

Programación didáctica

Módulo	Inglés (0156)
Ciclo	Ciclo Medio
Curso	Primero
Familia	Actividades Comerciales
Profesor/a	M^a Pilar Santa Cruz Bellet
Curso	2024/25



IES Huerta Alta



Unión Europea

Fondo Social Europeo
"El FSE invierte en tu futuro"



Índice:

1.- Introducción.

2.- Objetivos .

3.- Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos.

4.- Metodología.

5.- La evaluación, medios y criterios de calificación.

6.- Medidas para el alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo.

7.- Transversalidad.

8.- Materiales y recursos didácticos.

9.- Actividades complementarias y extraescolares.

10- Aportación del módulo al proyecto intermodular

1.- Introducción

Perfil del alumnado

El alumnado procede del mismo Alhaurín de la Torre y zonas colindantes, enclavado el IES en la Urbanización Fuensanguinea, el municipio limita con Málaga, Cártama, Torremolinos, Mijas, Benalmádena y Alhaurín el Grande.

Sobre el rendimiento académico del alumnado en los ciclos, el alumnado suele dedicar tiempo estudio muy dispar, por ello es importante tener en cuenta los resultados de las evaluaciones iniciales que llevaremos a cabo a principio de curso.

La implicación de las familias y el entorno y su efecto positivo o negativo en la repercusión académica de los alumnos/as no es muy notable para los ciclos de grado medio y prácticamente inexistente para los alumnos de grado superior debido a las edades avanzadas de estos alumnos, no obstante se mantiene tutoría con los mayores de edad y con los tutores legales de los menores de edad durante todo el curso para intentar incentivarlo.

La convivencia en el centro para los ciclos formativos es ejemplar, salvo algún caso atípico los grupos cohesionan bien y el clima es muy bueno.

El centro tiene diversidad de edades y perfiles de alumnado y está muy bien organizado en este aspecto, al ser solo los ciclos destinados al horario de tarde con exclusividad este aspecto de heterogeneidad no influye al normal desarrollo de la convivencia.

Los alumnos/as del ciclo proceden de este mismo centro educativo tras cursar bachillerato, de otros centros de Alhaurín de la Torre, Alhaurín el Grande, Málaga, Fuengirola y Marbella. También existen alumnos/as que han accedido tras cursar el grado medio de Actividades comerciales.

Contexto socio-cultural

La población de Alhaurín de la Torre la componen 45.531 habitantes, los sexos son bastante equiparados 21.153 hombres y 21.378 mujeres, siendo la edad media 39,8 años de manera que no es un núcleo urbano excesivamente envejecido, propio de una ciudad dormitorio a solo unos 16 km de la capital malagueña.

Alhaurín de la Torre es uno de los municipios con más rápido crecimiento de la Costa del Sol, gracias en gran medida a su cercanía a Málaga y a la carretera costera A7 / N-340, así como al entusiasmo de sus habitantes por modernizar su municipio. Se trata de un área progresista que ha aprovechado plenamente las oportunidades comerciales que se le han presentado y que son vitales para el desarrollo profesional de los ciclos de actividades comerciales y marketing y publicidad de nueva implantación en el centro.

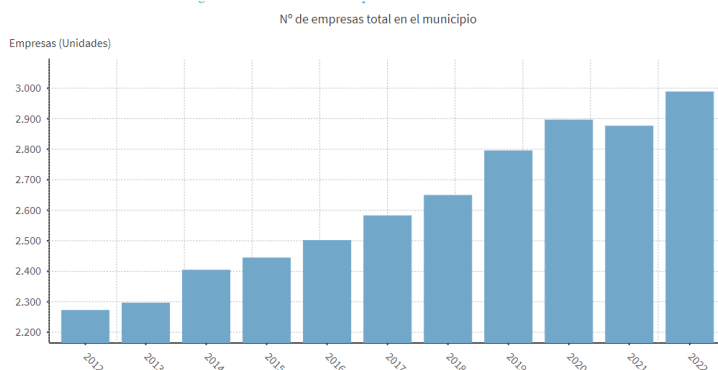
Con respecto a las comunicaciones Alhaurín de la Torre es accesible de las siguientes maneras: por el desvío de la N-340 Málaga-Cádiz: la A-404 dirección a Coín, a través de la autovía Campanillas-Parque Tecnológico sentido Cártama: salida a Churriana. y a través de la hiperronda de Málaga (MA-30), inaugurada en noviembre de 2011 que parte desde el Enlace de las Virreinas a Torremolinos y que conecta con la circunvalación del municipio.

Con respecto al mercado de trabajo el desempleo es de 2.137 mujeres frente a 1.160 hombres, no siendo uno de los municipios dónde existe mayor desigualdad de género en este aspecto. La tasa de paro de un 14 % se sitúa por debajo del 18 % de la capital, no obstante es la quinta con mayor tasa dentro de los municipios de más de 40.000 habitantes de la provincia.

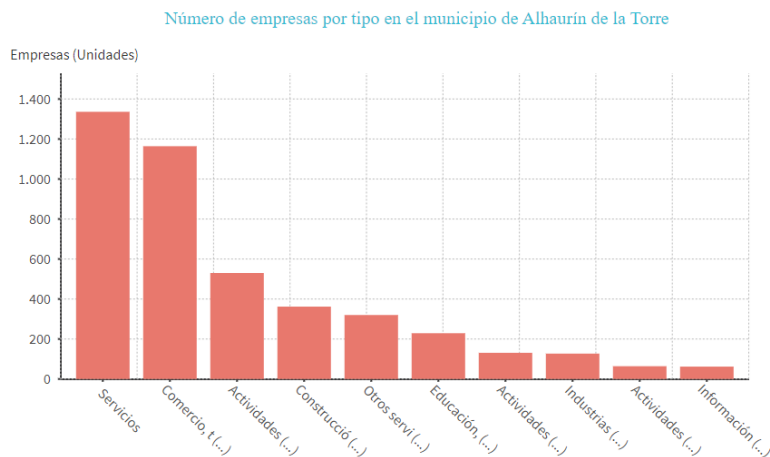
La renta bruta media del municipio ha experimentado crecimientos constantes en los últimos años de manera paralela al crecimiento de la población, siendo la mayor de la comarca del Guadalhorce.

El nivel educativo refleja bajo analafabetismo solo 390 personas según el IAE, y siendo el mayor porcentaje el de personas que tienen la enseñanza secundaria o bachillerato, no existiendo gran número de licenciados (si muchos más diplomados) equiparando las cifras de licenciados a los titulados como técnicos y técnicos superiores de formación profesional.

El número de empresas totales en el municipio ha presentado un ascenso progresivo en los últimos años rozando las 3.000 como puede observarse en el siguiente gráfico (INE).



Del total de empresas de la zona la gran mayoría se dedica a actividades relacionadas con el comercio y los servicios, siendo un dato positivo de cara a la inserción laboral de nuestros ciclos. Además se prevé la apertura en un año de un centro comercial en la localidad que desencadenará centenares de puestos de trabajo de la rama de comercio y marketing



NORMATIVA:

1. Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional
2. Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional.
3. Orden EFD/659/2024, de 25 de junio, por la que se determina el currículo y se regulan determinados aspectos organizativos para los ciclos formativos de grado superior en el ámbito de gestión del Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes
4. Orden EFD/657/2024, de 25 de junio, por la que se determina el currículo y se regulan determinados aspectos organizativos para los ciclos formativos de grado medio en el ámbito de gestión del Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes.
5. Resolución de 26 de junio de 2024, de la Dirección General de Formación Profesional, por la que se dictan Instrucciones para regular aspectos relativos a la organización y al funcionamiento del curso 2024/2025 en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
6. Real Decreto 499/2024, de 21 de mayo, por el que se modifican determinados reales decretos por los que se establecen títulos de Formación Profesional de grado medio y se fijan sus enseñanzas mínimas.
7. Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación
8. 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.
9. Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía.
10. ORDEN de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
11. Real Decreto 39/1997, de 17 de enero por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención.
12. Orden de 28 julio 2015, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Formación profesional de grado medio Actividades Comerciales.
13. Decreto 327/2010, de 13 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria.

2.- Objetivos

1. La presente Orden tiene por objeto desarrollar el currículo de las enseñanzas conducentes al título de Técnico en Actividades Comerciales, de conformidad con 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.
2. Las normas contenidas en la presente disposición serán de aplicación en todos los centros docentes de la Comunidad Autónoma de Andalucía que impartan las enseñanzas del Ciclo Formativo de Grado Medio de actividades comerciales.

La formación del módulo ayudará a alcanzar los siguientes **objetivos generales del título**, enunciados en el Anexo I de la Orden de 28 de julio 2015.

Organización de las enseñanzas.

Las enseñanzas conducentes a la obtención del título de Técnico en Actividades Comerciales conforman un ciclo formativo de grado medio y, de conformidad con lo previsto en el artículo 12.1 del Decreto 436/2008, de 2 de septiembre, están constituidas por los objetivos generales y los módulos profesionales.

Artículo 3. Objetivos generales.

De conformidad con lo establecido en el artículo 9 del Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas, **los objetivos generales de las enseñanzas** correspondientes al mismo son:

- a) Recabar las iniciativas emprendedoras y buscar las oportunidades de creación de pequeños negocios comerciales al por menor, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos para realizar proyectos de viabilidad de implantación por cuenta propia de negocios comerciales al por menor.
- b) Delimitar las características y cuantía de los recursos económicos necesarios, atendiendo a las características de la tienda y de los productos ofertados para la puesta en marcha de un pequeño negocio al por menor.
- c) Analizar operaciones de compraventa y de cobro y pago, utilizando medios convencionales o electrónicos para administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial.
- d) Comparar y evaluar pedidos de clientes a través de los diferentes canales de comercialización, atendiendo y satisfaciendo sus necesidades de productos y/o servicios, para realizar la venta de productos y/o servicios.
- e) Identificar los procesos de seguimiento y post venta, atendiendo y resolviendo, las reclamaciones presentadas por los clientes, para realizar la venta de productos y/o servicios.
- f) Reconocer las tareas de recepción, ubicación y expedición de mercancías en el almacén, asignando medios materiales y humanos, controlando los stocks de mercancías y aplicando la normativa vigente en materia de seguridad e higiene, para organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías.
- g) Acopiar y procesar datos de previsiones de demanda y compras a proveedores, utilizando tecnologías de la información y comunicación para garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio.

- h) Identificar y elegir los mejores proveedores y/o suministradores, negociando las ofertas y condiciones de suministro para realizar las compras necesarias que mantengan el nivel de servicio establecido en función de la demanda de los clientes o consumidores.
- i) Crear imagen de tienda, combinando los elementos exteriores e interiores del establecimiento comercial con criterios comerciales, para realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios.
- j) Analizar las políticas de venta y fidelización de clientes, organizando la exposición y promoción del surtido, para realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios.
- k) Seleccionar datos e introducirlos en la página web de la empresa, realizando su mantenimiento y buscando un buen posicionamiento, la facilidad de uso y la máxima persuasión para realizar acciones de comercio electrónico.
- l) Fomentar las interrelaciones con otros usuarios de la red, utilizando estrategias de marketing digital en las redes sociales, para realizar acciones de comercio electrónico.
- m) Reconocer las características de los programas informáticos utilizados habitualmente en el sector comercial, confeccionando documentos y materiales informáticos para realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial.
- n) Identificar el mercado y el entorno de la empresa comercial, obteniendo y organizando la información de los agentes que intervienen en el proceso comercial y aplicando políticas de marketing apropiadas para ejecutar las acciones de marketing definidas por la organización comercial en el plan de marketing.
- ñ) Seleccionar acciones de información al cliente, asesorándolo con diligencia y cortesía y gestionando en su caso las quejas y reclamaciones presentadas, para ejecutar los planes de atención al cliente.
- o) Determinar las características diferenciadoras de cada subsector comercial, ofertando los productos y/o servicios mediante técnicas de marketing apropiadas para realizar ventas especializadas de productos y/o servicios.
- p) Identificar expresiones y reglas de comunicación en inglés, tanto de palabra como por escrito, para gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores.
- q) Analizar y utilizar los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación para aprender y actualizar sus conocimientos, reconociendo las posibilidades de mejora profesional y personal, para adaptarse a diferentes situaciones profesionales y laborales.
- r) Desarrollar trabajos en equipo y valorar su organización, participando con tolerancia y respeto, y tomar decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía.
- s) Adoptar y valorar soluciones creativas ante problemas y contingencias que se presentan en el desarrollo de los procesos de trabajo, para resolver de forma responsable las incidencias de su actividad.
- t) Aplicar técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a su finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia del proceso.
- u) Analizar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional, relacionándolos con las causas que los producen, a fin de fundamentar las medidas preventivas que se van a adoptar, y aplicar los protocolos correspondientes para evitar daños en uno mismo, en las demás personas, en el entorno y en el medio ambiente.
- v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todos».
- w) Aplicar y analizar las técnicas necesarias para mejorar los procedimientos de calidad del trabajo en el proceso de aprendizaje y del sector productivo de referencia.
- x) 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.
- y) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.

3.- Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos. INGLÉS

1. Reconoce información profesional y cotidiana contenida en discursos orales emitidos en lengua estándar, analizando el contenido global del mensaje y relacionándolo con los recursos lingüísticos correspondientes.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha situado el mensaje en su contexto.
- b) Se ha identificado la idea principal del mensaje.
- c) Se ha reconocido la finalidad del mensaje directo, telefónico o por otro medio auditivo.
- d) Se ha extraído información específica en mensajes relacionados con aspectos cotidianos de la vida profesional y cotidiana.
- e) Se han secuenciado los elementos constituyentes del mensaje.
- f) Se han identificado las ideas principales de un discurso sobre temas conocidos, transmitidos por los medios de comunicación y emitidos en lengua estándar y articuladas con claridad.
- g) Se han reconocido las instrucciones orales y se han seguido las indicaciones.
- h) Se ha tomado conciencia de la importancia de comprender globalmente un mensaje, sin entender todos y cada uno de los elementos del mismo.

2. Interpreta información profesional contenida en textos escritos sencillos, analizando de forma comprensiva sus contenidos.

Criterios de evaluación:

- a) Se han seleccionado los materiales de consulta y diccionarios técnicos.
- b) Se han leído de forma comprensiva textos claros en lengua estándar.
- c) Se ha interpretado el contenido global del mensaje.
- d) Se ha relacionado el texto con el ámbito del sector a que se refiere.
- e) Se ha identificado la terminología utilizada.
- f) Se han realizado traducciones de textos en lengua estándar utilizando material de apoyo en caso necesario.
- g) Se ha interpretado el mensaje recibido a través de soportes telemáticos: e-mail, fax, entre otros.

3. Emite mensajes orales claros estructurados, participando como agente activo en conversaciones profesionales.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los registros utilizados para la emisión del mensaje.
- b) Se ha comunicado utilizando fórmulas, nexos de unión y estrategias de interacción.
- c) Se han utilizado normas de protocolo en presentaciones.
- d) Se han descrito hechos breves e imprevistos relacionados con su profesión.
- e) Se ha utilizado correctamente la terminología de la profesión.
- f) Se han expresado sentimientos, ideas u opiniones.
- g) Se han enumerado las actividades de la tarea profesional.
- h) Se ha descrito y secuenciado un proceso de trabajo de su competencia.

- i) Se ha justificado la aceptación o no de propuestas realizadas.
- j) Se ha argumentado la elección de una determinada opción o procedimiento de trabajo elegido.
- k) Se ha solicitado la reformulación del discurso o parte del mismo cuando se ha considerado necesario.

