



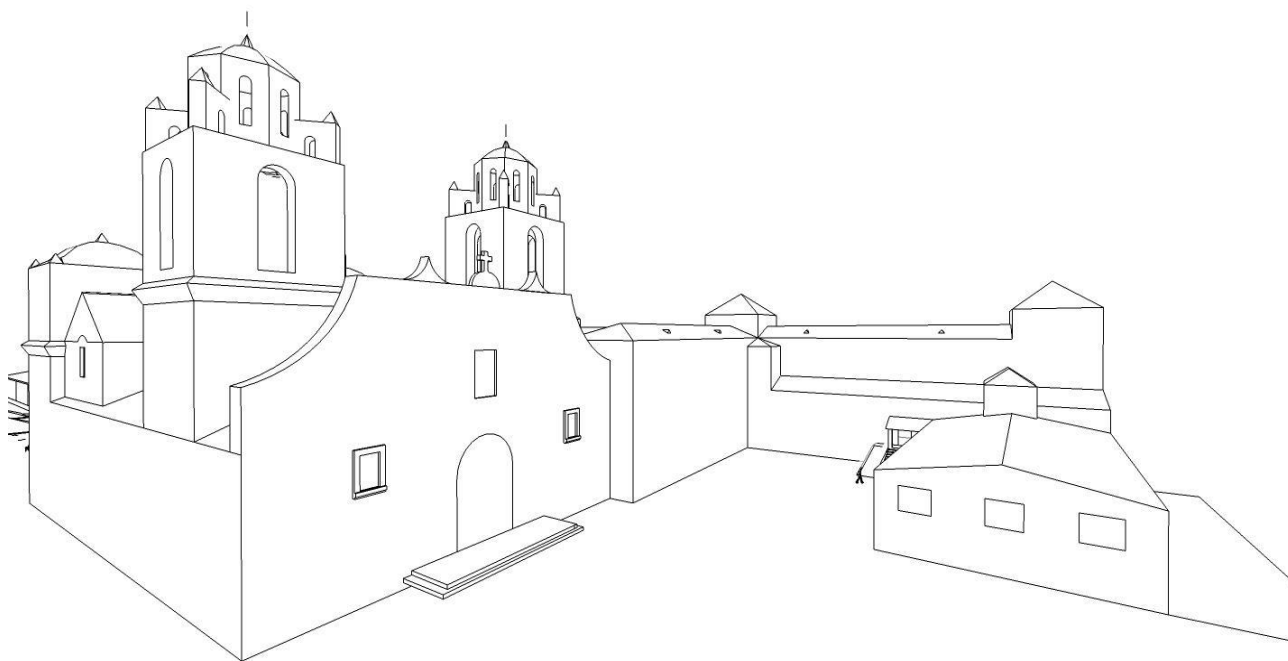
INSTITUTO SUPERIOR DE
FORMACIÓN PROFESIONAL

SAN ANTONIO
UCAM

1014 – FORMACIÓN Y ORIENTACIÓN LABORAL

TÉCNICO SUPERIOR EN MARKETING Y PUBLICIDAD

Ciclo Formativo de Grado Superior (LOE)





Índice

Formación y Orientación Laboral	3
Regulación del módulo	3
Requisitos Previos	3
Competencia General	3
Competencias profesionales, personales y sociales	3
Objetivos generales	5
Resultados de aprendizaje	7
Metodología	11
Contenidos	12
Temporalización general	15
Los procedimientos de evaluación del aprendizaje de los alumnos en los distintos supuestos: proceso ordinario, extraordinario y sin evaluación continua	16
Bibliografía	20
Webs recomendadas	20
Materiales y recursos	20
Recomendaciones para el estudio	20
Tutorías	21



Formación y Orientación Laboral

Módulo: **Profesional**

Materia: **Formación y Orientación Laboral**

Código: **1014**

Nº de créditos: **5 ECTS -90 horas**

Unidad Temporal: **Primer Curso/ Anual**

Carácter: **Obligatorio**

Horas semanales: **3Horas**

Regulación del módulo

El Módulo Profesional Formación y Orientación Laboral se encuadra dentro del Ciclo Formativo de Grado Superior correspondiente al Título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad. Aparece regulado en el Real Decreto 1571/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el presente título y se fijan sus enseñanzas mínimas.

Asimismo mediante la Orden de 20 de diciembre de 2013, de la Consejería de Educación, Universidades y Empleo se establece el currículo del ciclo en el ámbito de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

Requisitos Previos

No existen requisitos previos para la realización de esta asignatura.

Competencia General

La competencia general de este título consiste en definir y efectuar el seguimiento de las políticas de marketing basadas en estudios comerciales y en promocionar y publicitar los productos y/o servicios en los medios y soportes de comunicación adecuados, elaborando los materiales publipromocionales necesarios

Competencias profesionales, personales y sociales

En el presente módulo el alumno adquirirá las siguientes competencias profesionales, personales y sociales, de las citadas en el RD 1571/2011, que regula el título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad:

- Realizar las gestiones necesarias para la constitución y puesta en marcha de una empresa comercial, planificando y gestionando la obtención de los recursos



financieros necesarios que procuren la rentabilidad económica y financiera de la empresa.

