación. Todo ello, según establezca el departamento de la familia de Comercio y Marketing considerando las necesidades del centro docente. **Estos módulos se evaluarán mediante pruebas finales de evaluación.**

Para poder realizar la formación en empresa, el alumnado debe de haber superado los resultados de aprendizaje correspondientes a la prevención de riesgos laborales, así como los relativos al módulo de Itinerario Personal para la Empleabilidad I.

4.1. Relación de unidades y resultados de aprendizaje.

UD	Nombre	RA	CE	Observaciones
1ª EVALUACIÓN				
1	Materiales para la comunicación internacional	RA1	a) b) c) d) e)	
2	Publicidad multicultural	RA2	a) b) c) d) e)	
2ª EVALUACIÓN				
3	Comunicación persuasiva	RA3	a) b) c) d) e)	
4	Plan de difusión internacional	RA5	a) b) c) d) e)	
3ª EVALUACIÓN				
5	Publicidad en la empresa	RA4	a) b) c) d) e)	DUAL

RA 1 Prepara el contenido de materiales de comunicación internacional

Criterios de evaluación	UNIDADES	% sobre el total MP.	Actividad/Instrumentos evaluación.
a) Se han identificado fuentes de información global, considerando objetivos, públicos y soportes.	1	4%	TRABAJO/RÚBRICA
b) Se han adaptado textos e imágenes respetando propiedad intelectual y confidencialidad.	1	4%	
c) Se han seleccionado materiales de comunicación alineados con la identidad corporativa	1	4%	
d) Se ha evaluado la eficacia de soportes utilizados y recopila datos relevantes de campañas exteriores.	1	4%	
e) Implementa sistemas de verificación y validación de contenidos para garantizar la precisión cultural y lingüística en los mercados objetivo	1	4%	

Contenidos del RA 1:
Identificación de fuentes de información global
Adaptación de textos e imágenes respetando propiedad intelectual y confidencialidad
Selección de materiales de comunicación alineados con la identidad corporativa
Evaluación de la eficacia de soportes y recopilación de datos de campañas exteriores
Implementación de sistemas de verificación y validación de contenidos

Evaluación: 1ª	**Objetivos generales**: a)

RA 2 Confecciona materiales publicitarios e informativos para entornos multiculturales

Criterios de evaluación	UNIDADES	% sobre el total MP.	Actividad/Instrumentos evaluación..
a) Se han diseñado soportes gráficos y audiovisuales, aplicando principios de armonía y proporción.	3	4%	TRABAJO/RÚBRICA
b) Se han empleado recursos de legibilidad y contrastes de color, ajustados a la identidad de marca.	3	4%	
c) Se han integrado elementos culturales y lingüísticos, asegurando coherencia y atractivo	3	4%	
d) Se han creado y gestionado campañas online y offline, respetando normas locales e internacionales.	3	4%	
e) Se han realizado pruebas de usuario con grupos multiculturales para evaluar la percepción y efectividad de los materiales antes de su implementación definitiva.	3	4%	

Contenidos del RA 2:

Diseñar soportes gráficos y audiovisuales aplicando principios de armonía y proporción.
Emplear recursos de legibilidad y contrastes de color ajustados a la identidad de marca.
Integrar elementos culturales y lingüísticos asegurando coherencia y atractivo.
Crear y gestionar campañas online y offline respetando normas locales e internacionales.
Realizar pruebas de usuario con grupos multiculturales para evaluar percepción y efectividad de los materiales antes de su implementación definitiva.

Evaluación: 1ª	**Objetivos generales**: b)

RA 3 Aplica técnicas de comunicación persuasiva adaptadas a diversos mercados			
Criterios de evaluación	**UNIDADES**	**% sobre el total MP.**	**Actividad/Instrumentos de evaluación.**
a) Se han desarrollado mensajes persuasivos, escritos y audiovisuales, según estilos publicitarios globales.	4	4%	TRABAJO/RÚBRICA
b) Se han reconocido diferencias culturales y adecuaciones idiomáticas para cada público objetivo.	4	4%	
c) Se ha empleado marketing directo, viral y online, evaluando su eficacia en mercados internacionales.	4	4%	
d) Se han elaborado comunicados de prensa con rigor léxico y estilo periodístico, dirigidos a medios globales.	4	4%	
e) Se han incorporado elementos de storytelling transcultural, adaptando narrativas universales a las particularidades simbólicas y emocionales de cada mercado.	4	4%	
Contenidos del RA 3: Trabajar la atención al cliente de forma telefónica			
Evaluación: 2ª	**Objetivos generales**: c)		

RA 4 Elabora materiales publicitarios con software específico para cada soporte.