4. Elabora textos sencillos relacionando reglas gramaticales con el propósito de los mismos.

Criterios de evaluación:

- a) Se han redactado textos breves relacionados con aspectos cotidianos y/ o profesionales.
- b) Se ha organizado la información de manera coherente y cohesionada.
- c) Se han realizado resúmenes de textos relacionados con su entorno profesional.
- d) Se ha cumplimentado documentación específica de su campo profesional.
- e) Se han aplicado las fórmulas establecidas y el vocabulario específico en la cumplimentación de documentos.
- f) Se han resumido las ideas principales de informaciones dadas, utilizando sus propios recursos lingüísticos.
- g) Se han utilizado las fórmulas de cortesía propias del documento a elaborar.

5. Aplica actitudes y comportamientos profesionales en situaciones de comunicación, describiendo las relaciones típicas características del país de la lengua extranjera.

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido los rasgos más significativos de las costumbres y usos de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.
- b) Se han descrito los protocolos y normas de relación social propios del país.
- c) Se han identificado los valores y creencias propios de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.
- d) Se han identificado los aspectos socio-profesionales propios del sector, en cualquier tipo de texto.
- e) Se han aplicado los protocolos y normas de relación social propios del país de la lengua extranjera.

Duración: 160 horas.

Contenidos básicos:

- Comprensión de mensajes orales profesionales y cotidianos:
- Mensajes directos, telefónicos, radiofónicos, grabados.
- Terminología específica del área profesional.
- Ideas principales y secundarias.
- Recursos gramaticales. Tiempos verbales, preposiciones, locuciones, expresión de la condición y duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos preposicionales, verbos modales y otros.
- Otros recursos lingüísticos. Gustos y preferencias, sugerencias, argumentaciones, instrucciones acuerdos y desacuerdos, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia.
- Diferentes acentos de lengua oral.
- Identificación de registros con mayor o menor grado de formalidad en función de la intención comunicativa y del contexto de comunicación. □
- Utilización de estrategias para comprender e inferir significados por el contexto de palabras, expresiones desconocidas e información implícita en textos orales sobre temas profesionales.
- Interpretación de mensajes escritos:
- Predicción de información a partir de elementos textuales y no textuales en textos escritos sobre temas diversos.
- Recursos digitales, informáticos y bibliográficos, para solucionar problemas de comprensión o para buscar información específica necesaria para la realización de una tarea.

- Comprensión de mensajes, textos, artículos básicos profesionales y cotidianos.
- Soportes telemáticos. fax, e-mail, burofax.
- Terminología específica del área profesional. Análisis de los errores más frecuentes.
- Ideas principales y secundarias. Identificación del propósito comunicativo, de los elementos textuales y de la forma de organizar la información distinguiendo las partes del texto.
- Recursos gramaticales. Tiempos verbales, preposiciones, verbos preposicionales, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales y otros.
- Relaciones lógicas. Oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad y resultado.
- Relaciones temporales. Anterioridad, posterioridad y simultaneidad.
- Producción de mensajes orales:
- Registros utilizados en la emisión de mensajes orales según el grado de formalidad.
- Terminología específica del área profesional.
- Recursos gramaticales. Tiempos verbales, preposiciones, verbos preposicionales, locuciones, expresión de la condición y duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales y otros.
- Otros recursos lingüísticos. Gustos y preferencias, sugerencias, argumentaciones, instrucciones... acuerdos y desacuerdos, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia.
- Fonética. Sonidos y fonemas vocálicos y sus combinaciones y sonidos y fonemas consonánticos y sus agrupaciones.
- Marcadores lingüísticos de relaciones sociales, normas de cortesía y diferencias de registro.
- Mantenimiento y seguimiento del discurso oral.
- Conversaciones informales improvisadas sobre temas cotidianos y de su ámbito profesional.
- Participación. Opiniones personales. Intercambio de información de interés personal.
- Recursos utilizados en la planificación elemental del mensaje oral para facilitar la comunicación.
- Secuenciación del discurso oral.
- Toma, mantenimiento y cesión del turno de palabra.
- Apoyo, demostración de entendimiento, petición de aclaración, entre otros.
- Entonación como recurso de cohesión del texto oral: uso de los patrones de entonación.
- Emisión de textos escritos:
- Elaboración de un texto. Planificación. Uso de las estrategias necesarias. Ideas, párrafos cohesionados y revisión de borradores.
- Expresión y cumplimentación de mensajes y textos profesionales y cotidianos.
- Currículo vitae y soportes telemáticos. Fax, e-mail, burofax, entre otros.
- Terminología específica del área profesional.
- Ideas principales y secundarias. Propósito comunicativo de los elementos textuales y de la forma de organizar la información distinguiendo las partes del texto.
- Recursos gramaticales. Tiempos verbales, preposiciones, verbos preposicionales, verbos modales, locuciones, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto. Nexos: «because of», «since», «although», «even if», «in spite of», «despite», «however», «in contrast» y otros.
- Secuenciación del discurso escrito, «first», «after», «then», «finally».
- Derivación. Sufijos para formar adjetivos y sustantivos.
- Relaciones lógicas. Oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado y consecuencia.
- Relaciones temporales. Anterioridad, posterioridad, simultaneidad.
- Coherencia textual.
- Adecuación del texto al contexto comunicativo.
- Tipo y formato de texto.
- Variedad de lengua. Registro.

- Selección léxica, de estructuras sintácticas y de contenido relevante. - Inicio del discurso e introducción del tema. Desarrollo y expansión. Ejemplificación. Conclusión y/o resumen del discurso.
- Uso de los signos de puntuación.
- Escritura, en soporte papel y digital, de descripciones de experiencias profesionales y acontecimientos, narración de hechos reales o imaginados, correspondencia, informes, resúmenes, noticias o instrucciones, con claridad, lenguaje sencillo y suficiente adecuación gramatical y léxica.
- Elementos gráficos para facilitar la comprensión. Ilustraciones, tablas, gráficos o tipografía, en soporte papel y digital.
- Identificación e interpretación de los elementos culturales más significativos de los países de lengua extranjera (inglesa):
- Valoración de las normas socioculturales y protocolarias en las relaciones internacionales.
- Uso de los recursos formales y funcionales en situaciones que requieren un comportamiento socio profesional con el fin de proyectar una buena imagen de la empresa.
- Reconocimiento de la lengua extranjera para profundizar en conocimientos que resulten de interés a lo largo de la vida personal y profesional.
- Uso de registros adecuados según el contexto de la comunicación, el interlocutor y la intención de los interlocutores.
- Interés por la buena presentación de los textos escritos tanto en soporte papel como digital, con respeto a las normas gramaticales, ortográficas y tipográficas.

Temporalización de los Resultados de Aprendizaje.

RESULTADO DE APRENDIZAJE	1T	2T	3T
1. Reconoce información profesional y cotidiana contenida en discursos orales emitidos en lengua estándar, analizando el contenido global del mensaje y relacionándolo con los recursos lingüísticos correspondientes.	X		
2. Interpreta información profesional contenida en textos escritos sencillos, analizando de forma comprensiva sus contenidos.	X	X	
3. Emite mensajes orales claros estructurados, participando como agente activo en conversaciones profesionales.	X	X	
4. Elabora textos sencillos relacionando reglas gramaticales con el propósito de los mismos.	X	X (antes prácticas)	
5. Aplica actitudes y comportamientos profesionales en situaciones de comunicación, describiendo las relaciones típicas características del país de la lengua extranjera.	X	X (después prácticas)	

4.- Metodología.

Orientaciones pedagógicas:

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para que el alumnado adquiriera las competencias que le permitan comunicarse en inglés en el desarrollo de las actividades profesionales propias del nivel formativo de este técnico en este sector.

Se trata de un módulo eminentemente procedimental en el que se desarrolla la competencia comunicativa en inglés necesaria en el entorno profesional, tanto a nivel oral como a nivel escrito.

La competencia comunicativa en inglés tiene que ver tanto con las relaciones interpersonales como con el manejo de la documentación propia del sector.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

p) Identificar expresiones y reglas de comunicación en inglés, tanto de palabra como por escrito, para gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores.

r) Desarrollar trabajos en equipo y valorar su organización, participando con tolerancia y respeto, y tomar decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía.

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

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:

l) Gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores, realizando el seguimiento de las operaciones, para asegurar el nivel de servicio prestado.

m) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.

n) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.

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

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

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

- La utilización de la lengua inglesa tanto a nivel oral como a nivel escrito, en todo el desarrollo de este módulo.
- La introducción del vocabulario inglés correspondiente a la terminología específica del sector.
- La selección y ejecución de estrategias didácticas que incorporen el uso del idioma inglés en actividades propias del sector profesional.
- La utilización de las técnicas de comunicación para potenciar el trabajo en equipo.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Utilización de la lengua inglesa como medio de comunicación aplicado a actividades comerciales.

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

- Creación de un ambiente inmersivo donde el Inglés esté presente de manera natural y atractiva.
- Utilizar recursos auténticos, como correos electrónicos empresariales, presentaciones corporativas, informes o estudios de caso en Inglés.
- Crear situaciones donde los estudiantes deban interactuar en Inglés como si estuvieran en su puesto de negocio, como: negociaciones con proveedores, llamadas telefónicas o reuniones de equipo.
- Fomentar debates y discusiones sobre temas empresariales como marketing, estrategias de ventas o recursos humanos
- Aprender a cómo escribir correos electrónicos formales y profesionales usando un tono adecuado y vocabulario pertinente.
- Introducir y practicar el vocabulario específico relacionado con el campo empresarial en que se encuentren los estudiantes.
- Fomentar la interacción intercultural y el uso del inglés en contextos globalizados.

Se establecerán **estrategias didácticas** de tipo expositivo y de investigación. Para establecerlas, es útil conocer los tipos de aprendizaje según el autor David. P. Ausubel:

- Receptivo. Por explicación del profesor, material impreso, medios audiovisuales.
- Por descubrimiento. Descubre el material por sí mismo: guiado por el profesor en principio y después de manera autónoma.
- Memorístico de conceptos clave en los que después aplicar la práctica.
- Significativo. Relaciona los conceptos nuevos con los poseídos, con la experiencia y modifica esquemas conceptuales. Como el estudio del surtido y su posterior aplicación al lineal o el control de las acciones promocionales una vez entendidas esta

Métodos didácticos:

Aplicación combinada de los siguientes métodos didácticos para el desarrollo de las sesiones formativas:

- **Método constructivista del aprendizaje**, de forma que el alumnado sea partícipe del proceso y partiendo de sus conocimientos previos, la investigación personal y/o profesional, el contacto con la realidad de su entorno y las experiencias del grupo clase, puedan plantearse cuestiones de investigación centrándose en el interés del alumnado y que estos se conviertan en participantes totalmente activos de su propia formación. ¿Cómo lo haremos? Gracias a la evaluación inicial del curso y la valoración al final de la unidad de lo que van aprendiendo los alumnos por parte del profesor, poniendo de manifiesto los conocimientos y experiencias previas de los alumnos gracias a la puesta en común mediante actividades, casos prácticos introductorios, vídeos o documentales. Posteriormente se llevarán a cabo tareas de investigación relacionadas con los aspectos que se hayan puesto de manifiesto en la puesta en común, siendo mi labor como profesor orientarlos hacia aquellos aspectos necesarios para la

adquisición de las competencias. Durante todas las sesiones el alumnado podrá realizar aportaciones que sirvan para enriquecer el desarrollo de estas y que servirán para profundizar en la unidad, en aspectos concretos de la misma o en su aplicación en el ámbito profesional específico o del entorno. Por ello siempre se hará referencia a los aspectos que ya conocen o hayan trabajado. El objetivo es que el proceso de aprendizaje tenga significado para los alumnos y en todo momento sientan que lo que aprenden les sirve realmente en el entorno donde quieren desarrollarse profesionalmente (aprendizaje significativo).

- **Método de trabajo en grupo**, donde el aprendizaje colaborativo está presente en todo momento. Este método cobra mucha importancia en este módulo donde el alumnado tiene que aprender a dirigir y a formar parte de un grupo de marketing en el ámbito comercial. ¿Cómo lo haremos? Por medio de trabajos con grupos permanentes y esporádicos de carácter heterogéneo, fomentando la interacción entre profesor-alumnos, entre alumnos del mismo grupo, pero también entre alumnos de otros cursos y ciclos, así como con el resto de la comunidad educativa. Para ello se le facilitará herramientas para poder llevar a cabo sus objetivos de forma óptima y favoreciendo las habilidades sociales y emocionales.

Se destaca la configuración de entre grupos heterogéneos de manera que los alumnos puedan aprender unos de otros, fomentando la tutorización entre iguales o la tutorización entre expertos en el caso de que encontremos alumnos especialmente hábiles o conocedores de ciertas disciplinas, tal y como puede ocurrir en un entorno de trabajo real.

Buena parte de los métodos de trabajo serán en grupo, sin embargo, también se trabajará de manera individual en base a poder reconocer el esfuerzo y aprendizaje individual.

- **Método expositivo**, en el que por medio de presentaciones y explicaciones se pueda ayudar al alumnado al inicio de cada acto didáctico sobre los objetivos a alcanzar, conjuntamente con los contenidos específicos a tratar. Igualmente, este método me permitirá resumir y reforzar los puntos esenciales de cada módulo, unidad didáctica o contenidos tratados en el día a día. Muy útil también la resolución de dudas.

Este método expositivo siempre irá acompañado de pequeños ejercicios prácticos que ayuden y hagan participar al alumno, evitando la comunicación unidireccional y que la sesión sea sólo teórica.

Tipos de actividades

Actividades de enseñanza:

Se basan en captar la atención del alumnado en todo momento, explicando los contenidos acercándose a su entorno. Igualmente, y para conseguir autonomía en el desarrollo de sus funciones, se plantean actividades en las que tienen que realizar búsquedas o investigación para encontrar la solución a determinados casos expuestos. La puesta en común de todas las acciones que llevemos a cabo será vital.

Actividades de aprendizaje:

- Actividades de **inicio** como casos prácticos, dinámicas, debates, búsquedas, artículos o lluvias de ideas, vídeos, gamificación...

- Actividades de **desarrollo**: como las demostrativas (docencia directa o visita de expertos), las de investigación y aplicación (actividades de clase, casos prácticos, problemas, retos, trabajos prácticos)
- Actividades de **síntesis** como resúmenes y esquemas, en algunas ocasiones los casos recopilatorios de algunos RA constituyen en sí una actividad de síntesis, así como de relación entre los contenidos de cada RA. El propio plan de marketing que desarrollen en sí constituye un ejercicio de síntesis global del módulo.
- Actividades **digitales**; Incorporando el uso de las TAC (tecnología aplicada al aprendizaje y el conocimiento), con la utilización de dispositivos digitales (PC). Nuestro alumnado deberá dominar perfectamente las estrategias de búsqueda de información en la red, tanto a lo largo del curso para su aprendizaje como una vez finalizado el curso en su vida laboral, ya que están en contacto directo y continuo con las nuevas tecnologías, principalmente con Internet y su uso en dispositivos, además la mayoría de las actividades evaluables serán seguidas a través de la plataforma **Classroom** del centro. Estas actividades pueden ser de inicio, desarrollo, síntesis, refuerzo o ampliación.
- Actividades de **refuerzo y ampliación**. Las actividades de refuerzo estarán centradas en aquellas capacidades que el alumnado no haya podido conseguir. Las actividades de ampliación estarán enfocadas al alumnado que ha ido adquiriendo las capacidades necesarias durante la unidad y al que se le encomienda la investigación, profundización o resolución de tareas que lograrán enriquecer su conocimiento.
- Actividades **en empresa**: al tener el módulo un carácter DUAL, en la empresa se realizarán actividades en el entorno real de trabajo, serán evaluadas por los tutores del centro de trabajo y tendrán que ser superadas como cualquier otra que se establezca en el resto del módulo.