- Asistir en la elaboración y seguimiento de las políticas y planes de marketing, analizando las variables de marketing mix para conseguir los objetivos comerciales definidos por la empresa.
- Planificar y desarrollar acciones de marketing digital, gestionando páginas web y sistemas de comunicación a través de Internet, para lograr los objetivos de marketing y de la política de comercio electrónico de la empresa.
- Obtener, analizar y organizar información fiable de los mercados, aplicando técnicas estadísticas y establecer un sistema de información eficaz (SIM), que sirva de apoyo en la definición de estrategias comerciales y en la toma de decisiones de marketing.
- Organizar grupos de encuestadores y/o entrevistadores y realizar encuestas y/o entrevistas, planificando el trabajo de campo y utilizando las técnicas y procedimientos establecidos, para cumplir los objetivos fijados en el plan de investigación comercial.
- Diseñar la política de relaciones públicas de la empresa y organizar y gestionar eventos de marketing y comunicación, interpretando el briefing, contratando proveedores, actores y agentes, asistiendo, dirigiendo y supervisando los eventos, para cumplir con lo establecido en la política de comunicación del plan de marketing.
- Gestionar los servicios de atención e información al cliente y de quejas y reclamaciones del cliente, consumidor y usuario, prestando un servicio de calidad para lograr la plena satisfacción del cliente y la transmisión de una buena imagen de la empresa u organización.
- Elaborar el plan de medios publicitarios de la empresa, combinándolos adecuadamente, y realizar su seguimiento y control para lograr su ejecución y eficacia.
- Gestionar el lanzamiento e implantación de productos y/o servicios en el mercado, aplicando las estrategias de marketing y las acciones promocionales adecuadas, de acuerdo con lo establecido en el plan de marketing de la empresa u organización.
- Elaborar materiales publipromocionales e informativos, respetando la normativa vigente en materia de publicidad y utilizando técnicas y aplicaciones informáticas de edición y diseño en diversos soportes, para difundirlos según los planes programados.
- Comunicarse en inglés con fluidez, tanto de palabra como por escrito, con todos los operadores y organismos que intervienen en operaciones comerciales.
- Adaptarse a las nuevas situaciones laborales, manteniendo actualizados los conocimientos científicos, técnicos y tecnológicos relativos a su entorno profesional, gestionando su formación y los recursos existentes en el aprendizaje a lo largo de la vida y utilizando las tecnologías de la información y la comunicación.



- Resolver situaciones, problemas o contingencias con iniciativa y autonomía en el ámbito de su competencia, con creatividad, innovación y espíritu de mejora en el trabajo personal y en el de los miembros del equipo.
- Organizar y coordinar equipos de trabajo con responsabilidad, supervisando el desarrollo del mismo, manteniendo relaciones fluidas y asumiendo el liderazgo, así como aportando soluciones a los conflictos grupales que se presenten.
- Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad, utilizando vías eficaces de comunicación, transmitiendo la información o conocimientos adecuados y respetando la autonomía y competencia de las personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.
- Generar entornos seguros en el desarrollo de su trabajo y el de su equipo, supervisando y aplicando los procedimientos de prevención de riesgos laborales y ambientales, de acuerdo con lo establecido por la normativa y los objetivos de la empresa.
- Supervisar y aplicar procedimientos de gestión de calidad, de accesibilidad universal y de «diseño para todos», en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.
- Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional con sentido de la responsabilidad social.

Objetivos generales

Los objetivos generales del módulo son los siguientes:

- Conocer y valorar las fuentes y productos financieros disponibles, tales como créditos, préstamos y otros instrumentos financieros, así como las posibles subvenciones y seleccionar los más convenientes para la empresa, analizando la información contable y evaluando los costes, riesgos, requisitos y garantías exigidas por las entidades financieras, para obtener los recursos financieros necesarios que se requieren en el desarrollo de la actividad.
- Elaborar informes de base y briefings, analizando y definiendo las diferentes estrategias comerciales de las variables de marketing mix, para asistir en la elaboración y seguimiento de las políticas y planes de marketing.
- Utilizar las nuevas tecnologías de la comunicación a través de Internet, construyendo, alojando y manteniendo páginas web corporativas y gestionando los sistemas de comunicación digitales, para planificar y realizar acciones de marketing digital.
- Diseñar planes de investigación comercial, determinando las necesidades de información, recogiendo los datos secundarios y primarios necesarios para obtener y organizar información fiable de los mercados.