Criterios de evaluación	UNIDADES	% sobre el total MP.	Actividad/Instrumentos de evaluación.
a) Se han utilizado herramientas informáticas de propósito general para crear presentaciones y anuncios.	3	4%	DUAL
b) Se han manejado aplicaciones de diseño gráfico y retoque fotográfico, respetando guías de estilo.	3	4%	
c) Se han producido materiales web, atendiendo a criterios de usabilidad y accesibilidad internacional.	3	4%	
d) Se han aplicado técnicas de maquetación y edición para optimizar la calidad y el impacto de los contenidos.	3	4%	
e) Se han implementado sistemas de control de versiones y nomenclatura estandarizada para gestionar eficientemente las adaptaciones de materiales a diferentes formatos y mercados.	3	4%	

Contenidos del RA 4:

Utilizar herramientas informáticas de propósito general para crear presentaciones y anuncios en el entorno de la empresa.
Manejar aplicaciones de diseño gráfico y retoque fotográfico respetando guías de estilo de la empresa.
Producir materiales web atendiendo a criterios de usabilidad y accesibilidad internacional.
Aplicar técnicas de maquetación y edición para optimizar calidad e impacto de contenidos de la empresa.
Organización de archivos digitales mediante carpetas y nombres de archivos coherentes.
Adaptación de contenidos para diferentes formatos (impreso, digital, redes sociales) y mercados internacionales respetando coherencia de marca.

Evaluación: 3ª	**Objetivos generales**: d)

RA 5 Organiza el plan de difusión internacional de materiales publipromocionales

Criterios de evaluación	UNIDADES	% sobre el total MP.	Actividad/Instrumentos de evaluación.
a) Se han realizado acciones de difusión adecuadas al número, calidad y destino marcados en el briefing global.	5	4%	TRABAJO/RÚBRICA
b) Se ha analizado la rentabilidad y eficacia de los canales de comunicación en diferentes países.	5	4%	
c) Se ha establecido un calendario de lanzamiento, evaluando estacionalidad y hábitos de consumo externos.	5	4%	
d) Se ha supervisado la difusión y guarda copias de seguridad, facilitando la continuidad de campañas.	5	4%	
e) Se han desarrollado protocolos de contingencia para adaptar rápidamente las estrategias de difusión ante cambios imprevistos en los mercados internacionales o tendencias emergentes.	5	4%	

Contenidos del RA 5:

Realizar acciones de difusión adecuadas al número, calidad y destino marcados en el briefing global.
Analizar la rentabilidad y eficacia de los canales de comunicación en diferentes países.
Establecer un calendario de lanzamiento evaluando estacionalidad y hábitos de consumo externos.
Supervisar la difusión y guardar copias de seguridad, facilitando la continuidad de campañas.
Desarrollar protocolos de contingencia para adaptar rápidamente las estrategias de difusión ante cambios imprevistos en los mercados internacionales o tendencias emergentes.

Evaluación: 2ª	**Objetivos generales**: e)

(*) Para ver la relación de actividades se pueden consultar en el programa formativo.

Actividades, técnicas e instrumentos de evaluación que van a ser usados por el departamento de comercio y marketing.

En las tablas se desarrollan los que van a ser usados por el docente en el módulo.

Actividad de evaluación	**Técnicas de evaluación**	**Instrumentos de evaluación**
Prueba escrita	Escrita	Plantilla corrección
Caso práctico	Ejecución práctica	Rúbricas
Exposición oral	Observación	Guía de Evaluación
Trabajo	Ejecución oral	Observación
Examen	Escrita	Solucionario

MEDIOS	**Escritos** Memoria Carpeta colaborativa Monografía Informe Estudio de casos Portafolio Poster Proyecto Trabajo escrito	**Orales** Exposición Discusión grupal Mesa redonda Pregunta de clase Debate Ponencia Presentación oral Comunicación Cuestionario oral	**Prácticos** Práctica supervisada Demostración, actuación o representación Role-playing
TÉCNICAS	**El estudiante NO interviene** ● Análisis documental y de producciones:	**El estudiante participa** ● Evaluación compartida o colaborativa (entrevista entre profesor y estudiantes)	

	revisión trabajos individuales y grupales ● Observación: directa del estudiante y del grupo, sistemática, análisis de grabación de audio o video.	● Autoevaluación (autorreflexión y/o el análisis documental). ● Evaluación entre pares (análisis documental y/o la observación).
Instrumentos	Diario del profesor Escala de comprobación Escala verbal o numérica Escala descriptiva o rúbrica Escala de estimación Ficha de observación Lista de control Matrices de decisión Fichas de seguimiento individual o grupal Fichas de autoevaluación Fichas de evaluación entre iguales Informe de expertos Informe de autoevaluación	