Para alcanzar los objetivos y competencias se desarrollarán las siguientes unidades:

UNIDAD	HORAS	TRIMESTRE	RA Y CEs
UD 1. EVALUACIÓN DE LAS OPORTUNIDADES DE MERCADO DE UNA EMPRESA	30 horas	PRIMER TRIMESTRE	1. a, b, c, d, e, f
UD 2 POLÍTICA DE PRODUCTO	40 horas	PRIMER TRIMESTRE	2. a, b, c, d, e, f, g,h
UD3. POLÍTICA DE PRECIOS	40 horas	PRIMER TRIMESTRE	3. a, b, c, d, e, f g,h
UD 4. POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN	32 horas	SEGUNDO TRIMESTRE	4. a, b, c, d, e, f, g, h
UD 5.POLÍTICA DE COMUNICACIÓN	32 horas	SEGUNDO TRIMESTRE	5. a, b, c, d, e, f, g, h

UD6. ELABORACIÓN DE BRIEFINGS	20 horas Duales	SEGUNDO TRIMESTRE	6. a, b, c, d, e
UD7. PLAN DE MARKETING	42 horas	TERCER TRIMESTRE	7. a, b, c, d, e, f, g
UD8. SEGUIMIENTO DEL PLAN DE MARKETING	20 horas	TERCER TRIMESTRE	8. a, b, c, d, e, f, g
TOTAL HORAS	256 horas		

Planteamiento metodológico y actividades.

Como se ha expuesto anteriormente la programación se ha organizado en 8 unidades didácticas. La duración de cada una de ellas será flexible y estará en función del grado de complejidad de los contenidos y del ritmo de aprendizaje del grupo.

La temporalización de las actividades programadas en cada unidad didáctica variará en función del tipo de actividad, agrupamiento de los alumnos y alumnas y de los recursos utilizados teniendo en cuenta que será necesario adaptar la actividad al tiempo disponible, como es el caso de alguna actividad especial; y si existe alguna salida fuera del centro, actividad que habrá que programar con tiempo.

En cualquier caso, independientemente del número de sesiones de cada unidad de trabajo, el orden metodológico general (salvo para la unidad dual que se desarrolla en empresa) seguir será el siguiente:

1. **Introducción** al tema en clase sobre los conceptos, la estructura y procedimientos fundamentales de la unidad didáctica.
2. **Exploración inicial** para determinar qué grado de conocimiento tienen sobre lo que se tratará en la nueva unidad, verificando los conocimientos a través de cuestionarios, debates, gamificaciones.
3. **Desarrollo** de los contenidos. Es deseable que los contenidos sean fáciles de seguir por el alumno, que estén fuertemente estructurados y escritos con un lenguaje sencillo pero preciso. Las palabras y conceptos clave de la unidad didáctica deben señalarse, explicarse y definirse. Al terminar la explicación de cada epígrafe, o aspecto destacado de la unidad didáctica, se debería potenciar la asimilación de conocimientos mediante la realización de ejercicios y actividades prácticas. La explicación del profesor se realizará de forma presencial.
4. Realización de **casos prácticos, simulaciones y actividades** sobre los temas objeto de estudio, lo más cercanos a la realidad, con un grado creciente de dificultad. Se realizarán tareas tanto en clase como en casa y se subirán a la plataforma Classroom para su evaluación. Los casos prácticos de tipo recopilatorio siempre incluyen un debate con el grupo completo y en ocasiones la

presentación al resto de compañeros, a veces cuando el interés didáctico lo requiera.

5. Realización de **trabajos de investigación**, valorando la capacidad de trabajo en equipo y la exposición de resultados en público, así como ser capaces de obtener información relevante y saber utilizarla para diseñar cambios o mejoras en un entorno de trabajo de empresa.

6. **Recuperación, refuerzo y ampliación.** A lo largo de la unidad o después de las mismas para reforzar/ ampliar conocimientos.

5.- La evaluación, medios y criterios de calificación.

Dentro del marco legal de la ORDEN de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía. Se evaluará cada uno de los siguientes resultados de aprendizaje mediante las evidencias descritas en las siguientes tablas:

NOTA: el apartado “Evidencia” puede sufrir modificaciones por el carácter flexible de la programación, según vayan planteándose el curso para adaptarnos al grupo de clase.

NOTA: En el apartado “Evidencia” las entregas se refieren a casos prácticos individuales o grupales, trabajos de exposición o trabajos de investigación, las pruebas son teórica-prácticas y de carácter individual.

Resultado de Aprendizaje 1 Reconoce información profesional y cotidiana contenida en discursos orales emitidos en lengua estándar, analizando el contenido global del mensaje y relacionándolo con los recursos lingüísticos correspondientes.		
Criterios de evaluación	Instrumentos de evaluación	
1.a) Se ha situado el mensaje en su contexto.	Actividades de audición comprensiva a través de todo tipo de medios electrónicos, digitales o persona a persona. Actividades de participación en encuentros verbales con compañeros o profesor. Prueba oral individual cada dos unidades (Listening test).	
1.b) Se ha identificado la idea principal del mensaje.		
1.c) Se ha reconocido la finalidad del mensaje directo,		

telefónico o por otro medio auditivo.		
1.d) Se ha extraído información específica en mensajes relacionados con aspectos cotidianos de la vida profesional y cotidiana.		
1.e) Se han secuenciado los elementos constituyentes del mensaje.		
1.f) Se han identificado las ideas principales de un discurso sobre temas conocidos, transmitidos por los medios de comunicación y emitidos en lengua estándar y articuladas con claridad.		
1.g) Se han reconocido las instrucciones orales y se han seguido las indicaciones.		
1.h) Se ha tomado conciencia de la importancia de comprender globalmente un mensaje, sin entender todos y cada uno de los elementos del mismo.		
Contenidos del RA 1: – Comprensión de mensajes profesionales y cotidianos: • Mensajes directos, telefónicos, radiofónicos, grabados. • Terminología específica del área profesional del comercio. • Ideas principales y secundarias. • Recursos gramaticales: Tiempos verbales, preposiciones, locuciones, expresión de la condición y duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos preposicionales, verbos modales y otros. • Otros recursos lingüísticos. Funciones: gustos y preferencias, sugerencias, argumentaciones, instrucciones acuerdos y desacuerdos, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia. • Diferentes acentos de lengua oral. • Identificación de registros con mayor o menor grado de formalidad en función de la intención comunicativa y del contexto de comunicación. • Utilización de estrategias para comprender e inferir significados por el contexto de palabras, expresiones desconocidas e información implícita en textos orales sobre temas profesionales.		

Resultado de Aprendizaje 2 Interpreta información profesional contenida en textos escritos sencillos, analizando de forma comprensiva sus contenidos.	
Criterios de evaluación	Instrumentos de evaluación
2.a) Se han seleccionado los materiales de consulta y diccionarios técnicos.	Actividades de lectura comprensiva intensiva o extensiva a través de todo tipo de medios (electrónicos, digitales o papel).
2.b) Se han leído de forma comprensiva textos claros en lengua estándar.	
2.c) Se ha interpretado el contenido global del mensaje.	

2.d) Se ha relacionado el texto con el ámbito del sector a que se refiere.	
2.e) Se ha identificado la terminología utilizada.	
2.f) Se han realizado traducciones de textos en lengua estándar utilizando material de apoyo en caso necesario.	
2.g) Se ha interpretado el mensaje recibido a través de soportes telemáticos: e-mail, fax, entre otros.	
Contenidos del RA 2 – Predicción de información a partir de elementos textuales y no textuales en textos escritos sobre temas diversos. – Recursos digitales, informáticos y bibliográficos, para solucionar problemas de comprensión o para buscar información específica necesaria para la realización de una tarea. – Comprensión de mensajes, textos, artículos básicos profesionales y cotidianos. • Soportes telemáticos: fax, e-mail, burofax. • Terminología específica del área profesional del comercio. Análisis de los errores más frecuentes. • Idea principal e ideas secundarias: identificación del propósito comunicativo, de los elementos textuales y de la forma de organizar la información distinguiendo las partes del texto. • Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, verbos preposicionales, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales y otros. – Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado. – Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.	

Resultado de Aprendizaje 3 Emite mensajes orales claros estructurados, participando como agente activo en conversaciones profesionales.	
Criterios de evaluación	Instrumentos de evaluación
3.a) Se han identificado los registros utilizados para la emisión del mensaje.	Actividades comunicativas ya sea utilizando medio de comunicación (teléfono, videoconferencia, video) o roleplay.
3.b) Se ha comunicado utilizando fórmulas, nexos de unión y estrategias de interacción.	
3.c) Se han utilizado normas de protocolo en presentaciones.	
3.d) Se han descrito hechos breves e imprevistos relacionados con su profesión.	Actividades de participación en encuentros verbales con compañeros o profesor.
3.e) Se ha utilizado correctamente la terminología de la profesión.	
3.f) Se han expresado sentimientos, ideas u opiniones.	
3.g) Se han enumerado las actividades de la tarea profesional.	
3.h) Se ha descrito y secuenciado un proceso de trabajo de su competencia.	
3.i) Se ha justificado la aceptación o no de propuestas realizadas.	

3.j) Se ha argumentado la elección de una determinada opción o procedimiento de trabajo elegido.	
3.k) Se ha solicitado la reformulación del discurso o parte del mismo cuando se ha considerado.	
Contenidos del RA 3: – Registros utilizados en la emisión de mensajes orales según el grado de formalidad. – Terminología específica del área profesional del comercio. – Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, verbos preposicionales, locuciones, expresión de la condición y duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales y otros. – Otros recursos lingüísticos. Finalidad: gustos y preferencias, sugerencias, argumentaciones, instrucciones, acuerdos y desacuerdos, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia. – Fonética. Sonidos y fonemas vocálicos y sus combinaciones y sonidos y fonemas consonánticos y sus agrupaciones. – Marcadores lingüísticos de relaciones sociales, normas de cortesía y diferencias de registro. – Mantenimiento y seguimiento del discurso oral: • Conversaciones informales improvisadas sobre temas cotidianos y de su ámbito profesional. Participación. Opiniones personales. Intercambio de información de interés personal. • Recursos utilizados en la planificación elemental del mensaje oral para facilitar la comunicación. Secuenciación del discurso oral. • Toma, mantenimiento y cesión del turno de palabra. • Apoyo, demostración de entendimiento, petición de aclaración, entre otros. • Entonación como recurso de cohesión del texto oral: uso de los patrones de entonación.	

Resultado de Aprendizaje 4 Elabora textos sencillos relacionando reglas gramaticales con el propósito de los mismos.	
Criterios de evaluación	Instrumentos de evaluación
4.a) Se han redactado textos breves relacionados con aspectos cotidianos y/ o profesionales.	Redacción de documentos escritos tales como informes, correspondencia, correos electrónicos, actas de reuniones, órdenes de ventas, currículums, etc. Prueba cada dos unidades (Writing test).
4.b) Se ha organizado la información de manera coherente y cohesionada.	
4.c) Se han realizado resúmenes de textos relacionados con su entorno profesional.	
4.d) Se ha cumplimentado documentación específica de su campo profesional.	
4.e) Se han aplicado las fórmulas establecidas y el vocabulario específico en la cumplimentación de documentos.	
4.f) Se han resumido las ideas principales de informaciones dadas, utilizando sus propios recursos lingüísticos.	

4.g) Se han utilizado las fórmulas de cortesía propias del documento a elaborar.

Contenidos del RA 4:

- Elaboración de un texto. Planificación. Uso de las estrategias necesarias: ideas, párrafos cohesionados y revisión de borradores.
- Expresión y cumplimentación de mensajes y textos profesionales y cotidianos.
- Currículo vitae y soportes telemáticos: fax, e-mail, burofax.
- Terminología específica del área profesional del comercio.
- Idea principal e ideas secundarias. Propósito comunicativo de los elementos textuales y de la forma de organizar la información distinguiendo las partes del texto.
- Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, verbos preposicionales, verbos modales, locuciones, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto. Nexos: «because of, «since», «although», «even if», «in spite of», «despite», «however», in contrast» y otros.
- Secuenciación del discurso escrito: «first», «after», «then,» “finally».
- Derivación: sufijos para formar adjetivos y sustantivos.
- Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado, consecuencia.
- Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.
- Coherencia textual:
- Adecuación del texto al contexto comunicativo.
- Tipo y formato de texto.
- Variedad de lengua. Registro.
- Selección léxica, de estructuras sintácticas y de contenido relevante.
- Inicio del discurso e introducción del tema. Desarrollo y expansión.
- Ejemplificación.
- Conclusión y/ o resumen del discurso.
- Uso de los signos de puntuación.
- Escritura, en soporte papel y digital, de descripciones de experiencias profesionales y acontecimientos, narración de hechos reales o imaginados, correspondencia, informes, resúmenes, noticias o instrucciones, con claridad, lenguaje sencillo y suficiente adecuación gramatical y léxica.
- Elementos gráficos para facilitar la comprensión: ilustraciones, tablas, gráficos o tipografía y en soporte papel y digital.

Resultado de Aprendizaje 5

Aplica actitudes y comportamientos profesionales en situaciones de comunicación, describiendo las relaciones típicas y características del país de la lengua extranjera.

Criterios de evaluación	Instrumentos de evaluación
5.a) Se han definido los rasgos más significativos de las costumbres y usos de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.	Este resultado de aprendizaje es transversal a todas las destrezas y a todas las actividades e instrumentos de evaluación. Observación diaria de su trabajo y comportamiento en clase.
5.b) Se han descrito los protocolos y normas de relación social propios del país.	
5.c) Se han identificado los valores y creencias propios de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.	
5.d) Se han identificado los aspectos socio-profesionales propios del sector, en cualquier tipo de texto.	
5.e) Se han aplicado los protocolos y normas de relación social propios del país de la lengua extranjera.	
Contenidos del RA 5: – Valoración de las normas socioculturales y protocolarias en las relaciones internacionales. – Uso de los recursos formales y funcionales en situaciones que requieren un comportamiento socioprofesional con el fin de proyectar una buena imagen de la empresa. – Reconocimiento de la lengua extranjera para profundizar en conocimientos que resulten de interés a lo largo de la vida personal y profesional. – Uso de registros adecuados según el contexto de la comunicación, el interlocutor y la intención de los interlocutores. – Interés por la buena presentación de los textos escritos tanto en soporte papel como digital, con respeto a las normas gramaticales, ortográficas y tipográficas.	

Ponderación de los resultados de aprendizaje.

Resultado de Aprendizaje	Ponderación
RA 1 (Listening)	20%
RA 2 (Reading)	20%
RA 3 (Speaking)	20%
RA 4 (Writing)	20%
RA 5 (Actitud)	20%

Ponderación de los resultados de cada trimestre.

Evaluación	Ponderación
Primera	20%
Segunda	30%
Tercera	50%

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.

Pérdida de la evaluación continua. Evaluación alternativa.

Hay tres evaluaciones a lo largo del curso, como se indica más arriba, y al final de cada una se realizará, al menos, un examen escrito. Sin embargo, será una evaluación continua y no solamente la calificación de los exámenes contará para la nota final de cada evaluación (véase la tabla anterior)

En los exámenes, se valorarán los conocimientos adquiridos en cuanto a vocabulario relacionado con la especialidad, estructuras gramaticales estudiadas, comprensión escrita y comprensión oral. En las actividades escritas y orales se valorará también la capacidad para redactar un texto y para comunicarse oralmente en inglés.

Igualmente, en la actitud, se valorará la asistencia regular a las clases y la actitud positiva frente al módulo en general y la participación regular en clase, se valorarán las intervenciones regulares y espontáneas en clase cuando se realicen o corrijan actividades de manera grupal, se formulen preguntas por parte del profesor/a y en cualquier otra situación en la que se requiera de la participación de los alumnos/as (individualmente, en parejas, pequeño grupo o gran grupo).