- Elaborar informes comerciales, analizando la información obtenida del mercado mediante la aplicación de técnicas estadísticas, para establecer un sistema de información de marketing eficaz (SIM).
- Determinar las características del personal de campo, definiendo criterios de selección, dimensión, formación, motivación y remuneración, para organizar grupos de encuestadores y/o entrevistadores.
- Interpretar correctamente un cuestionario y las instrucciones adjuntas y pasarlo a los encuestados, garantizando la fluidez y exactitud de las respuestas efectuadas, para realizar encuestas y/o entrevistas.
- Definir los objetivos e instrumentos de las relaciones públicas de la empresa u organización, de acuerdo con lo establecido en el plan de marketing, para diseñar la política de relaciones públicas de la empresa.
- Relacionar y coordinar a los distintos proveedores, actores y agentes intervinientes, dirigiendo y supervisando el evento según el protocolo establecido y resolviendo las incidencias de forma proactiva, para organizar y gestionar eventos de marketing y comunicación.
- Organizar el departamento de atención al cliente y establecer las líneas de actuación para lograr la satisfacción y fidelización de los clientes, aplicando técnicas de comunicación adecuadas para gestionar los servicios de atención e información al cliente.
- Establecer el procedimiento de atención y resolución de quejas y reclamaciones de clientes, aplicando técnicas de comunicación y negociación adecuadas y/o de mediación o arbitraje para gestionar las quejas y reclamaciones del cliente, consumidor y usuario.
- Realizar propuestas de combinación de medios y soportes publicitarios, respetando la normativa vigente en materia de publicidad y redactando informes de control de emisión y cursaje, para elaborar el plan de medios publicitarios.
- Elaborar el argumentario de ventas del producto o servicio para su presentación a la red de ventas y definir las acciones de marketing y de promoción comercial, analizando datos del sistema de información de mercados y el briefing del producto, para gestionar el lanzamiento e implantación de productos y/o servicios en el mercado.
- Aplicar técnicas de comunicación publicitaria persuasivas y de atracción del cliente, seleccionando contenidos, textos e imágenes y utilizando el estilo propio de la comunicación comercial e informativa de la empresa para elaborar materiales publipromocionales e informativos.
- Gestionar en inglés las relaciones con clientes, proveedores, organismos públicos, banca nacional e internacional y demás operadores que intervienen en las actividades comerciales.



- Analizar y utilizar los recursos y oportunidades de aprendizaje relacionados con la evolución científica, tecnológica y organizativa del sector y las tecnologías de la información y la comunicación, para mantener el espíritu de actualización y adaptarse a nuevas situaciones laborales y personales.
- Desarrollar la creatividad y el espíritu de innovación para responder a los retos que se presentan en los procesos y en la organización del trabajo y de la vida personal.
- Tomar decisiones de forma fundamentada, analizando las variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito y aceptando los riesgos y la posibilidad de equivocación en las mismas, para afrontar y resolver distintas situaciones, problemas o contingencias.
- Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo, para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo.
- Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.
- Evaluar situaciones de prevención de riesgos laborales y de protección ambiental, proponiendo y aplicando medidas de prevención personales y colectivas, de acuerdo con la normativa aplicable en los procesos de trabajo, para garantizar entornos seguros.
- Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias, para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todos».
- Identificar y aplicar parámetros de calidad en los trabajos y actividades realizados en el proceso de aprendizaje, para valorar la cultura de la evaluación y de la calidad y ser capaces de supervisar y mejorar procedimientos de gestión de calidad.
- Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.

Resultados de aprendizaje

1. Selecciona oportunidades de empleo, identificando las diferentes posibilidades de inserción y las alternativas de aprendizaje a lo largo de la vida.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha valorado la importancia de la formación permanente como factor clave para la empleabilidad y la adaptación a las exigencias del proceso productivo.
- b) Se han identificado los itinerarios formativo-profesionales relacionados con el perfil profesional del técnico superior en Marketing y Publicidad.



- c) Se han determinado las aptitudes y actitudes requeridas para la actividad profesional relacionada con el perfil del título.
- d) Se han identificado los principales yacimientos de empleo y de inserción laboral para el técnico superior en Marketing y Publicidad.
- e) Se han determinado las técnicas utilizadas en el proceso de búsqueda de empleo.
- f) Se han previsto las alternativas de autoempleo en los sectores profesionales relacionados con el título.
- g) Se ha realizado la valoración de la personalidad, aspiraciones, actitudes y formación propia para la toma de decisiones.

2. Aplica las estrategias del trabajo en equipo, valorando su eficacia y eficiencia para la consecución de los objetivos de la organización.

Criterios de evaluación:

- a) Se han valorado las ventajas del trabajo en equipo en situaciones de trabajo relacionadas con el perfil del técnico superior en Marketing y Publicidad.
- b) Se han identificado los equipos de trabajo que pueden constituirse en una situación real de trabajo.
- c) Se han determinado las características del equipo de trabajo eficaz frente a los equipos ineficaces.
- d) Se ha valorado positivamente la necesaria existencia de diversidad de roles y opiniones asumidos por los miembros de un equipo.
- e) Se ha reconocido la posible existencia de conflicto entre los miembros de un grupo como un aspecto característico de las organizaciones.
- f) Se han identificado los tipos de conflictos y sus fuentes.
- g) Se han determinado procedimientos para la resolución del conflicto.

3. Ejerce los derechos y cumple las obligaciones que se derivan de las relaciones laborales, reconociéndolas en los diferentes contratos de trabajo.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los conceptos básicos del derecho del trabajo.
- b) Se han distinguido los principales organismos que intervienen en las relaciones entre empresarios y trabajadores.
- c) Se han determinado los derechos y obligaciones derivados de la relación laboral.
- d) Se han clasificado las principales modalidades de contratación, identificando las medidas de fomento de la contratación para determinados colectivos.
- e) Se han valorado las medidas establecidas por la legislación vigente para la conciliación de la vida laboral y familiar.