4.2. Ponderación de los resultados de aprendizaje.

RESULTADO DE APRENDIZAJE	Porcentaje sobre el total del módulo	¿Obligatorio superarlo?	HORAS PREVISTAS	FORMACIÓN(*)
R1.	20 %	SI	19	PFI
R2.	20 %	SI	19	PFI
R3.	20%	SI	19	DC
R4.	20 %	SI	20	FEOE
R5.	20 %	SI	19	DC
TOTALES	100 %		96	

Leyenda:

PFI- Plan de Formación Inicial en el Centro.
PFPD- Plan de FP DUAL.
DC - Docencia en el Centro de Estudios.

Relación de empresas y actividades:

Esta información quedará recogida en el Programa Formativo en empresa u organismo equiparado del Ciclo Formativo de Grado Superior en Comercio Internacional, que el profesorado elaborará en colaboración con las empresas implicadas en la modalidad DUAL.

4.3. Actividades refuerzo y mejora de las competencias para la mejora de la calificación y superación de los módulos pendientes de evaluación positiva.

En este apartado se recogen el procedimiento para aquellos alumnos/as que no hayan conseguido superar las competencias y resultados de aprendizaje para una evaluación positiva. Se elaborará un informe con los RRAA y las actividades no superadas y se entregará junto con el boletín de calificaciones a través de SÉNECA.

Conforme a lo dispuesto en el artículo 24 de la orden 26/09/2025, las medidas de atención al alumnado cuya fase de formación en empresa u organismo equiparado se vea interrumpida, serán:

- La realización del periodo restante en otra empresa u organismo equiparado.
- El desarrollo en el centro educativo de un trabajo para alcanzar el Resultado de Aprendizaje 4.

Para aquellos alumnos que su formación en empresa no se hayan visto completadas se contemplan las siguientes actividades para completar su formación:

- Trabajo individual sobre la elaboración materiales publicitarios con software específico para cada soporte.

El periodo previsto para realizar las actividades se realizará en las fechas siguientes y se organizará como se recoge a continuación:

- Durante el mes de junio se deberá elaborar en clase el trabajo pertinente cuyo resultado se considerará para evaluar el Resultado de Aprendizaje 4.

4.4. Instrumentos de evaluación destinados al alumnado que haya perdido el derecho a evaluación continua.

El porcentaje de faltas de asistencia, justificadas e injustificadas, que originan la **imposibilidad de aplicación de los instrumentos de evaluación ordinaria** se establece en el 20% del total de horas lectivas de todo el curso de la materia o módulo, según queda recogido en el Plan de Centro.

El alumnado que supere estos límites tendrá una evaluación alternativa según se explica en el siguiente apartado.

Para estos casos las competencias no superadas deberán ser evaluadas mediante trabajos alternativos o exámenes teóricos.

5. Incorporación de los contenidos de carácter transversal al currículo.

Temas transversales que se abordarán serán:

- Colaboración y trabajo en equipo, favoreciendo la corresponsabilidad, la comunicación y la cooperación.
- Prevención y resolución pacífica de conflictos, así como el fomento de los valores democráticos y el respeto a los derechos humanos.
- Construcción de una sociedad libre, tolerante, justa e inclusiva, que defienda los valores y principios de la libertad, el pluralismo, los derechos humanos y la legalidad.
- Igualdad efectiva entre mujeres y hombres, la prevención de la violencia de género y la eliminación de cualquier forma de discriminación por condición o circunstancia personal o social.
- Fomento del emprendimiento, la innovación y el desarrollo de competencias clave y “soft skills”, como la creatividad, la iniciativa y la capacidad de adaptación.
- Respeto a la normativa de seguridad y salud laboral, interiorizando la cultura preventiva en los distintos contextos profesionales.
- Sostenibilidad ambiental y consumo responsable, promoviendo la conciencia ecológica, el respeto al medio ambiente y la economía circular.
- Ciudadanía digital y ética tecnológica, favoreciendo el uso seguro, crítico y responsable de las herramientas digitales y la protección de datos personales.
- Profundización en la Cultura Andaluza, de acuerdo con el artículo 40 de la Ley 17/2007, de Educación de Andalucía, poniendo en valor la identidad, la historia, el patrimonio y la diversidad cultural de nuestra comunidad.