Para obtener una calificación de apto en cualquier examen han de alcanzarse 5 puntos sobre 10.

Los exámenes escritos que se realizarán contendrán actividades parecidas a las que se hacen en clase y se pedirá la redacción de textos del mismo estilo de los que se piden para clase. Además, se puede incluir como materia de examen cualquier contenido visto y trabajado en clase.

Además, habrá que poner en marcha estrategias para que el alumno realice autoevaluación y coevaluación de su aprendizaje.

La nota final será el resultado del cálculo de los tres trimestres del curso según la ponderación apuntada más arriba.

Será condición indispensable para superar el módulo mediante evaluación continua, un mínimo de asistencia del 80% de las clases. De no ser así, 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. Este módulo tiene **160 horas**, por lo tanto se aplicará la **evaluación alternativa con 32 horas** de faltas de asistencia y se apercibirá con 16 horas (10%). Trimestralmente estos porcentajes se establecen en 11/11/10 faltas de asistencia.

Caso de que el alumno/a faltase a clase el 20% o más del total de horas lectivas del módulo en el periodo evaluado, se establece el siguiente sistema alternativo de evaluación:

El alumno realizará una prueba objetiva que supondrá el 100% de la nota correspondiente a dicho periodo. Esta prueba recogerá los distintos bloques de contenidos trabajados en el periodo correspondiente. El peso de cada uno de los bloques en la calificación de la prueba objetiva será el que se recoge con carácter general estipulados anteriormente.

El alumno/a en cuestión realizará la prueba en clase con su profesor/a en el día acordado en los periodos establecidos para ello.

Actividades de recuperación y mejora de los resultados obtenidos en la evaluación previa a la evaluación final FP.

La evaluación del proceso de Enseñanza – aprendizaje en la materia de inglés es un proceso continuo y progresivo, por lo tanto, los alumnos recuperarán las evaluaciones anteriores siguiendo las siguientes

normas:

Aquellos alumnos/as que no aprueben la Evaluación final FP a finales de mayo deberán asistir a clase durante el mes de junio para realizar la primera Evaluación final excepcional/extraordinaria durante dicho mes.

Con el objetivo de recuperar evaluaciones pendientes y de reflejar el carácter continuo del proceso evaluador, se incluirá en exámenes y pruebas, una serie de contenidos correspondientes a trimestres anteriores.

PROCESO DE EVALUACIÓN EN LOS CICLOS FORMATIVOS DE GRADO MEDIO Y SUPERIOR.

Todos los módulos de los ciclos formativos se rigen por la **ORDEN de 29 de septiembre de 2010**, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Los porcentajes que corresponden a cada criterio de evaluación en los que se basan los exámenes prácticos así como el resto de actividades formativas, se encuentran detallados en las programaciones de los distintos módulos, disponibles en la web del centro.

Este proceso de evaluación es válido para todos los módulos profesionales impartidos por el departamento de Comercio y Marketing.

Aspectos a tener en cuenta:

A) Para superar las pruebas teórico-prácticas:

1. Se necesitará obtener como mínimo una puntuación de **5 puntos, utilizando una evaluación criterial para aprobar cada una de ellas**

2. Si el alumno/a no asiste y presenta documentación justificativa **oficial** (máximo 3 días lectivos tras la falta), podrá realizar de nuevo esa prueba el día fijado para la recuperación de la correspondiente evaluación. Si no superase esta prueba, podría realizar la recuperación de la misma, que se realizaría antes de la celebración de la evaluación correspondiente.

3. Las pruebas teórico-prácticas tienen carácter individual y cualquier ayuda que pudiera tener el alumno/a, ya sea de un compañero/a o a través de algún instrumento de apoyo no permitido, supondrá la retirada de la prueba y su inmediata **anulación**, teniendo que realizarla en el periodo de recuperación de junio el alumnado de primer curso y antes de realizar la evaluación previa del módulo de formación en centros de trabajo, el alumnado de segundo curso.

4. Para superar el módulo se han de aprobar todas las pruebas teórico-prácticas.

5. Se abrirá un plazo de recuperación antes de cada evaluación cuando su calificación criterial sea menor de cinco y para los no presentados según tiempo y forma, y otro plazo de recuperación más adicional en el periodo de recuperación de junio en el caso de que aún no se hubieran superado algunas de las pruebas.

B) Para superar las entregas (actividades, proyectos...):

1. Para aprobar el módulo deberán estar presentados **TODAS** en tiempo y forma y tener una puntuación criterial mínima de 5 puntos en cada una de ellas.

2. Deben realizarse en clase o en el taller, dentro de la organización normal de las clases. También pueden ser realizadas por el alumnado en casa y colgadas en la plataforma Moodle /Classroom dentro del plazo y

forma indicadas.

3. En ningún caso, corresponde al profesor/a la tarea de recordar al alumnado que no haya presentado alguna de sus actividades, proyectos y entregas que proceda a subsanar dicha situación. Se considera que el alumnado, tiene la madurez personal y profesional suficiente como para ser conscientes de lo que no haya entregado puntualmente. El propio alumnado deberá llevar un sistema adecuado de control de esto, así como de las calificaciones obtenidas en las pruebas realizadas a lo largo del curso.

4. Se abrirá un plazo de recuperación antes de cada evaluación cuando su calificación criterial sea menor de cinco y para las no presentadas según tiempo y forma, y otro plazo de recuperación más adicional en el periodo de recuperación de junio en el caso de que aún no se hubieran superado algunas de las entregas.

C) Evaluación continua: de acuerdo con la **ORDEN de 29 de septiembre de 2010** en su artículo 2.2 la aplicación de la evaluación continua requiere la asistencia regular a clase y participación en las actividades programadas del ciclo formativo, aquellos alumnos/as que incumplan esto no podrán ser evaluados mediante dicha evaluación continua y tendrán que superar **TODAS las entregas, actividades, proyectos y pruebas teórico-prácticas** directamente en el periodo de recuperaciones de junio. Concretamente se ha establecido que más de un 20 % de faltas injustificadas del total de horas en un módulo supone la pérdida de la evaluación continua para dicha materia.

D) Evaluación de la formación DUAL: algunos de los resultados de aprendizaje y sus criterios de evaluación para cada uno de los módulos, se imparten/aprenden en las empresas dónde el alumnado realiza las prácticas, para evaluar estos resultados de aprendizaje se tomará en cuenta lo siguiente:

- Se realizará de forma criterial con las rúbricas que los profesores/as de este departamento entregarán a los centros de trabajo que devolverán al centro educativo marcando los grados de desempeño de los criterios de evaluación de los alumnos/as para dichos resultados de aprendizaje.
- El profesor responsable de cada módulo asignará una nota numérica criterial para los criterios de evaluación de dicho resultado de aprendizaje en base a lo marcado por el centro de trabajo para cada alumno.
- Para poder realizar la formación dual en empresa por parte de un alumno/a, este tiene que haber superado el resultado de aprendizaje sobre prevención de riesgos laborales impartido en el primer trimestre del módulo Itinerario Personal para la Empleabilidad I.
- Los resultados de aprendizaje en empresa de cada módulo han de ser superados como cualquier otro para poder aprobar cada uno de los módulos profesionales.
- En base a la Orden EFD/657/2024 y Orden EFD/659/2024 de 25 de junio, por la que se determina el currículo y se regulan determinados aspectos organizativos para los ciclos formativos de grado medio/superior en el ámbito de gestión del Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes, el equipo docente podrá adoptar la decisión de que un o una estudiante no se incorpore al periodo de formación en empresa u organismo equiparado durante el primer curso, cuando la trayectoria del o de la estudiante sea incompatible con el aprovechamiento del periodo de formación en empresa. En tal circunstancia, dicho alumnado desarrollará el primer curso completo en el centro educativo y realizará, durante dicho periodo, actividades complementarias y/o de refuerzo de los resultados de aprendizaje no vinculados a la empresa. Será evaluado por el profesorado responsable de cada módulo y cuya calificación será provisional hasta tanto no desarrolle el periodo en 2º curso, con los resultados de aprendizaje de 1º y 2º curso.
- Concretamente la rúbrica para evaluar este módulo por la empresa es la siguiente:

Item	CEV	% RA	EXCELENTE	MUY BIEN	ACEPTABLE	MEJORABLE	MUY MEJORABLE
Comprende mensajes orales con claridad.	a b f g	30%					
Comprende un texto escrito	a b c d e	10%					
Sabe comunicar mensajes adecuadamente	a b c d	30%					
Escribe textos sencillos	a b e f	10%					
Utiliza adecuadamente la lengua aplicando valores de forma respetuosa.	a b c e	20%					

Nota Competencias Personales y Sociales

La participación activa y positiva en clase, colaboración y participación en entregas grupales o la entrega de trabajos en tiempo y forma pueden ser evaluados de manera conjunta con los criterios de evaluación de cada uno de los resultados de aprendizaje por el profesor, se trabajan y evalúan en consonancia a estos criterios.

Nota para entregas con exposición

En el caso de entregas de tareas con exposición bien sean grupales o individuales, los alumnos que no expongan en el día y horas indicadas (salvo justificación documentada) no superan estas y tendrán que realizar de nuevo la entrega (nuevo trabajo también en el caso de trabajo entregado pero no expuesto) y también exponerlo/a en el periodo indicado por el profesor para recuperar las entregas suspensas.

Los alumnos que justifiquen esta y entregan en tiempo y forma el trabajo, tendrán la posibilidad de cerrar con el profesor un día y hora para realizar la exposición y si es superada no van con dicha entrega a recuperaciones.

Nota coevaluación de actividades grupales

En las actividades grupales, si algún miembro del grupo lo solicita los alumnos reflejarán el trabajo que ha realizado cada uno y su porcentaje de implicación mediante un documento firmado de acuerdo por todos los integrantes del grupo, estos aspectos repercutirán en la nota del trabajo de manera individual para cada alumno/a de manera que se garantice la participación de todos los integrantes del grupo de trabajo.

Nota entregas plan de marketing y otros proyectos

Al ser un trabajo por proyectos en los que tras la entrega de una fase los alumnos/as deben corregir sus fallos para poder avanzar a la siguiente fase, la no entrega de dos entregas parciales del proyecto o la no corrección de los errores tras dos entregas corregidas por el profesor conlleva que ese proyecto va al periodo de recuperación de junio. En estos trabajos al ser continuos, un alumno/a tiene la opción de separarse del compañero/a en el caso de que su otro compañero/s no rindan (siempre tiene que quedar constancia en varios documentos de coevaluación de entregas previas firmadas por todos los miembros del grupo) y depende del avance que lleven los proyectos el profesor decidirá si continúa solo o con otro grupo en las siguientes entregas del mismo.

Periodo entre la 3ª evaluación parcial y la evaluación final

Este periodo que está regulado en la normativa vigente será dedicado prioritariamente a la adquisición de aprendizajes no adquiridos por parte del alumnado con evaluación negativa. Si fuera necesario el profesor planteará actividades de síntesis con el fin de garantizar que el alumnado que no ha superado todos los RAs pueda hacerlo ahora y el poco tiempo disponible en este periodo no sea un inconveniente.

En este periodo el alumno debe realizar aquellas pruebas, proyectos, actividades y prácticas que no hayan superado, no alcanzando sus competencias profesionales, personales y/o sociales previstas ni consiguiendo por tanto los objetivos del módulo.

Una vez realizada la propuesta de nota final del módulo, los alumnos que hayan superado el módulo y que deseen mejorar su nota final, deberán realizar la petición en el plazo estimado y deberán realizar aquellas prácticas, pruebas o actividades en las que haya obtenido más baja puntuación y que le serán indicadas (un máximo de 6 evidencias), para decidir cuáles se hacen mantendrán una reunión previa con el profesor.

6.- Medidas de atención al alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo.

Aquellos alumnos que presenten problemas de aprendizaje o algún tipo de deficiencia se les garantizará el acceso a las pruebas de evaluación, proporcionándoles materiales específicos que les facilite la comprensión de los contenidos y realización de prácticas.

Las actividades estarán diseñadas para atender a todo el alumnado, si se detectara cualquier necesidad educativa se dará respuesta de inmediato según el protocolo n.e.a.e. (necesidades específicas de apoyo educativo). Así, nuestra actuación se centrará básicamente en:

- ❖ Atención a la diversidad de ritmos, aptitudes, intereses, expectativas y motivaciones del alumnado. Para dar respuesta a los distintos ritmos de aprendizaje, aptitudes, intereses, expectativas y motivaciones del alumnado al que hemos hecho referencia anteriormente y con los que nos encontramos inevitablemente en todos los cursos, estableceré dos tipos de actividades concretas, unas serán de refuerzo y otras de ampliación:
 - Si se aprecia la existencia de alumnos con un ritmo más acelerado de aprendizaje, se les propondrá **actividades de ampliación**, que generalmente consistirán en la realización de alguna investigación referente a los contenidos que se estén trabajando para motivarlos y que se impliquen en su proceso de enseñanza-aprendizaje.
 - Si se aprecia alumnos con posibles dificultades de aprendizaje (ritmo más lento) o con problemas de motivación o falta de interés, se les propondrá la realización de **actividades de refuerzo**, que los introduzca en los contenidos de la materia y les ayude a seguir el ritmo de la clase con menor dificultad, así como la selección de actividades y el desarrollo de una metodología motivadora y que despierte su interés.
- ❖ Atención a alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo. Se contemplan las siguientes medidas de atención a la diversidad para atender a este alumnado que lo necesite cuando se detecte la necesidad:
 - Situarlo en primera fila o un lugar dónde pueda tener un compañero de apoyo, a no ser que el alumno progrese bien en el sitio dónde se encuentre.
 - Actividades muy pautadas con instrucciones claras y concisas.

- Supervisión constante: Si la tarea es muy larga fragmentarla. Para facilitar su implicación en las tareas incrementar el número de veces que se supervisa su trabajo. Apoyo en las explicaciones y más atención en su consecución de los estándares.
- Actividades variadas con diferente nivel de dificultad con intención de desarrollarlas con el alumnado en clase. Para aquellos alumnos/as que no tienen problemas en realizar las actividades básicas propuestas para todos/as, se pueden diseñar actividades más complejas (actividades de ampliación), y, por otra parte, para aquellos/as que se ha detectado que tienen problemas para la consecución de las actividades básicas, se plantea otras más sencillas que presentan menor nivel de dificultad (actividades de refuerzo).
- Flexibilidad en los tiempos asignados a las actividades en función de las dificultades encontradas por el alumnado.
- Se podrán crear si se ve conveniente, grupos de cooperación en el que los/as alumnos/as más aventajados orientarán y ayudarán a aquellos/as compañeros/as que necesiten más tiempo y refuerzo en la ejecución de las tareas, cuando la profesora esté ocupada trabajando con el resto del grupo.

Para concluir, destacar que la planificación de esta programación y su puesta en práctica va a tener en cuenta la diversidad del alumnado y las consiguientes necesidades educativas con el fin de:

- Prevenir la aparición o evitar la consolidación de dificultades de aprendizaje.
- Facilitar el proceso de maduración y autonomía del alumnado.
- Fomentar actitudes de respeto a las diferencias individuales.

7.- Transversalidad.