- f) Se han identificado las causas y efectos de la modificación, suspensión y extinción de la relación laboral.
- g) Se ha analizado el recibo de salarios, identificando los principales elementos que lo integran.
- h) Se han analizado las diferentes medidas de conflicto colectivo y los procedimientos de solución de conflictos.
- i) Se han determinado las condiciones de trabajo pactadas en un convenio colectivo aplicable al sector relacionado con el título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad.
- j) Se han identificado las características definitorias de los nuevos entornos de organización del trabajo.

4. Determina la acción protectora del sistema de la Seguridad Social ante las distintas contingencias cubiertas, identificando las distintas clases de prestaciones.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha valorado el papel de la Seguridad Social como pilar esencial para la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos.
- b) Se han enumerado las diversas contingencias que cubre el sistema de Seguridad Social.
- c) Se han identificado los regímenes existentes en el sistema de Seguridad Social.
- d) Se han identificado las obligaciones de empresario y trabajador dentro del sistema de Seguridad Social.
- e) Se han identificado, en un supuesto sencillo, las bases de cotización de un trabajador y las cuotas correspondientes a trabajador y empresario.
- f) Se han clasificado las prestaciones del sistema de Seguridad Social, identificando los requisitos.
- g) Se han determinado las posibles situaciones legales de desempleo.
- h) Se ha realizado el cálculo de la duración y cuantía de una prestación por desempleo de nivel contributivo básico.

5. Evalúa los riesgos derivados de su actividad, analizando las condiciones de trabajo y los factores de riesgo presentes en su entorno laboral.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha valorado la importancia de la cultura preventiva en todos los ámbitos y actividades de la empresa.
- b) Se han relacionado las condiciones laborales con la salud del trabajador.
- c) Se han clasificado los factores de riesgo en la actividad y los daños derivados de los mismos.



- d) Se han identificado las situaciones de riesgo más habituales en los entornos de trabajo del técnico superior en Marketing y Publicidad.
- e) Se ha determinado la evaluación de riesgos en la empresa.
- f) Se han determinado las condiciones de trabajo con significación para la prevención en los entornos de trabajo relacionados con el perfil profesional del técnico superior en Marketing y Publicidad.
- g) Se han clasificado y descrito los tipos de daños profesionales, con especial referencia a accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, relacionados con el perfil profesional del técnico superior en Marketing y Publicidad.

6. Participa en la elaboración de un plan de prevención de riesgos en una pequeña empresa, identificando las responsabilidades de todos los agentes implicados.

Criterios de evaluación:

- a) Se han determinado los principales derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.
- b) Se han clasificado las distintas formas de gestión de la prevención en la empresa, en función de los distintos criterios establecidos en la normativa sobre prevención de riesgos laborales.
- c) Se han determinado las formas de representación de los trabajadores en la empresa en materia de prevención de riesgos.
- d) Se han identificado los organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.
- e) Se ha valorado la importancia de la existencia de un plan preventivo en la empresa que incluya la secuenciación de actuaciones que se deben realizar en caso de emergencia.
- f) Se ha definido el contenido del plan de prevención en un centro de trabajo relacionado con el sector profesional del técnico superior en Marketing y Publicidad.
- g) Se ha proyectado un plan de emergencia y evacuación de una empresa del sector.

7. Aplica las medidas de prevención y protección, analizando las situaciones de riesgo en el entorno laboral del técnico superior en Marketing y Publicidad.

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido las técnicas de prevención y de protección individual y colectiva que deben aplicarse para evitar los daños en su origen y minimizar sus consecuencias en caso de que sean inevitables.
- b) Se ha analizado el significado y alcance de los distintos tipos de señalización de seguridad.



- c) Se han analizado los protocolos de actuación en caso de emergencia.
- d) Se han identificado las técnicas de clasificación de heridos en caso de emergencia donde existan víctimas de diversa gravedad.
- e) Se han identificado las técnicas básicas de primeros auxilios que han de ser aplicadas en el lugar del accidente ante distintos tipos de daños y la composición y uso del botiquín.
- f) Se han determinado los requisitos y condiciones para la vigilancia de la salud del trabajador y su importancia como medida de prevención.

Metodología

La metodología que se va a emplear va a ser un método ACTIVO-PARTICIPATIVO, en el que al tratar de desarrollar los contenidos de las unidades de trabajo de forma amena y participativa se despierte el interés del alumno en el conocimiento de los protocolos laborales en los entornos de trabajo.

Se utilizará un lenguaje claro y se procurará la intervención del alumno durante la exposición del tema, intercalando preguntas, exponiendo ejemplos y proponiéndole ejercicios que habrá de resolver a la vista de sus compañeros, para que sirvan de aclaración a las diversas dudas que puedan tener.

Para tratar de involucrar al alumno en los contenidos de este módulo, se establecerá la utilidad práctica del módulo comentando casos de empresas reales que realicen de forma cotidiana algunas de las estrategias que se estudian en clase.

Para la aplicación práctica del módulo y con el objetivo de que el Técnico en Marketing y Publicidad sepa desarrollar las actividades que componen su competencia en el trabajo se realizarán supuestos prácticos en los que aplicaran los conocimientos teóricos obtenidos en el aula.