6. Medidas de atención a la diversidad y alumnado con N.E.A.E.

Tras la evaluación inicial y siguiendo las recomendaciones del departamento de Orientación, se implementarán algunas de las siguientes medidas propuestas, con el fin de atender a los diferentes ritmos de aprendizaje, se flexibilizarán determinadas entregas de actividades, y se realizará mayor hincapié en la organización y temporalización de aquel alumnado que presente dificultades tanto respecto a contenidos esenciales del módulo como a la carencia de habilidades tecnológicas.

(...) g) La adecuación de las actividades formativas y de los procedimientos de evaluación cuando el ciclo formativo o curso de especialización vaya a ser cursado por alumnado que presente discapacidad o cualquier otra necesidad específica de apoyo educativo o formativo, conforme a lo establecido en el artículo 2.10 de esta orden.

h) La incorporación de ajustes razonables específicos para el alumnado con discapacidad o cualquier otra necesidad específica de apoyo educativo o formativo en relación con el acceso al currículo.(...)

Para estos alumnos se determinan las siguientes medidas generales:

- Explicaciones alternativas de los contenidos.
- Flexibilización de los tiempos de entrega.
- Seguimiento más estrecho de la adquisición de competencias y supervisión constante de sus tareas.
- Adecuación de las actividades/pruebas si fuera necesario. Prever actividades de refuerzo colgadas en Moodle.
- Para los alumnos con mayor ritmo en esta modalidad online planificar actividades de ampliación.

- Tipos de actividades y tareas
    - Aprendizaje basado en proyectos
    - Metodologías didácticas basadas en el trabajo cooperativo en grupos heterogéneos.
    - Actividades de refuerzo educativo diferentes a las del resto.
    - Proporcionar al alumno/a las mismas actividades que al resto, pero adaptadas (simplificar enunciados).

- Formas de acceso a la información.
    - (Se corresponde con la Metodología DUA, recogida en la normativa de aplicación)
    - Se proporcionará la información al alumno/a atendiendo al canal de procesamiento preferente (visual, auditivo...). Esto se puede concretar en lo siguiente:

- Utilización de "apoyo visual" para complementar las explicaciones y facilitar la compresión (imágenes, esquemas, mapas conceptuales, pictogramas, organizadores de contenido...)
- Incorporación en Moodle de pequeños audios de voz que resumen lo explicado en clase para permitir al alumno/a su reproducción en casa.
- Incorporación en Moodle de videos que ayuden a clarificar los conceptos trabajados

- Recursos didácticos
  - Facilitar al alumno/a un glosario de términos de la unidad didáctica
  - Libro de texto
  - Cuadernos de atención a la diversidad
  - Cuadernos de refuerzo o material específico
  - Aquellas medidas recogidas como “formas de acceso a la información” en el apartado anterior (apoyo visual, vídeos y/o audios en Moodle. ..)
  - Agrupamientos, distribución de espacios y tiempos.
  - Tutoría entre iguales: seguimiento y apoyo por parte de un compañero/a competente.
  - Más tiempo para la realización de las tareas
  - Más tiempo para la realización de las pruebas

- Instrumentos de evaluación.
  - Seguimiento a través de Moodle.
  - Valoración de esquemas, mapas conceptuales y resúmenes realizados por el alumno/a.
  - Presentación de los enunciados de forma gráfica o en imágenes, además del texto escrito, para facilitar la comprensión.
  - Selección de aspectos relevantes y esenciales del contenido que se pretende que el alumno/a aprenda. Realización de una prueba con lo básico, pero sin modificar criterios de evaluación, competencias y/o resultados de aprendizaje.
  - Sustitución de una prueba escrita por una oral.
  - Segmentación de la prueba en dos o varias partes, realizando cada parte en días diferentes.

7. Actividades complementarias y extraescolares relacionadas con este módulo.

La programación queda abierta en este apartado a aquellas actividades complementarias que puedan surgir durante el curso, que estén vinculadas directamente con los objetivos del currículo del módulo.

8. Autoevaluación.

En cuanto a la evaluación del proceso de enseñanza, 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 capítulo CI, Evaluación y titulación, establece que: “El profesorado tendrá la obligación de evaluar tanto los aprendizajes del alumnado como los procesos de enseñanza y su propia práctica docente”.

Por ello, se ve necesaria la realización de una evaluación trimestral en la que se recoja la diferencia entre la previsión y la impartición de las unidades de trabajo con el objetivo de realizar los ajustes necesarios en cuanto a la programación y a la metodología.

Por otro lado, además de la observación continua, se realizará una encuesta al alumnado con el objetivo de poner en marcha, en caso de considerarse necesario, medidas que mejoren mi labor como docente y beneficien, por tanto, el proceso de enseñanza-aprendizaje del alumnado.

octubre 2026