Expresamente, en nuestra programación estableceremos los siguientes elementos transversales para el fomento y desarrollo de la educación en valores:

- Fomentar el emprendimiento y la innovación.
- La educación moral y cívica: fomentando actitudes de respeto hacia el compañero, otras culturas y tolerancia con otras ideas. Esto se llevará a cabo con actividades en grupo y debate.
- Las Tics.: la creciente importancia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, conocidas como TIC, que agrupan elementos y técnicas utilizadas en el tratamiento y transmisión de información, en general informática, Internet y telecomunicaciones, con búsqueda de definiciones para términos claves, así como el uso habitual de Moodle.
- Cultura andaluza: siempre que sea posible, con especial hincapié en datos de investigación la cultura empresarial andaluza.
- Libertades individuales (raza, sexo...) al tratarse de investigación podemos hacer llegar estudios sobre ello a los alumnos/as

Los anteriores elementos tendrán su concreción en los contenidos transversales establecidos a través de las unidades didácticas y cuyo fin será la búsqueda de la asimilación y el desarrollo de la educación en los valores seleccionados en nuestro alumnado.

8.- Materiales y recursos didácticos.

Se hace necesario tanto para el profesor como para el alumno disponer continuamente de un dispositivo informático adecuado para trabajar en la plataforma Classroom y realizar trabajos con implicación de TICS en el campo del Comercio y Marketing. En el centro existen ordenadores portátiles para poder trabajar

A modo de resumen podemos indicar los siguientes:

1. Cuaderno de clase online: los alumnos deberán reflejar en él todas las actividades que se realicen en clase y en casa, de forma ordenada y limpia, y subirlo en la plataforma Classroom en su correspondiente unidad.
2. Recursos impresos: complementarán el trabajo diario de clase. Algunos de estos materiales son: libros, prensa, catálogos, tickets, fotocopias. Podemos señalar los apuntes en PDF subidos a la plataforma como una guía para el trabajo diario de clase, sin perder de vista la base de la programación.
3. Encerado: la pizarra será un apoyo a las explicaciones del profesor y para las exposiciones de los alumnos, así como algunas correcciones de ejercicios. Podrá ser una aplicación del ordenador cuando haya videoconferencias.
4. Material audiovisual y visual: actualmente es un recurso importante por la motivación y el interés que suscita en el alumno, por lo que se intentará usar regularmente alguno de los siguientes materiales: fotografías, carteles, proyector/videoprojector, vídeos, programas televisivos, fragmentos de películas, emisiones radiofónicas.
5. Material informático: como parte fundamental de las Nuevas Tecnologías el alumno deberá manejar la herramienta de Internet para realizar diversas actividades de búsqueda de información. En general deberán usar el ordenador para trabajar en la plataforma Classroom, realizar búsquedas de información, actividades, trabajos, etc.

En este módulo además es relevante el uso de programas informáticos asociados al marketing.

9.- Actividades complementarias y extraescolares.

A lo largo del curso se intentarán adaptar todas las posibles, realizando las charlas de especialistas o de

organismos a través de videoconferencia.

No obstante, se llevarán a cabo diferentes visitas a empresas con el fin de observar en la práctica los contenidos vistos en el aula. Así mismo, se recibirán visitas de especialistas en el centro que impartirán charlas y talleres al alumnado relacionados con los contenidos del módulo.

En la siguiente tabla se recogen las planteadas a principio de curso:

Actividad	Temporización
Empresas/ Entidades dedicadas al marketing	Todo el curso
Charlas de especialistas del sector en clase	Todo el curso
Charlas en diferentes localizaciones relacionadas con la materia	Todo el curso
Charlas de temáticas transversales	Todo el curso
Charlas sobre Analítica Digital	Todo el curso
Días mundiales señalados	Todo el curso
Visita a departamentos de Comercio y Marketing de empresas	Todo el curso
Visita a agencias de publicidad y marketing	Todo el curso

10.- Aportación del módulo al proyecto intermodular

De vital importancia para el proyecto intermodular de segundo curso son los siguientes resultados de

aprendizaje:

- RA: 7 Elabora el plan de marketing, seleccionando la información de base del producto, precio, distribución y comunicación y relacionando entre sí las variables del marketing-mix
- RA: 8. Realiza el seguimiento y control de las políticas y acciones comerciales establecidas en el plan de marketing, evaluando su desarrollo y el grado de consecución de los objetivos previstos

El alumno en el proyecto deberá elaborar como eje principal del mismo un plan de marketing que engloba también al resto de conocimientos adquiridos por otros resultados de aprendizaje de otros módulos.

Programación didáctica

Módulo	Itinerario Personal para la Empleabilidad I (1709)
Ciclo	T.M. Actividades Comerciales
Curso	Primero
Familia	Comercio y marketing
Profesor/ a	Elia M^a Ramos Pérez
Curso	2024/25



IES Huerta Alta



Unión Europea

Fondo Social Europeo

"El FSE invierte en tu futuro"



Índice:

- 1.- Introducción.**
- 2.- Objetivos y Competencias.**
- 3.- Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos.**
- 4.- Metodología.**
- 5.- La evaluación, medios y criterios de calificación.**
- 6.- Medidas para el alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo.**
- 7.- Transversalidad.**
- 8.- Materiales y recursos didácticos.**
- 9.- Actividades complementarias y extraescolares.**
- 10- Aportación del módulo al proyecto intermodular**

1.- Introducción

Perfil del alumnado

El alumnado procede del mismo Alhaurín de la Torre y zonas colindantes, enclavado el IES en la Urbanización Fuensanguinea, el municipio limita con Málaga, Cártama, Torremolinos, Mijas, Benalmádena y Alhaurín el Grande.

Sobre el rendimiento académico del alumnado en los ciclos, el alumnado suele dedicar tiempo estudio muy dispar, por ello es importante tener en cuenta los resultados de las evaluaciones iniciales que llevaremos a cabo a principio de curso.

La implicación de las familias y el entorno y su efecto positivo o negativo en la repercusión académica de los alumnos/as no es muy notable para los ciclos de grado medio y prácticamente inexistente para los alumnos de grado superior debido a las edades avanzadas de estos alumnos, no obstante, se mantiene tutoría con los mayores de edad y con los tutores legales de los menores de edad durante todo el curso para intentar incentivarlo.

La convivencia en el centro para los ciclos formativos es ejemplar, salvo algún caso atípico los grupos cohesionan bien y el clima es muy bueno.

El centro tiene diversidad de edades y perfiles de alumnado y está muy bien organizado en este aspecto, al ser solo los ciclos destinados al horario de tarde con exclusividad este aspecto de heterogeneidad no influye al normal desarrollo de la convivencia.

Los alumnos/as del ciclo proceden de este mismo centro educativo tras cursar bachillerato, de otros centros de Alhaurín de la Torre, Alhaurín el Grande, Málaga, Fuengirola y Marbella. También existen alumnos/as que han accedido tras cursar el grado medio de Actividades comerciales.

Contexto socio-cultural

La población de Alhaurín de la Torre la componen 45.531 habitantes, los sexos son bastante equiparados 21.153 hombres y 21.378 mujeres, siendo la edad media 39,8 años de manera que no es un núcleo urbano excesivamente envejecido, propio de una ciudad dormitorio a solo unos 16 km de la capital malagueña.

Alhaurín de la Torre es uno de los municipios con más rápido crecimiento de la Costa del Sol, gracias en gran medida a su cercanía a Málaga y a la carretera costera A7 / N-340, así como al entusiasmo de sus habitantes por modernizar su municipio. Se trata de un área progresista que ha aprovechado plenamente las oportunidades comerciales que se le han presentado y que son vitales para el desarrollo profesional de los ciclos de actividades comerciales y marketing y publicidad de nueva implantación en el centro.

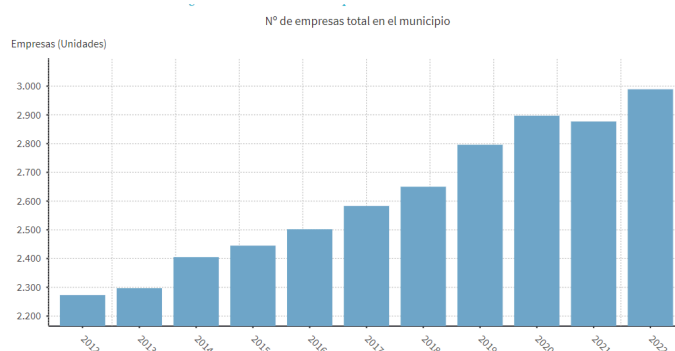
Con respecto a las comunicaciones Alhaurín de la Torre es accesible de las siguientes maneras: por el desvío de la N-340 Málaga-Cádiz: la A-404 dirección a Coín, a través de la autovía Campanillas-Parque Tecnológico sentido Cártama: salida a Churriana. y a través de la hiperronda de Málaga (MA-30), inaugurada en noviembre de 2011 que parte desde el Enlace de las Virreinas a Torremolinos y que conecta con la circunvalación del municipio.

Con respecto al mercado de trabajo el desempleo es de 2.137 mujeres frente a 1.160 hombres, no siendo uno de los municipios dónde existe mayor desigualdad de género en este aspecto. La tasa de paro de un 14 % se sitúa por debajo del 18 % de la capital, no obstante es la quinta con mayor tasa dentro de los municipios de más de 40.000 habitantes de la provincia.

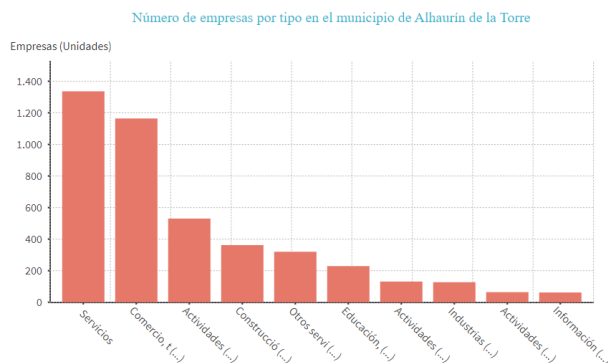
La renta bruta media del municipio ha experimentado crecimientos constantes en los últimos años de manera paralela al crecimiento de la población, siendo la mayor de la comarca del Guadalhorce.

El nivel educativo refleja bajo analafabetismo solo 390 personas según el IAE, y siendo el mayor porcentaje el de personas que tienen la enseñanza secundaria o bachillerato, no existiendo gran número de licenciados (si muchos más diplomados) equiparando las cifras de licenciados a los titulados como técnicos y técnicos superiores de formación profesional.

El número de empresas totales en el municipio ha presentado un ascenso progresivo en los últimos años rozando las 3.000 como puede observarse en el siguiente gráfico (INE).



Del total de empresas de la zona la gran mayoría se dedica a actividades relacionadas con el comercio y los servicios, siendo un dato positivo de cara a la inserción laboral de nuestros ciclos. Además, se prevé la apertura en un año de un centro comercial en la localidad que desencadenará centenares de puestos de trabajo de la rama de comercio y marketing.



NORMATIVA:

1. Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional
2. Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional.
3. Orden EFD/659/2024, de 25 de junio, por la que se determina el currículo y se regulan determinados aspectos organizativos para los ciclos formativos de grado superior en el ámbito de gestión del Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes
4. Orden EFD/657/2024, de 25 de junio, por la que se determina el currículo y se regulan determinados aspectos organizativos para los ciclos formativos de grado medio en el ámbito de gestión del Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes.
5. Resolución de 26 de junio de 2024, de la Dirección General de Formación Profesional, por la que se dictan Instrucciones para regular aspectos relativos a la organización y al funcionamiento del curso 2024/2025 en la Comunidad Autónoma de Andalucía
6. Real Decreto 499/2024, de 21 de mayo, por el que se modifican determinados reales decretos por los que se establecen títulos de Formación Profesional de grado medio y se fijan sus enseñanzas mínimas.
7. Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación
8. 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.
9. Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía.
10. ORDEN de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
11. Real Decreto 39/1997, de 17 de enero por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención.
12. Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas

13. Orden de 28 de julio de 2015, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales.
14. Decreto 327/2010, de 13 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria

2.- Objetivos y Competencias

La **competencia general de este título** consiste en desarrollar actividades de distribución y comercialización de bienes y/o servicios, y en gestionar un pequeño establecimiento comercial, aplicando las normas de calidad y seguridad establecidas y respetando la legislación vigente.

Unidades de competencia asociadas al módulo.

Itinerario Personal para la Empleabilidad no tiene unidades de competencia asociadas.

Competencias profesionales y para la empleabilidad.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las **competencias profesionales y para la empleabilidad** del título que se relacionan a continuación:

- l) 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.
- m) 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.
- n) 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.
- ñ) 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.

- o) 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.
- p) 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.
- r) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

Objetivos generales asociados al módulo.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los **objetivos generales de este ciclo** formativo que se relacionan a continuación:

- o) 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.
- p) 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.
- q) 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.
- r) Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo, para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo.
- s) 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.
- t) 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.
- u) Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias, para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todos»

w) 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.

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

Objetivo General	RA 1	RA2	RA3	RA4	RA5
O	X				X
P			X		X
Q				X	X
R	X			X	
S	X			X	
T		X			
W	X			X	
U	X			X	X

3.- Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos.

RA 1: Distingue las características del sector productivo y define los puestos de trabajo relacionándolos con las competencias profesionales expresadas en el título. (20% EVA)	
Criterios de evaluación	Contenidos
a) Se han analizado las principales oportunidades de empleo y de inserción laboral en el sector profesional, identificando las posibilidades de empleo y analizado sus requerimientos actuales para el perfil profesional. b) Se ha comparado los diferentes requerimientos exigidos por el mercado laboral con las exigencias para el trabajo en la función pública relacionados con el sector privado. c) Se ha reflexionado sobre las actitudes y aptitudes requeridas actualmente para la actividad profesional relacionadas con el título, así como las competencias personales y sociales más relevantes para el sector identificando nuestra zona de desarrollo próximo.	Contenidos del RA 1: (De la unidad 1) 1. El mercado de trabajo que has de conocer. 2. El perfil profesional. 3. Expectativas profesionales y requerimientos del mercado de trabajo.

RA 2: Alcanza las competencias necesarias para la obtención del título de Técnico Básico en Prevención de Riesgos Laborales. (20% EVA)

Criterios de evaluación	Contenidos
a) Se ha valorado la importancia de la cultura preventiva en todos los ámbitos actividades de la empresa u organismo equiparado relacionando las condiciones laborales con la salud de la persona trabajadora, identificando y clasificando los factores de riesgo en la actividad y los daños derivados de los mismos, especialmente las situaciones de riesgo más habituales en los entornos de trabajo del sector profesional relacionado con el título.	1. Las condiciones de trabajo y salud laboral. 2. Riesgos y daños profesionales. 3. La prevención de riesgos laborales. 4. Factores de riesgo. 5. La gestión de la prevención. El plan de emergencia.
b) 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 título.	
c) Se ha determinado la evaluación de riesgos en la empresa u organismo equiparado y definido las técnicas de prevención y de protección que deben aplicarse para evitar los daños en su origen y minimizar sus consecuencias.	
d) Se han analizado los protocolos de actuación en caso de emergencia.	
e) Se han determinado los principales derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.	
f) Se han clasificado las distintas formas de gestión de la prevención en la empresa u organismo equiparado, en función de los distintos criterios establecidos en la normativa sobre prevención de riesgos laborales y determinado las formas de representación de las personas trabajadoras en la empresa u organismo equiparado en materia de prevención de riesgos.	
g) Se ha valorado la importancia de la existencia de un plan preventivo en la empresa u organismo equiparado que incluya la secuenciación de actuaciones a realizar en caso de emergencia y reflexionado sobre el contenido del mismo.	
h) Se han determinado los requisitos y condiciones para la vigilancia de la salud de la persona trabajadora y su importancia como medida de prevención.	
i) 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.	