Se realizará controles de evaluación por cada una o varias unidades de trabajo y al menos un control de evaluación por cada trimestre lectivo. En el caso de que a un alumno/a se le detecte que copia o posee algún tipo de “chuleta”, el correspondiente control de evaluación quedará pendiente de recuperación para el final de curso

Metodología	Horas de trabajopresencial
Teoría	90
Seminario teórico-práctico	
Trabajo en equipo	
Evaluación	
Preparación de seminarios	
Realización de trabajos	
Búsquedas bibliográficas	

Contenidos

Los contenidos básicos del módulo son:

Búsqueda activa de empleo.

- La formación permanente como vía para el empleo. La Formación Profesional.
- Valoración de la importancia de la formación permanente para la trayectoria laboral y profesional del técnico superior en Marketing y Publicidad.
- Análisis de los intereses, aptitudes, actitudes y motivaciones personales para la carrera profesional. Especial referencia al ámbito del marketing y la publicidad.
- El mercado laboral en España y en la Región de Murcia. Tendencias: profesiones con demanda y profesiones en receso.
- Itinerarios formativos: fijación de objetivos y medios para alcanzarlos.
- Identificación de los itinerarios formativos relacionados con el técnico superior en Marketing y Publicidad.
- Definición y análisis del sector profesional del técnico superior en Marketing y Publicidad.
- La búsqueda de empleo:
 - Fuentes de información:
 - Medios de comunicación, bolsas de trabajo, agencias de colocación, empresas de trabajo temporal.
 - Los Servicios Públicos de Empleo. El Servicio Regional de Empleo y Formación de la Comunidad de Murcia (SEF)
 - El trabajo en la Administración Pública. La oferta pública de empleo. El Empleo público en la Unión Europea.
 - Internet como recurso en la búsqueda de empleo.
 - Técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo:
 - La Carta de Presentación.
 - El currículum vitae.
 - La entrevista de selección de personal.



- Los test y las pruebas de selección.
- Proceso de búsqueda de empleo en empresas del sector.
- Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa. Herramientas informativas: Europass, Ploteus, entre otros.
- Valoración del autoempleo como alternativa para la inserción profesional. El autoempleo en el sector.
- El proceso de toma de decisiones.

Gestión del conflicto y equipos de trabajo:

- Equipos de trabajo: concepto y características.
- Valoración de las ventajas e inconvenientes del trabajo de equipo para la eficacia de la organización.
- Equipos de trabajo en el sector del marketing y la publicidad según las funciones que desempeñan.
- La participación en el equipo de trabajo. Análisis de los posibles roles de sus integrantes.
- Definición de conflicto: tipos, características, fuentes y etapas.
- Métodos para la resolución o supresión del conflicto: negociación, mediación, conciliación y arbitraje.
- La motivación en los equipos de trabajo. Importancia y técnicas.

Contrato de trabajo.

- El derecho del trabajo. Concepto, objeto, fuentes.
- Intervención de los poderes públicos y agentes sociales en las relaciones laborales:
 - La Administración Laboral: estatal y autonómica.
 - La Jurisdicción Social
 - Agentes sociales: sindicatos y organizaciones empresariales.
- Análisis de la relación laboral individual. Elementos
- Relaciones laborales de carácter especial y actividades excluidas del Derecho Laboral.
- El contrato de trabajo. Concepto, elementos y eficacia. El período de prueba.
- Modalidades de contrato de trabajo y medidas de fomento de la contratación.
- Derechos y deberes derivados de la relación laboral.
- Condiciones de trabajo:
 - Tiempo de trabajo: jornada, horarios y períodos de descanso.
 - Salario y garantías salariales.
- El recibo de salarios. Concepto. Elementos que lo integran. Complimentación. Cálculo de bases y cuotas de cotización.
- Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo. Causas y efectos.
- Representación de los trabajadores.
- La negociación colectiva. Concepto, objetivos e importancia.
- Análisis de un convenio colectivo aplicable al ámbito profesional del técnico superior en Marketing y Publicidad.
- Situaciones de conflicto colectivo, huelga y cierre patronal.



- Beneficios para los trabajadores en las nuevas organizaciones: flexibilidad, beneficios sociales, entre otros.
- Internet como fuente de recursos en materia laboral.

Seguridad Social, empleo y desempleo:

- El Sistema de la Seguridad Social. Concepto y finalidad.
- Estructura del Sistema de la Seguridad Social. Régimen general y regímenes especiales.
- Determinación de las principales obligaciones de empresarios y trabajadores en materia de Seguridad Social: afiliación, altas, bajas y cotización.
- La acción protectora de la Seguridad Social. Principales contingencias y prestaciones.
- Concepto y situaciones protegibles por desempleo. Duración y cálculo de prestaciones.
- Internet como fuente de recursos en materia de Seguridad Social.