RA 3 Analiza sus condiciones laborales como persona trabajadora por cuenta ajena identificándolas en los principales tipos de cambios y vicisitudes relevantes que se pueden presentar en la relación laboral, en la normativa laboral y especialmente en el convenio colectivo del sector (20%EVA)

Criterios de evaluación	Contenidos
a) Se han analizado los derechos y obligaciones derivados de la relación laboral, así como las condiciones de trabajo pactadas en un convenio colectivo aplicable al sector profesional relacionado con el título.	Contenidos del RA 3: (De la unidad 5) 1. La relación laboral. 2. Modalidades de contratos. 3. Inicio de la relación laboral y la jornada de trabajo. 4. Nuevos entornos de organización del trabajo. 5. Cambios contractuales a lo largo de la relación laboral. 6. La representación colectiva. 7. Los convenios colectivos. 8. La retribución por el trabajo. 9. Las prestaciones de la Seguridad Social.
b) Se han comparado las principales modalidades de contratación, localizando los diferentes modelos en las fuentes oficiales.	
c) Se han identificado las características definitorias de los nuevos entornos de organización del trabajo y los derechos que conlleva.	
d) Se han identificado los diferentes componentes del recibo de salario.	
e) Se han identificado los recursos laborales existentes ante las diferentes vicisitudes que se pueden dar en la relación laboral.	
f) Se ha valorado el papel de la Seguridad Social como pilar esencial para la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos.	
g) Se han analizado las principales prestaciones derivadas de la suspensión y extinción de la relación laboral.	

RA 4 Analiza y evalúa su potencial profesional y sus intereses para guiarse en el proceso de autoorientación y elabora una hoja de ruta para la inserción profesional en base al análisis de las competencias, intereses y destrezas personales. (20% EVA)

Criterios de evaluación	Contenidos
a) Se han evaluado los propios intereses, motivaciones, habilidades y destrezas en el marco de un proceso de autoconocimiento.	1. Tus objetivos profesionales. 2. Valora tu empleabilidad. 3. Análisis DAFO para tu objetivo profesional. 4. Tu plan de acción estratégico.
b) Se han analizado las cualidades y competencias personales afines a la actividad profesional relacionada con el perfil del título.	
c) Se han determinado las competencias personales y sociales con valor para el empleo.	
d) Se han señalado las preferencias profesionales, intereses y metas en el marco de un proyecto profesional.	
e) Se ha valorado el concepto de autoestima en el proceso de búsqueda de empleo.	
f) Se han identificado las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades propias para la inserción profesional.	
g) Se han identificado expectativas de futuro para inserción profesional analizando competencias, intereses y destrezas personales.	
h) Se han valorado hitos importantes en la trayectoria vital con valor profesionalizador.	
i) Se han identificado los itinerarios formativos profesionales relacionados con el perfil profesional.	
j) Se han formulado objetivos profesionales y se ha determinado metas personales y profesionales para la mejora de la empleabilidad y las condiciones de inserción laboral.	
k) Se ha trazado un plan de acción para desarrollar las áreas de mejora y potenciar las fortalezas personales con valor para el empleo.	

RA 5 Aplica las estrategias para el aprendizaje autónomo reconociendo su valor profesionalizador, diseñando y optimizando su propio entorno de aprendizaje haciendo uso de las tecnologías digitales como herramientas de aprendizaje autónomo, siendo coherente con su identidad digital y sus propios objetivos profesionales planteados en su plan de desarrollo individual. (20% EVA)

Criterios de evaluación	Contenidos
a) Se ha tomado conciencia de la responsabilidad individual en el desarrollo profesional valorando la actitud de aprendizaje permanente para el desarrollo de propias y nuevas competencias Se ha valorado la importancia de la cultura preventiva en todos los ámbitos y actividades de la empresa.	1. El mercado de trabajo que has de conocer. 2. El perfil profesional. 3. Expectativas profesionales y requerimientos del mercado de trabajo.
b) Se ha identificado la empleabilidad como capacidad de adaptación al entorno laboral.	(De la unidad 8) 5. Construye tu identidad digital.
c) Se han conocido y utilizado herramientas, fuentes de información, conexiones y actividades para la configuración de un entorno personal de aprendizaje para la empleabilidad.	6. El aprendizaje autónomo y el plan de desarrollo individual.
d) Se ha puesto en práctica la competencia digital para configurar un entorno personal de aprendizaje para la empleabilidad.	
e) Se ha analizado el concepto de identidad digital y su impacto en la empleabilidad.	
f) Se ha justificado el diseño de su entorno de aprendizaje basado en cómo este mejora la empleabilidad.	
g) Se ha elaborado su plan de desarrollo individual como herramienta para la mejora de la empleabilidad.	
h) Se han aplicado las herramientas de aprendizaje autónomo para su desarrollo personal y profesional.	
i) Se ha diseñado el entorno de aprendizaje que permite alcanzar el plan de desarrollo individual.	

Temporalización de los Resultados de Aprendizaje.

RESULTADO DE APRENDIZAJE	1T	2T	3T
RA 1: Distingue las características del sector productivo y define los puestos de trabajo relacionándolos con las competencias profesionales expresadas en el título.	X		
RA 2: Alcanza las competencias necesarias para la obtención del título de Técnico Básico en Prevención de Riesgos Laborales.	X		
RA 3 Analiza sus condiciones laborales como persona trabajadora por cuenta ajena identificándolas en los principales tipos de cambios y vicisitudes relevantes que se pueden presentar en la relación laboral, en la normativa laboral y especialmente en el convenio colectivo del sector		X	X
RA 4 Analiza y evalúa su potencial profesional y sus intereses para guiarse en el proceso de autoorientación y elabora una hoja de ruta para la inserción profesional en base al análisis de las competencias, intereses y destrezas personales.			X
RA 5 Aplica las estrategias para el aprendizaje autónomo reconociendo su valor profesionalizador, diseñando y optimizando su propio entorno de aprendizaje haciendo uso de las tecnologías digitales como herramientas de aprendizaje autónomo, siendo coherente con su identidad digital y sus propios objetivos profesionales planteados en su plan de desarrollo individual.		X RA en empresa	

4.- Metodología.**Orientaciones pedagógicas:**

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para que el alumno pueda insertarse laboralmente y desarrollar su carrera profesional en el sector.

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

El manejo de las fuentes de información sobre el sistema educativo y laboral, en especial en lo referente al sector.

- La realización de pruebas de orientación y dinámicas sobre la propia personalidad y el desarrollo de las habilidades sociales.
- La identificación de la normativa laboral que afecta a los trabajadores del sector, el manejo de los contratos más comúnmente utilizados y la lectura comprensiva de los convenios colectivos de aplicación.
- La cumplimentación de recibos de salario de diferentes características y otros documentos relacionados.
- El análisis de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales, que le permita la evaluación de los riesgos derivados de las actividades desarrolladas en su sector productivo, y colaborar en la definición de un plan de prevención para una pequeña empresa, así como las medidas necesarias que deban adoptarse para su implementación.

Se establecerán **estrategias didácticas** de tipo expositivo y de investigación. Para establecerlas, es útil conocer los tipos de aprendizaje según el autor David. P. Ausubel:

- Receptivo. Por explicación del profesor, material impreso, medios audiovisuales.
- Por descubrimiento. Descubre el material por sí mismo: guiado por el profesor en principio y después de manera autónoma.
- Memorístico de conceptos clave en los que después aplicar la práctica.
- Significativo. Relaciona los conceptos nuevos con los poseídos, con la experiencia y modifica esquemas conceptuales. Como el estudio del surtido y su posterior aplicación al lineal o el control de las acciones promocionales una vez entendidas esta

Métodos didácticos:

Aplicación combinada de los siguientes métodos didácticos para el desarrollo de las sesiones formativas:

- **Método constructivista del aprendizaje**, de forma que el alumnado sea partícipe del proceso y partiendo de sus conocimientos previos, la investigación personal y/o profesional, el contacto con la realidad de su entorno y las experiencias del grupo clase, puedan plantearse cuestiones de investigación centrándose en el interés del alumnado y que estos se conviertan en participantes totalmente activos de su propia formación. ¿Cómo lo haremos? Gracias a la evaluación inicial del curso y la valoración al final de la unidad de lo que van aprendiendo los alumnos por parte del profesor, poniendo de manifiesto los conocimientos y experiencias previas de los alumnos gracias a la puesta en común mediante actividades, casos prácticos

introdutorios, vídeos o documentales. Posteriormente se llevarán a cabo tareas de investigación relacionadas con los aspectos que se hayan puesto de manifiesto en la puesta en común, siendo mi labor como profesor orientarlos hacia aquellos aspectos necesarios para la adquisición de las competencias. Durante todas las sesiones el alumnado podrá realizar aportaciones que sirvan para enriquecer el desarrollo de estas y que servirán para profundizar en la unidad, en aspectos concretos de la misma o en su aplicación en el ámbito profesional específico o del entorno. Por ello siempre se hará referencia a los aspectos que ya conocen o hayan trabajado. El objetivo es que el proceso de aprendizaje tenga significado para los alumnos y en todo momento sientan que lo que aprenden les sirve realmente en el entorno donde quieren desarrollarse profesionalmente (aprendizaje significativo).

- **Método de trabajo en grupo**, donde el aprendizaje colaborativo está presente en todo momento. Este método cobra mucha importancia en este módulo donde el alumnado tiene que aprender a dirigir y a formar parte de un grupo de marketing en el ámbito comercial. ¿Cómo lo haremos? Por medio de trabajos con grupos permanentes y esporádicos de carácter heterogéneo, fomentando la interacción entre profesor-alumnos, entre alumnos del mismo grupo, pero también entre alumnos de otros cursos y ciclos, así como con el resto de la comunidad educativa. Para ello se le facilitará herramientas para poder llevar a cabo sus objetivos de forma óptima y favoreciendo las habilidades sociales y emocionales.

Se destaca la configuración de entre grupos heterogéneos de manera que los alumnos puedan aprender unos de otros, fomentando la tutorización entre iguales o la tutorización entre expertos en el caso de que encontremos alumnos especialmente hábiles o conocedores de ciertas disciplinas, tal y como puede ocurrir en un entorno de trabajo real.

Buena parte de los métodos de trabajo serán en grupo, sin embargo, también se trabajará de manera individual en base a poder reconocer el esfuerzo y aprendizaje individual.

- **Método expositivo**, en el que por medio de presentaciones y explicaciones se pueda ayudar al alumnado al inicio de cada acto didáctico sobre los objetivos a alcanzar, conjuntamente con los contenidos específicos a tratar. Igualmente, este método me permitirá resumir y reforzar los puntos esenciales de cada módulo, unidad didáctica o contenidos tratados en el día a día. Muy útil también la resolución de dudas.

Este método expositivo siempre irá acompañado de pequeños ejercicios prácticos que ayuden y hagan participar al alumno, evitando la comunicación unidireccional y que la sesión sea sólo teórica.

Tipos de actividades

Actividades de enseñanza:

Se basan en captar la atención del alumnado en todo momento, explicando los contenidos acercándose a su entorno. Igualmente, y para conseguir autonomía en el desarrollo de sus funciones, se plantean actividades en las que tienen que realizar búsquedas o investigación para encontrar la solución a determinados casos expuestos. La puesta en común de todas las acciones que llevemos a cabo será vital.

Actividades de aprendizaje:

- Actividades de **inicio** como casos prácticos, dinámicas, debates, búsquedas, artículos o lluvias de ideas, vídeos, gamificación...
- Actividades de **desarrollo**: como las demostrativas (docencia directa o visita de expertos), las de investigación y aplicación (actividades de clase, casos prácticos, problemas, retos, trabajos prácticos)
- Actividades de **síntesis** como tipo test, resúmenes y esquemas, en algunas ocasiones los casos recopilatorios de algunos RA constituyen en sí una actividad de síntesis, así como de relación entre los contenidos de cada RA. El propio plan de marketing que desarrollen en sí constituye un ejercicio de síntesis global del módulo.
- Actividades **digitales**; incorporando el uso de las TAC (tecnología aplicada al aprendizaje y el conocimiento), con la utilización de dispositivos digitales (PC). Nuestro alumnado deberá dominar perfectamente las estrategias de búsqueda de información en la red, tanto a lo largo del curso para su aprendizaje como una vez finalizado el curso en su vida laboral, ya que están en contacto directo y continuo con las nuevas tecnologías, principalmente con Internet y su uso en dispositivos, además la mayoría de las actividades evaluables serán seguidas a través de la plataforma **Classroom** del centro. Estas actividades pueden ser de inicio, desarrollo, síntesis, refuerzo o ampliación.
- Actividades de **refuerzo y ampliación**. Las actividades de refuerzo estarán centradas en aquellas capacidades que el alumnado no haya podido conseguir. Las actividades de ampliación estarán enfocadas al alumnado que ha ido adquiriendo las capacidades necesarias durante la unidad y al que se le encomienda la investigación, profundización o resolución de tareas que lograrán enriquecer su conocimiento.
- Actividades **en empresa**: al tener el módulo un carácter DUAL, en la empresa se realizarán actividades en el entorno real de trabajo, serán evaluadas por los tutores del centro de trabajo y tendrán que ser superadas como cualquier otra que se establezca en el resto del módulo.

Para alcanzar los objetivos y competencias se desarrollarán las siguientes unidades

UNIDAD	HORAS	TRIMESTRE	RA Y Ces
UD 1. El mercado de trabajo y el perfil profesional.	14	PRIMER TRIMESTRE	a-c del RA 1. c, d, g, h del RA 5.
UD 2. Elementos básicos de la prevención de riesgos laborales.	10	PRIMER TRIMESTRE	a-i, del RA 2.
UD 3. Los riesgos del trabajo asociados al sector profesional.	10	PRIMER TRIMESTRE	
UD 4. La gestión de la prevención de riesgos laborales en la empresa	10	PRIMER TRIMESTRE	
UD 5. Las relaciones laborales.	11	SEGUNDO TRIMESTRE	a-g del RA 3.
UD 6. La retribución por el trabajo y las prestaciones de la Seguridad Social.	11	SEGUNDO TRIMESTRE	
UD 7. El itinerario profesional, una hoja de ruta	15	TERCER TRIMESTRE	a-k del RA 4. a, b, e, f, i del RA 5.
UD 8. Empleabilidad y aprendizaje autónomo	15	TERCER TRIMESTRE	
TOTAL HORAS	96 horas		

Planteamiento metodológico y actividades.

Como se ha expuesto anteriormente la programación se ha organizado en 7 unidades didácticas. La duración de cada una de ellas será flexible y estará en función del grado de complejidad de los contenidos y del ritmo de aprendizaje del grupo.

La temporalización de las actividades programadas en cada unidad didáctica variará en función del tipo de actividad, agrupamiento de los alumnos y alumnas y de los recursos utilizados teniendo en cuenta que será necesario adaptar la actividad al tiempo disponible, como es el caso de alguna actividad especial; y si existe alguna salida fuera del centro, actividad que habrá que programar con tiempo.

En cualquier caso, independientemente del número de sesiones de cada unidad de trabajo, el orden metodológico general a seguir será el siguiente:

1. **Introducción** al tema en clase sobre los conceptos, la estructura y procedimientos fundamentales de la unidad didáctica.
2. **Exploración inicial** para determinar qué grado de conocimiento tienen sobre lo que se tratará en la nueva unidad, verificando los conocimientos a través de cuestionarios, debates, gamificaciones.
3. **Desarrollo** de los contenidos. Es deseable que los contenidos sean fáciles de seguir por el alumno, que estén fuertemente estructurados y escritos con un lenguaje sencillo pero preciso. Las palabras y conceptos clave de la unidad didáctica deben señalarse, explicarse y definirse. Al terminar la explicación de cada epígrafe, o aspecto destacado de la unidad didáctica, se debería potenciar la asimilación de conocimientos mediante la realización de ejercicios y actividades prácticas. La explicación del profesor se realizará de forma presencial.
4. Realización de **casos prácticos, simulaciones y actividades** sobre los temas objeto de estudio, lo más cercanos a la realidad, con un grado creciente de dificultad. Se realizarán tareas tanto en clase como en casa y se subirán a la plataforma Classroom para su evaluación. Los casos prácticos de tipo recopilatorio siempre incluyen un debate con el grupo completo y en ocasiones la presentación al resto de compañeros, a veces cuando el interés didáctico lo requiera.
5. Realización de **trabajos de investigación**, valorando la capacidad de trabajo en equipo y la exposición de resultados en público, así como ser capaces de obtener información relevante y saber utilizarla para diseñar cambios o mejoras en un entorno de trabajo de empresa.
- 6.. **Recuperación, refuerzo y ampliación.** A lo largo de la unidad o después de las mismas para reforzar/ ampliar conocimientos.