Evaluación de riesgos profesionales:

- La cultura preventiva en la empresa.
- Trabajo y salud. Valoración de la relación entre trabajo y salud: los riesgos profesionales. Análisis de factores de riesgo:
 - Análisis de riesgos ligados a las condiciones de seguridad.
 - Análisis de riesgos ligados a las condiciones ambientales.
 - Análisis de riesgos ligados a las condiciones ergonómicas y psico-sociales. Carga de trabajo, fatiga e insatisfacción laboral.
 - Condiciones de trabajo y riesgos específicos en el sector del marketing y la publicidad.
- La evaluación de riesgos en la empresa como elemento básico de la actividad preventiva.
- Determinación de los posibles daños a la salud del trabajador que pueden derivarse de las situaciones de riesgos detectadas.
- Accidentes de trabajo y enfermedades profesionales. Otras patologías derivadas del trabajo.
- La siniestralidad laboral en España y en la Región de Murcia.
- Marco normativo básico en materia de prevención de riesgos laborales. Ley de

Prevención de Riesgos Laborales y principales reglamentos de desarrollo. Planificación de la prevención de riesgos en la empresa:

- Derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.
- Organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.
- Gestión de la prevención en la empresa. Modalidades de organización preventiva.
- Documentación de la prevención en la empresa.
 - El Plan de prevención de riesgos laborales.
 - La evaluación de riesgos.
 - Planificación de la prevención en la empresa.
 - Notificación y registro de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales.
 - Principales índices estadísticos de siniestralidad.



- El control de la salud de los trabajadores.
- La gestión de la prevención en una PYME relacionada con una empresa del sector.
- Planes de emergencia y de evacuación en entornos de trabajo.
- Elaboración de un plan de emergencia en una empresa del sector.
- Representación de los trabajadores en materia preventiva.
- Responsabilidades en materia de prevención de riesgos laborales.

Aplicación de medidas de prevención y protección en la empresa:

- Determinación de las medidas de prevención y protección individual y colectiva. Señalización de seguridad.
- Protocolo de actuación ante una situación de emergencia. Simulacros
- Primeros auxilios: principios básicos de actuación.

Estos contenidos se dividirán en las siguientes unidades de trabajo:

UNIDADES DE TRABAJO	Total Horas
0.- Introducción 1.- El Derecho del Trabajo 2.- El contrato de trabajo y las modalidades de contratación 3.- La jornada laboral y su retribución 4.- El recibo de salarios. La nómina 5.- Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo 6.- El sistema de la Seguridad Social 7.- Participación de los trabajadores en la empresa 8.- La organización del trabajo y los entornos emergentes 9.- La salud laboral 10.-La gestión de la prevención en la empresa 11.-Los riesgos laborales derivados de las condiciones ambientales 12.-Los riesgos laborales derivados de las condiciones de seguridad, ergonómicas y psicosociales 13.-Medidas de prevención y protección. El plan de autoprotección 14.-Los primeros auxilios en la empresa 15.-Búsqueda activa de empleo 16.-Selección de personal 17.-Equipos de trabajo 18.-Los conflictos en la empresa	90



Temporalización general

Los contenidos del módulo, divididos en Unidades de Trabajo, tendrán la siguiente temporalidad:

Primera evaluación:

- 0.- Introducción
- 1.- El Derecho del Trabajo
- 2.- El contrato de trabajo y las modalidades de contratación
- 3.- La jornada laboral y su retribución
- 4.- El recibo de salarios. La nómina
- 5.- Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo
- 6.- El sistema de la Seguridad Social

Segunda evaluación:

- 7.- Participación de los trabajadores en la empresa
- 8.- La organización del trabajo y los entornos emergentes
- 9.- La salud laboral
- 10.-La gestión de la prevención en la empresa
- 11.-Los riesgos laborales derivados de las condiciones ambientales
- 12.-Los riesgos laborales derivados de las condiciones de seguridad, ergonómicas y psicosociales

Tercera evaluación:

- 13.-Medidas de prevención y protección. El plan de autoprotección
- 14.-Los primeros auxilios en la empresa
- 15.-Búsqueda activa de empleo
- 16.-Selección de personal
- 17.-Equipos de trabajo
- 18.-Los conflictos en la empresa

Los procedimientos de evaluación del aprendizaje de los alumnos en los distintos supuestos: proceso ordinario, extraordinario y sin evaluación continua

Podemos definir evaluación como: Recogida sistemática de información sobre el **proceso de enseñanza y aprendizaje** que permita, tras su análisis, adaptarlo a las necesidades del alumnado y la mejora del propio proceso.



Los criterios de evaluación para el módulo, están expuestos anteriormente.

Desde una perspectiva práctica, la evaluación debe ser:

- **Individualizada**, centrándose en las particularidades de cada alumno y en su evolución.
- **Integradora**, para lo cual tiene en cuenta las características del grupo a la hora de seleccionar los criterios de evaluación.
- **Cualitativa**, ya que además de los aspectos cognitivos, se evalúan de forma equilibrada los diversos niveles de desarrollo del alumno.
- **Orientadora**, dado que aporta al alumnado la información precisa para mejorar su aprendizaje y adquirir estrategias apropiadas.
- **Continua**, entendiendo el aprendizaje como un proceso continuo, contrastando los diversos momentos o fases

Es de gran importancia la realización de trabajos y actividades individuales, tanto escritos como orales, y la resolución de ejercicios y cuestionarios con el fin de conocer y evaluar el grado de comprensión con que van adquiriendo individualmente los conocimientos. De este modo se podrán poner de manifiesto las deficiencias o errores en la comprensión de los conceptos y procesos.

La evaluación de los aprendizajes del alumnado con necesidades educativas especiales que pudieran cursar este nivel educativo, se realizará tomando como referencia los criterios de evaluación propuestos que, en todo caso, asegurarán un nivel suficiente y necesario de consecución de las capacidades correspondientes imprescindibles para conseguir la titulación.

Evaluación ordinaria de Junio

Los procedimientos a través de los cuales se realizarán las evaluaciones del alumnado serán las siguientes:

- a) Realización de tareas y trabajos durante el curso, en el que se evalúe el “saber hacer” atendiendo a los objetivos y resultados de aprendizaje observados para este módulo. Estos trabajos deberán ser presentados por el alumno en los plazos establecidos. Estos trabajos se realizarán de forma individual o en grupo, según se establezca. No obstante, en los trabajos presentados en grupo se observará el grado de participación de los alumnos. La realización y presentación de ejercicios y/o trabajos, se evaluará mediante la observación directa en clase. Aquellos trabajos realizados fuera del aula se evaluarán a su presentación dentro del plazo establecido.
- b) Pruebas objetivas de control teórico-prácticas. Estas serán de realizadas de forma personal e individual, que conduzcan a una profundización en la evaluación y calificación del alumno. Estas pruebas serán fundamentalmente conducentes a evaluar el “saber hacer” sobre las competencias profesionales y personales y sociales

establecidas para este ciclo formativo. Las pruebas objetivas teórico-prácticas, de las que se realizarán al menos una al trimestre, consistirán en la realización de controles escritos u orales en función de los contenidos impartidos.

Otros procedimientos de evaluación

Los ciclos formativos tienen un carácter eminentemente práctico tal como se indica en su desarrollo prevaleciendo “el saber hacer”, y la obligatoriedad de asistencia a los mismos conducente a la obtención de este fin, por ello, para aquellos casos que por faltas reiteradas del alumno no sea posible la aplicación del procedimiento general establecido en el punto anterior, se aplicará otros procedimientos de evaluación alternativos en función de los siguientes supuestos que se puedan dar en la evaluación:

- Pérdida de la evaluación continua.
- Incorporación por matriculación posterior al periodo ordinario.

A) Pérdida de evaluación continua

Atendiendo a lo establecido en el B.O.R.M. nº 142 del 22 de junio de 2006, según orden de 1 de junio de 2006 de la Consejería de Educación y cultura, la falta de asistencia a clase de modo reiterado puede provocar la imposibilidad de la aplicación correcta de los criterios de evaluación y la propia evaluación continua. El porcentaje de faltas de asistencia, justificadas e injustificadas, que origina la imposibilidad de la evaluación continua se establece en el 30% del total de horas lectivas de la materia o módulo.

El alumno que se vea implicado en esta situación se someterá a una evaluación extraordinaria, convenientemente programada.

Para los alumnos cuyas faltas de asistencia estén debidamente justificadas o cuya incorporación al centro se produzca una vez iniciado el curso, los departamentos elaborarán un programa de recuperación de contenidos, así como la adaptación de la evaluación a las circunstancias especiales del alumno.

Procedimientos derivados de la pérdida de la evaluación continua

Aquellos alumnos/as que hayan perdido la evaluación continua tendrán derecho a realizar una prueba objetiva teórico-práctica de carácter global a la finalización del curso, conducente a evaluar los resultados de aprendizaje y los criterios de evaluación establecidos para este módulo.

Criterios derivados de la pérdida de la evaluación continua

- Prueba teórico práctica que será calificada de 1 a 10 puntos.
- Entrega de las prácticas realizadas a lo largo del curso.

B) Alumnos que se incorporen una vez comenzado el curso. Procedimientos.

Todos aquellos alumnos/as que se incorporen después de comenzado el curso y cuando la demora de incorporación así lo aconseje, tendrán derecho a un solo control que permita su incorporación al proceso de evaluación continua. Caso de no superar este control, se le elaborará un plan de recuperación de la parte impartida hasta su incorporación, a fin de que

realice una serie de ejercicios propuestos, paralelamente a las actividades normales del curso, de forma que faciliten su incorporación al proceso normal de evaluación continua, y se repetirá el control (caso de no haberlo superado con anterioridad).

Cuando se trate de alumnos/as incorporados como consecuencia de un traslado de “matricula viva”, se atenderá al informe proporcionado por el centro de origen, respetando en tal caso las materias superadas en dicho centro, aunque se podrá someter a un control para averiguar el grado de conocimientos que posee de dichas materias.

Criterios de evaluación de Junio

Con arreglo al sistema de evaluación continua propuesto, se establece el siguiente método de calificación:

- Las tareas y ejercicios prácticos y/o trabajos realizados por el alumno a lo largo del curso, serán calificados con un máximo de un punto y medio siempre atendiendo a lo establecido en la programación didáctica de este módulo (en este apartado quedan recogidos los 0.5 puntos de la actitud y participación en clase).
- Trabajos realizados fuera del aula tendrán una puntuación máxima de un punto y medio. En esta asignatura se realizará un trabajo consistente en la creación y puesta en marcha de una empresa. En él se incluirán los aspectos esenciales desarrollados en cada una unidad de trabajo a lo largo del curso.
- Las pruebas individuales conducentes a una evaluación del alumno de sus Resultados de Aprendizaje, tendrán una puntuación máxima de siete puntos, completando entre ambos procedimientos los diez puntos establecidos en estos criterios de evaluación.