5.- La evaluación, medios y criterios de calificación.

Dentro del marco legal de la ORDEN de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la

Comunidad Autónoma de Andalucía. Se evaluará cada uno de los siguientes resultados de aprendizaje mediante las evidencias descritas en las siguientes tablas:

NOTA: el apartado “Evidencia” puede sufrir modificaciones por el carácter flexible de la programación, según vayan planteándose el curso para adaptarnos al grupo de clase.

NOTA: En el apartado “Evidencia” las entregas se refieren a casos prácticos individuales o grupales, trabajos de exposición o trabajos de investigación, las pruebas son teórica-prácticas y de carácter individual.

RA 1: Distingue las características del sector productivo y define los puestos de trabajo relacionándolos con las competencias profesionales expresadas en el título.		
Criterios de evaluación	Peso	Evidencia
a) Se han analizado las principales oportunidades de empleo y de inserción laboral en el sector profesional, identificando las posibilidades de empleo y analizado sus requerimientos actuales para el perfil profesional.	6,67	Taller.
b) Se ha comparado los diferentes requerimientos exigidos por el mercado laboral con las exigencias para el trabajo en la función pública relacionados con el sector privado.	6,67	Taller.
c) Se ha reflexionado sobre las actitudes y aptitudes requeridas actualmente para la actividad profesional relacionadas con el título, así como las competencias personales y sociales más relevantes para el sector identificando nuestra zona de desarrollo próximo.	6,67	Taller.

RA 2: Alcanza las competencias necesarias para la obtención del título de Técnico Básico en Prevención de Riesgos Laborales.		
Criterios de evaluación	Peso	Evidencia
a) Se ha valorado la importancia de la cultura preventiva en todos los ámbitos actividades de la empresa u organismo equiparado relacionando las condiciones laborales con la salud de la persona trabajadora, identificando y clasificando los factores de riesgo en la actividad y los daños derivados de los mismos, especialmente las situaciones de riesgo más habituales en los entornos de trabajo del sector profesional relacionado con el título.	2,23	Prueba escrita teórica y práctica.
b) 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 título.	2,23	Prueba escrita teórica y práctica.
c) Se ha determinado la evaluación de riesgos en la empresa u organismo equiparado y definido las técnicas de prevención y de protección que deben aplicarse para evitar los daños en su origen y minimizar sus consecuencias.	2,23	Prueba escrita teórica y práctica.
d) Se han analizado los protocolos de actuación en caso de emergencia.	2,23	Prueba escrita teórica y práctica.
e) Se han determinado los principales derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.	2,23	Prueba escrita teórica y práctica.
f) Se han clasificado las distintas formas de gestión de la prevención en la empresa u organismo equiparado, en función de los distintos criterios establecidos en la normativa sobre prevención de riesgos laborales y determinado las formas de representación de las personas trabajadoras en la empresa u organismo equiparado en materia de prevención de riesgos.	2,23	Prueba escrita teórica y práctica.
g) Se ha valorado la importancia de la existencia de un plan preventivo en la empresa u organismo equiparado que incluya la secuenciación de actuaciones a realizar en	2,23	Prueba escrita teórica y práctica.

caso de emergencia y reflexionado sobre el contenido del mismo.		
h) Se han determinado los requisitos y condiciones para la vigilancia de la salud de la persona trabajadora y su importancia como medida de prevención.	2,23	Prueba escrita teórica y práctica.
i) 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.	2,23	Prueba escrita teórica y práctica.

RA 3 Analiza sus condiciones laborales como persona trabajadora por cuenta ajena identificándolas en los principales tipos de cambios y vicisitudes relevantes que se pueden presentar en la relación laboral, en la normativa laboral y especialmente en el convenio colectivo del sector

Criterios de evaluación	Peso	Evidencia
a) Se han analizado los derechos y obligaciones derivados de la relación laboral, así como las condiciones de trabajo pactadas en un convenio colectivo aplicable al sector profesional relacionado con el título.	2,86	Prueba escrita teórica y práctica. Actividades duales.
b) Se han comparado las principales modalidades de contratación, localizando los diferentes modelos en las fuentes oficiales.	2,86	Prueba escrita teórica y práctica.
c) Se han identificado las características definitorias de los nuevos entornos de organización del trabajo y los derechos que conlleva.	2,86	Prueba escrita teórica y práctica. Actividades duales.
d) Se han identificado los diferentes componentes del recibo de salario.	2,86	Supuesto práctico.
e) Se han identificado los recursos laborales existentes ante las diferentes vicisitudes que se pueden dar en la relación laboral.	2,86	Prueba escrita teórica y práctica.
f) Se ha valorado el papel de la Seguridad Social como pilar esencial para la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos.	2,86	Supuesto práctico.
g) Se han analizado las principales prestaciones derivadas de la suspensión y extinción de la relación laboral.	2,86	Supuesto práctico.

RA 4 Analiza y evalúa su potencial profesional y sus intereses para guiarse en el proceso de autoorientación y elabora una hoja de ruta para la inserción profesional en base al análisis de las competencias, intereses y destrezas personales.		
Criterios de evaluación	Peso	Evidencia
a) Se han evaluado los propios intereses, motivaciones, habilidades y destrezas en el marco de un proceso de autoconocimiento.	1,82	Taller de autoanálisis.
b) Se han analizado las cualidades y competencias personales afines a la actividad profesional relacionada con el perfil del título.	1,82	Taller de autoanálisis. Actividades duales.
c) Se han determinado las competencias personales y sociales con valor para el empleo.	1,82	Taller de autoanálisis. Actividades duales.
d) Se han señalado las preferencias profesionales, intereses y metas en el marco de un proyecto profesional.	1,82	Taller de autoanálisis.
e) Se ha valorado el concepto de autoestima en el proceso de búsqueda de empleo.	1,82	Taller de autoanálisis.
f) Se han identificado las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades propias para la inserción profesional.	1,82	Taller de autoanálisis. Actividades duales.
g) Se han identificado expectativas de futuro para inserción profesional analizando competencias, intereses y destrezas personales.	1,82	Taller de autoanálisis.
h) Se han valorado hitos importantes en la trayectoria vital con valor profesionalizador.	1,82	Taller de autoanálisis.
i) Se han identificado los itinerarios formativos profesionales relacionados con el perfil profesional.	1,82	Taller de itinerario formativo.
j) Se han formulado objetivos profesionales y se ha determinado metas personales y profesionales para la mejora de la empleabilidad y las condiciones de inserción laboral.	1,82	Taller.
k) Se ha trazado un plan de acción para desarrollar las áreas de mejora y potenciar las fortalezas personales con valor para el empleo.	1,82	Taller.

RA 5 Aplica las estrategias para el aprendizaje autónomo reconociendo su valor profesionalizador, diseñando y optimizando su propio entorno de aprendizaje haciendo uso de las tecnologías digitales como herramientas de aprendizaje autónomo, siendo coherente con su identidad digital y sus propios objetivos profesionales planteados en su plan de desarrollo individual.

Criterios de evaluación	Peso	Evidencia
a) Se ha tomado conciencia de la responsabilidad individual en el desarrollo profesional valorando la actitud de aprendizaje permanente para el desarrollo de propias y nuevas competencias Se ha valorado la importancia de la cultura preventiva en todos los ámbitos y actividades de la empresa.	2,23	Evaluado por la empresa
b) Se ha identificado la empleabilidad como capacidad de adaptación al entorno laboral.	2,23	
c) Se han conocido y utilizado herramientas, fuentes de información, conexiones y actividades para la configuración de un entorno personal de aprendizaje para la empleabilidad.	2,23	
d) Se ha puesto en práctica la competencia digital para configurar un entorno personal de aprendizaje para la empleabilidad.	2,23	
e) Se ha analizado el concepto de identidad digital y su impacto en la empleabilidad.	2,23	
f) Se ha justificado el diseño de su entorno de aprendizaje basado en cómo este mejora la empleabilidad.	2,23	
g) Se ha elaborado su plan de desarrollo individual como herramienta para la mejora de la empleabilidad.	2,23	
h) Se han aplicado las herramientas de aprendizaje autónomo para su desarrollo personal y profesional.	2,23	
i) Se ha diseñado el entorno de aprendizaje que permite alcanzar el plan de desarrollo individual.	2,23	

PROCESO DE EVALUACIÓN EN LOS CICLOS FORMATIVOS DE GRADO MEDIO Y SUPERIOR.

Todos los módulos de los ciclos formativos se rigen por la **ORDEN de 29 de septiembre de 2010**, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Los porcentajes que corresponden a cada criterio de evaluación en los que se basan los exámenes prácticos así como el resto de actividades formativas, se encuentran detallados en las programaciones de los distintos módulos, disponibles en la web del centro.

Este proceso de evaluación es válido para todos los módulos profesionales impartidos por el departamento de Comercio y Marketing.

Aspectos a tener en cuenta:

A) Para superar las pruebas teórico-prácticas:

1. Se necesitará obtener como mínimo una puntuación de **5 puntos, utilizando una evaluación criterial para aprobar cada una de ellas**

2. Si el alumno/a no asiste y presenta documentación justificativa **oficial** (máximo 3 días lectivos tras la falta), podrá realizar de nuevo esa prueba el día fijado para la recuperación de la correspondiente evaluación. Si no superase esta prueba, podría realizar la recuperación de la misma, que se realizaría antes de la celebración de la evaluación correspondiente.

3. Las pruebas teórico-prácticas tienen carácter individual y cualquier ayuda que pudiera tener el alumno/a, ya sea de un compañero/a o a través de algún instrumento de apoyo no permitido, supondrá la retirada de la prueba y su inmediata **anulación**, teniendo que realizarla en el periodo de recuperación de junio el alumnado de primer curso y antes de realizar la evaluación previa del módulo de formación en centros de trabajo, el alumnado de segundo curso.

4. Para superar el módulo se han de aprobar todas las pruebas teórico-prácticas.

5. Se abrirá un plazo de recuperación antes de cada evaluación cuando su calificación criterial sea menor de cinco y para los no presentados según tiempo y forma, y otro plazo de recuperación más adicional en el periodo de recuperación de junio en el caso de que aún no se hubieran superado algunas de las pruebas.

B) Para superar las entregas (actividades, proyectos...):

1. Para aprobar el módulo deberán estar presentados **TODAS** en tiempo y forma y tener una **puntuación criterial mínima de 5 puntos en cada una de ellas**.

2. Deben realizarse en clase o en el taller, dentro de la organización normal de las clases. También pueden ser realizadas por el alumnado en casa y colgadas en la plataforma Moodle /Classroom dentro del plazo y forma indicadas.

3. En ningún caso, corresponde al profesor/a la tarea de recordar al alumnado que no haya presentado alguna de sus actividades, proyectos y entregas que proceda a subsanar dicha situación. Se considera que el alumnado, tiene la madurez personal y profesional suficiente como para ser conscientes de lo que no haya entregado puntualmente. El propio alumnado deberá llevar un sistema adecuado de control de esto, así como de las calificaciones obtenidas en las pruebas realizadas a lo largo del curso.

4. Se abrirá un plazo de recuperación antes de cada evaluación cuando su calificación criterial sea menor de cinco y para las no presentadas según tiempo y forma, y otro plazo de recuperación más adicional en el periodo de recuperación de junio en el caso de que aún no se hubieran superado algunas de las entregas.

C) Evaluación continua: de acuerdo con la **ORDEN de 29 de septiembre de 2010** en su artículo 2.2 la aplicación de la evaluación continua requiere la asistencia regular a clase y participación en las actividades programadas del ciclo formativo, aquellos alumnos/as que incumplan esto no podrán ser evaluados mediante dicha evaluación continua y tendrán que superar **TODAS las entregas, actividades, proyectos y pruebas teórico-prácticas** directamente en el periodo de recuperaciones de junio. Concretamente se ha establecido que más de un 20 % de faltas injustificadas del total de horas en un módulo supone la pérdida de la evaluación continua para dicha materia.

D) Evaluación de la formación DUAL: algunos de los resultados de aprendizaje y sus criterios de evaluación para cada uno de los módulos, se imparten/aprenden en las empresas dónde el alumnado realiza las prácticas, para evaluar estos resultados de aprendizaje se tomará en cuenta lo siguiente:

- Se realizará de forma criterial con las rúbricas que los profesores/as de este departamento entregarán a los centros de trabajo que devolverán al centro educativo marcando los grados de desempeño de los criterios de evaluación de los alumnos/as para dichos resultados de aprendizaje.
- El profesor responsable de cada módulo asignará una nota numérica criterial para los criterios de evaluación de dicho resultado de aprendizaje en base a lo marcado por el centro de trabajo para cada alumno.
- Para poder realizar la formación dual en empresa por parte de un alumno/a, este tiene que haber superado el resultado de aprendizaje sobre prevención de riesgos laborales impartido en el primer trimestre del módulo Itinerario Personal para la Empleabilidad I.
- Los resultados de aprendizaje en empresa de cada módulo han de ser superados como cualquier otro para poder aprobar cada uno de los módulos profesionales.
- En base a la Orden EFD/657/2024 y Orden EFD/659/2024 de 25 de junio, por la que se determina el currículo y se regulan determinados aspectos organizativos para los ciclos formativos de grado medio/superior en el ámbito

de gestión del Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes, el equipo docente podrá adoptar la decisión de que un o una estudiante no se incorpore al periodo de formación en empresa u organismo equiparado durante el primer curso, cuando la trayectoria del o de la estudiante sea incompatible con el aprovechamiento del periodo de formación en empresa. En tal circunstancia, dicho alumnado desarrollará el primer curso completo en el centro educativo y realizará, durante dicho periodo, actividades complementarias y/o de refuerzo de los resultados de aprendizaje no vinculados a la empresa. Será evaluado por el profesorado responsable de cada módulo y cuya calificación será provisional hasta tanto no desarrolle el periodo en 2º curso, con los resultados de aprendizaje de 1º y 2º curso.

- Concretamente la rúbrica para evaluar este módulo por la empresa es la siguiente:

Ítem (describe detalladamente)	CEV	% RA	Excelente	Muy bien	Aceptable	Mejorable	Muy mejorable
1. El alumno tiene aptitudes y actitudes que permiten a una persona conseguir y conservar un empleo.	A, B	40	☐	☐	☐	☐	☐
2. El alumno desarrolla las competencias personales digitales enfocadas a la empleabilidad (comparte, comenta y participa de los contenidos en redes sociales)	C, D, E	30	☐	☐	☐	☐	☐
3. Valoración de cómo el alumnado se ha integrado en el ambiente laboral-empresarial para la futura implementación de un plan de empleabilidad personal	F, G, H, I	30	☐	☐	☐	☐	☐

Nota Competencias Personales y Sociales

La participación activa y positiva en clase, colaboración y participación en entregas grupales o la entrega de trabajos en tiempo y forma pueden ser evaluados de manera conjunta con los criterios de evaluación de cada uno de los resultados de aprendizaje por el profesor, se trabajan y evalúan en consonancia a estos criterios.