La expresión de la calificación final en modalidad continua tendrá en cuenta la siguiente distribución porcentual:

- | | |
|-------------------------------------------------------------------|-----|
| ● Pruebas objetivas teórico-prácticas | 70% |
| ● Realización de trabajos fuera del aula | 15% |
| ● Realización y presentación de ejercicios prácticos y/o trabajos | 10% |
| ● Actitud y participación en clase | 5% |

La calificación del módulo será POSITIVA siempre que no existan Unidades de trabajo pendientes de recuperación. Por ello será requisito imprescindible obtener al menos 5 puntos en el conjunto de las pruebas teóricas y en el conjunto de las prácticas para poder aprobar cada una de las tres evaluaciones de manera continua.

Las calificaciones se formularán en cifras de 1 a 10, considerándose positivas las calificaciones iguales o superiores a cinco puntos y negativas las restantes.

Al considerar el correcto comportamiento del alumno en clase un aspecto fundamental para el buen funcionamiento del aula así como una aptitud de suma importancia en el trabajo diario de una empresa, se aplicará (por acuerdo del claustro de profesores) penalizar de forma individualizada la conducta negativa de los alumnos. El sistema consistirá en apuntar un negativo al alumno cuyo comportamiento no sea el adecuado a juicio del profesor, de



modo que, cada tres negativos acumulados, se restará un punto de la nota final de cada una de las evaluaciones del curso. Cada vez que se penalice al alumno se le transmitirá a éste las causas.

Al ser evaluación continua, el profesor realizará pruebas teórico-prácticas (exámenes) cada dos o tres unidades de trabajo, dependiendo de la dificultad y extensión del contenido. Aquellos alumnos que superen dichas pruebas eliminarán la materia de las unidades correspondientes. En caso de que los alumnos no alcancen la nota mínima en las pruebas teórico-prácticas y no puedan aprobar en el sistema de evaluación continua deberán recuperar la materia suspensa mediante examen teórico-práctico al final de cada una de las evaluaciones. En caso de suspender la evaluación final de junio, los alumnos podrán acceder a la convocatoria de septiembre para recuperar la materia pendiente.

La nota final del módulo en evaluación continua se obtendrá del cálculo de la nota media de las dos evaluaciones y de la evaluación final. Será necesaria la obtención de un aprobado (calificación de 5 o superior) en cada evaluación y, en todo caso, en la evaluación final para poder aprobar el módulo.

Evaluación ordinaria de Septiembre

Se establece el siguiente método de calificación:

- Las tareas y ejercicios prácticos y/o trabajos realizados por el alumno a lo largo del periodo vacacional, serán calificados con un **máximo de tres puntos** siempre atendiendo a lo establecido en la programación didáctica de este módulo.
- Las pruebas individuales realizadas en conducentes a una evaluación del alumno de sus Resultados de Aprendizaje, tendrán una puntuación **máxima de siete puntos**, completando entre ambos procedimientos los diez puntos establecidos en estos criterios de evaluación.

Los criterios de calificación se aplicarán según los siguientes procedimientos de evaluación:

- Pruebas objetivas teórico-prácticas 70%
- Realización y presentación de ejercicios prácticos y/o trabajos 30%

La calificación del módulo será POSITIVA siempre que no existan Unidades de trabajo pendientes de recuperación. Para ello será requisito imprescindible obtener al menos 5 puntos.

Las calificaciones se formularán en cifras de 1 a 10, considerándose positivas las calificaciones iguales o superiores a cinco puntos y negativas las restantes.



Bibliografía

Básica:

García, C.; Gago, M.L.; Ruiz, E.; López, S. (2014). Formación y orientación laboral. Avanzado. Madrid: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA DE ESPAÑA.

Webs recomendadas

Recomendaciones para el estudio

Actitud abierta a la reflexión y al diálogo constructor de nuevo conocimiento.

Materiales y recursos

A los alumnos/as se les facilitará todo tipo de material de apoyo para la correcta interpretación de los temas a impartir, incluyéndose entre los mismos: Fotocopias de libros, de textos legales, guías, fotocopias de casos prácticos, de recortes de prensa, etc.

Los alumnos/as deberán aportar al aula y panel informativo, recortes de prensa relativos a los bloques que componen la programación y documentos que en su entorno profesional y familiar pudieran tener sobre temas a trabajar.

Revistas de diversos temas monográficos de interés para la asignatura: Boletines Informativos de Instituciones, Organismos Oficiales, etc.

Tutorías

En las tutorías de la asignatura se perseguirán los siguientes objetivos:

- Responder las dudas al alumno, que no hayan quedado resueltas en el aula.
- Proceder al acompañamiento del alumnado en su proceso de enseñanza-aprendizaje.

Para realizar una tutoría el alumno sólo debe comunicarlo al profesor para concretar una o venir en horario de tutoría.

Tutoría personal:

Es una ayuda que te ofrece el Instituto Superior de Formación Profesional. Consiste en poner a tu disposición una persona, un tutor, dedicada a acompañarte en toda tu etapa matriculado en el Ciclo Formativo. Tu tutor forma parte del claustro de profesores. Con tu tutor tendrás una serie de entrevistas personales concertadas cada cierto tiempo. Estas entrevistas no son obligatorias. Son un derecho que tú tienes, no un deber. Sólo tendrán lugar si tú quieres.