Nota para entregas con exposición

En el caso de entregas de tareas con exposición bien sean grupales o individuales, los alumnos que no expongan en el día y horas indicadas (salvo justificación documentada) no superan estas y tendrán que realizar de nuevo la entrega (nuevo trabajo también en el caso de trabajo entregado pero no expuesto) y también exponerlo/a en el periodo indicado por el profesor para recuperar las entregas suspensas.

Los alumnos que justifiquen esta y entregan en tiempo y forma el trabajo, tendrán la posibilidad de cerrar con el profesor un día y hora para realizar la exposición y si es superada no van con dicha entrega a recuperaciones.

Nota coevaluación de actividades grupales

En las actividades grupales, si algún miembro del grupo lo solicita los alumnos reflejarán el trabajo que ha realizado cada uno y su porcentaje de implicación mediante un documento firmado de acuerdo por todos los integrantes del grupo, estos aspectos repercutirán en la nota del trabajo de manera individual para cada alumno/a de manera que se garantice la participación de todos los integrantes del grupo de trabajo.

Nota entregas plan de marketing y otros proyectos

Al ser un trabajo por proyectos en los que tras la entrega de una fase los alumnos/as deben corregir sus fallos para poder avanzar a la siguiente fase, la no entrega de dos entregas parciales del proyecto o la no corrección de los errores tras dos tras dos entregas corregidas por el profesor conlleva que ese proyecto va al periodo de recuperación de junio. En estos trabajos al ser continuos, un alumno/a tiene la opción de separarse del compañero/a en el caso de que su otro compañero/s no rindan (siempre tiene que quedar constancia en varios documentos de coevaluación de entregas previas firmadas por todos los miembros del grupo) y depende del avance que lleven los proyectos el profesor decidirá si continúa solo o con otro grupo en las siguientes entregas del mismo.

Periodo entre la 3ª evaluación parcial y la evaluación final

Este periodo que está regulado en la normativa vigente será dedicado prioritariamente a la adquisición de aprendizajes no adquiridos por parte del alumnado con evaluación negativa. Si fuera necesario el profesor planteará actividades de síntesis con el fin de

garantizar que el alumnado que no ha superado todos los RAs pueda hacerlo ahora y el poco tiempo disponible en este periodo no sea un inconveniente.

En este periodo el alumno debe realizar aquellas pruebas, proyectos, actividades y prácticas que no hayan superado, no alcanzando sus competencias profesionales, personales y/o sociales previstas ni consiguiendo por tanto los objetivos del módulo.

Una vez realizada la propuesta de nota final del módulo, los alumnos que hayan superado el módulo y que deseen mejorar su nota final, deberán realizar la petición en el plazo estimado y deberán realizar aquellas prácticas, pruebas o actividades en las que haya obtenido más baja puntuación y que le serán indicadas (un máximo de 6 evidencias), para decidir cuáles se hacen mantendrán una reunión previa con el profesor.

6.- Medidas de atención al alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo.

Aquellos alumnos que presenten problemas de aprendizaje o algún tipo de deficiencia se les garantizará el acceso a las pruebas de evaluación, proporcionándoles materiales específicos que les facilite la comprensión de los contenidos y realización de prácticas.

Las actividades estarán diseñadas para atender a todo el alumnado, si se detectara cualquier necesidad educativa se dará respuesta de inmediato según el protocolo n.e.a.e. (necesidades específicas de apoyo educativo). Así, nuestra actuación se centrará básicamente en:

- ❖ Atención a la diversidad de ritmos, aptitudes, intereses, expectativas y motivaciones del alumnado. Para dar respuesta a los distintos ritmos de aprendizaje, aptitudes, intereses, expectativas y motivaciones del alumnado al que hemos hecho referencia anteriormente y con los que nos encontramos inevitablemente en todos los cursos, estableceré dos tipos de actividades concretas, unas serán de refuerzo y otras de ampliación:

- Si se aprecia la existencia de alumnos con un ritmo más acelerado de aprendizaje, se les propondrá **actividades de ampliación**, que generalmente consistirán en la realización de alguna investigación referente a los contenidos que se estén trabajando para motivarlos y que se impliquen en su proceso de enseñanza-aprendizaje.

- Si se aprecia alumnos con posibles dificultades de aprendizaje (ritmo más lento) o con problemas de motivación o falta de interés, se les propondrá la realización de **actividades de refuerzo**, que los introduzca en los contenidos de la materia y les ayude a seguir el ritmo de la clase con menor dificultad, así como la selección de actividades y el desarrollo de una metodología motivadora y que despierte su interés.

- ❖ Atención a alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo. Se contemplan las siguientes medidas de atención a la diversidad para atender a este alumnado que lo necesite cuando se detecte la necesidad:

- Situarlo en primera fila o un lugar dónde pueda tener un compañero de apoyo, a no ser que el alumno progrese bien en el sitio dónde se encuentre.

- Actividades muy pautadas con instrucciones claras y concisas.

- Supervisión constante: Si la tarea es muy larga fragmentarla. Para facilitar su implicación en las tareas incrementar el número de veces que se supervisa su trabajo.

Apoyo en las explicaciones y más atención en su consecución de los estándares.

- Actividades variadas con diferente nivel de dificultad con intención de

desarrollarlas con el alumnado en clase. Para aquellos alumnos/as que no tienen problemas en realizar las actividades básicas propuestas para todos/as, se pueden diseñar actividades más complejas (actividades de ampliación), y, por otra parte, para aquellos/as que se ha detectado que tienen problemas para la consecución de las actividades básicas, se plantea otras más sencillas que presentan menor nivel de dificultad (actividades de refuerzo).

- Flexibilidad en los tiempos asignados a las actividades en función de las dificultades encontradas por el alumnado.

- Se podrán crear si se ve conveniente, grupos de cooperación en el que los/as alumnos/as más aventajados orientarán y ayudarán a aquellos/as compañeros/as que necesiten más tiempo y refuerzo en la ejecución de las tareas, cuando la profesora esté ocupada trabajando con el resto del grupo.

- Para concluir, destacar que la planificación de esta programación y su puesta en práctica va a tener en cuenta la diversidad del alumnado y las consiguientes necesidades educativas con el fin de:

- Prevenir la aparición o evitar la consolidación de dificultades de aprendizaje.
- Facilitar el proceso de maduración y autonomía del alumnado.
- Fomentar actitudes de respeto a las diferencias individuales.

7.- Transversalidad.

Expresamente, en nuestra programación estableceremos los siguientes elementos transversales para el fomento y desarrollo de la educación en valores:

- Fomentar el emprendimiento y la innovación.
- La educación moral y cívica: fomentando actitudes de respeto hacia el compañero, otras culturas y tolerancia con otras ideas. Esto se llevará a cabo con actividades en grupo y debate.
- Las Tics.: la creciente importancia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, conocidas como TIC, que agrupan elementos y técnicas utilizadas en el tratamiento y transmisión de información, en general informática, Internet y telecomunicaciones, con búsqueda de definiciones para términos claves, así como el uso habitual de Moodle.
- Cultura andaluza: siempre que sea posible, con especial hincapié en datos de investigación la cultura empresarial andaluza.
- Libertades individuales (raza, sexo...) al tratarse de investigación podemos hacer llegar estudios sobre ello a los alumnos/as

Los anteriores elementos tendrán su concreción en los contenidos transversales establecidos a través de las unidades didácticas y cuyo fin será la búsqueda de la asimilación y el desarrollo de la educación en los valores seleccionados en nuestro alumnado.

8.- Materiales y recursos didácticos.

Se hace necesario tanto para el profesor como para el alumno disponer continuamente de un dispositivo informático adecuado para trabajar en la plataforma Classroom y realizar trabajos con implicación de TICS en el campo del Comercio y Marketing. En el centro existen ordenadores portátiles para poder trabajar

A modo de resumen podemos indicar los siguientes:

1. Cuaderno de clase online: los alumnos deberán reflejar en él todas las actividades que se realicen en clase y en casa, de forma ordenada y limpia, y subirlo en la plataforma Classroom en su correspondiente unidad.
2. Recursos impresos: complementarán el trabajo diario de clase. Algunos de estos materiales son: libros, prensa, catálogos, tickets, fotocopias. Podemos señalar los apuntes en PDF subidos a la plataforma como una guía para el trabajo diario de clase, sin perder de vista la base de la programación.
3. Encerado: la pizarra será un apoyo a las explicaciones del profesor y para las exposiciones de los alumnos, así como algunas correcciones de ejercicios. Podrá ser una aplicación del ordenador cuando haya videoconferencias.
4. Material audiovisual y visual: actualmente es un recurso importante por la motivación y el interés que suscita en el alumno, por lo que se intentará usar regularmente alguno de los siguientes materiales: fotografías, carteles, proyector/videoproyector, vídeos, programas televisivos, fragmentos de películas, emisiones radiofónicas.
5. Material informático: como parte fundamental de las Nuevas Tecnologías el alumno deberá manejar la herramienta de Internet para realizar diversas actividades de búsqueda de información. En general deberán usar el ordenador para trabajar en la plataforma Classroom, realizar búsquedas de información, actividades, trabajos, etc.

En este módulo además es relevante el uso de programas informáticos asociados al marketing.

9.- Actividades complementarias y extraescolares.

A lo largo del curso se intentarán adaptar todas las posibles, realizando las charlas de especialistas o de organismos a través de videoconferencia.

No obstante, se llevarán a cabo diferentes visitas a empresas con el fin de observar en la práctica los contenidos vistos en el aula. Así mismo, se recibirán visitas de especialistas en el centro que impartirán charlas y talleres al alumnado relacionados con los contenidos del módulo.

En la siguiente tabla se recogen las planteadas a principio de curso:

Actividad	Temporización
Empresas/ Entidades dedicadas al marketing	Todo el curso
Charlas de especialistas del sector en clase	Todo el curso
Charlas en diferentes localizaciones relacionadas con la materia	Todo el curso
Charlas de temáticas transversales	Todo el curso
Días mundiales señalados	Todo el curso
Visita a departamentos de Comercio y Marketing de empresas	Todo el curso
Visita a agencias de publicidad y marketing	Todo el curso

10.- Aportación del módulo al proyecto intermodular

De vital importancia para el proyecto intermodular de segundo curso son los siguientes resultados de aprendizaje:

- ✓ RA 4 Analiza y evalúa su potencial profesional y sus intereses para guiarse en el proceso de autoorientación y elabora una hoja de ruta para la inserción profesional en base al análisis de las competencias, intereses y destrezas personales.

El alumno en el proyecto deberá elaborar como eje principal del mismo un plan de marketing que engloba también al resto de conocimientos adquiridos por otros resultados de aprendizaje de otros módulos.

Programación didáctica

Módulo	Digitalización aplicada al sistema productivo (1664)
Ciclo	T.M. Actividades comerciales
Curso	Primero
Familia	Comercio y marketing
Profesor/a	M^a Teresa Fernández de la Cruz
Curso	2024/25



IES Huerta Alta



Unión Europea

Fondo Social Europeo

"El FSE invierte en tu futuro"



JUNTA DE ANDALUCÍA
CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN

Índice:

- 1.- Introducción.**
- 2.- Objetivos y Competencias.**
- 3.- Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos.**
- 4.- Metodología.**
- 5.- La evaluación, medios y criterios de calificación.**
- 6.- Medidas para el alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo.**
- 7.- Transversalidad.**
- 8.- Materiales y recursos didácticos.**
- 9.- Actividades complementarias y extraescolares.**
- 10.- Aportación del módulo al proyecto intermodular.**

1.- Introducción

Perfil del alumnado

El alumnado procede del mismo Alhaurín de la Torre y zonas colindantes, enclavado el IES en la Urbanización Fuensanguinea, el municipio limita con Málaga, Cártama, Torremolinos, Mijas, Benalmádena y Alhaurín el Grande.

Sobre el rendimiento académico del alumnado en el primer curso del ciclo, teniendo en cuenta los resultados de las evaluaciones iniciales llevadas a cabo a principio de curso, alcanza un nivel medio-bajo, aunque presentan interés por aprender. Existe una gran mayoría de alumnado menor de edad.

La implicación de las familias y el entorno y su efecto positivo o negativo en la repercusión académica de los alumnos/as de grado medio no es muy notable, no obstante, se mantiene tutoría tanto con los menores como con los mayores de edad para incentivarlo.

La convivencia en el centro para los ciclos formativos es ejemplar, salvo algún caso atípico, los grupos cohesionan bien y el clima es muy bueno.

El centro tiene diversidad de edades y perfiles de alumnado y está muy bien organizado en este aspecto, al ser solo los ciclos destinados al horario de tarde con exclusividad este aspecto de heterogeneidad no influye al normal desarrollo de la convivencia.

Los alumnos/as del ciclo proceden de este mismo centro educativo, de otros centros de Alhaurín de la Torre, Alhaurín el Grande, Churriana y Coín.

Contexto socio-cultural

La población de Alhaurín de la Torre la componen 45.531 habitantes, los sexos son bastante equiparados 21.153 hombres y 21.378 mujeres, siendo la edad media 39,8 años de manera que no es un núcleo urbano excesivamente envejecido, propio de una ciudad dormitorio a solo unos 16 km de la capital malagueña.

Alhaurín de la Torre es uno de los municipios con más rápido crecimiento de la Costa del Sol, gracias en gran medida a su cercanía a Málaga y a la carretera costera A7 / N-340, así como al entusiasmo de sus habitantes por modernizar su municipio. Se trata de un área progresista que ha aprovechado plenamente las oportunidades comerciales que se le han presentado y que son vitales para el desarrollo profesional de los ciclos de actividades comerciales y marketing y publicidad de nueva implantación en el centro.

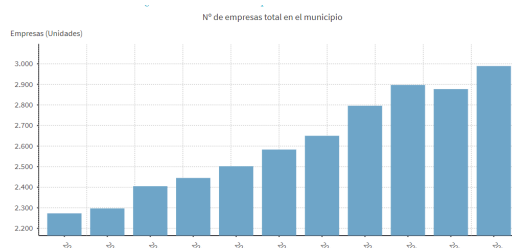
Con respecto a las comunicaciones Alhaurín de la Torre es accesible de las siguientes maneras: por el desvío de la N-340 Málaga-Cádiz: la A-404 dirección a Coín, a través de la autovía Campanillas-Parque Tecnológico sentido Cártama: salida a Churriana. y a través de la hiperronda de Málaga (MA-30), inaugurada en noviembre de 2011 que parte desde el Enlace de las Virreinas a Torremolinos y que conecta con la circunvalación del municipio.

Con respecto al mercado de trabajo el desempleo es de 2.137 mujeres frente a 1.160 hombres, no siendo uno de los municipios donde existe mayor desigualdad de género en este aspecto. La tasa de paro de un 14 % se sitúa por debajo del 18 % de la capital, no obstante, es la quinta con mayor tasa dentro de los municipios de más de 40.000 habitantes de la provincia.

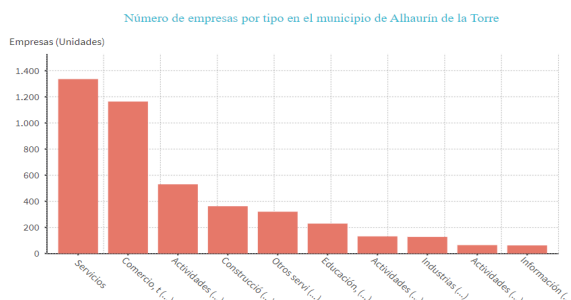
La renta bruta media del municipio ha experimentado crecimientos constantes en los últimos años de manera paralela al crecimiento de la población, siendo la mayor de la comarca del Guadalhorce.

El nivel educativo refleja bajo analfabetismo solo 390 personas según el IAE, y siendo el mayor porcentaje el de personas que tienen la enseñanza secundaria o bachillerato, no existiendo gran número de licenciados (si muchos más diplomados) equiparando las cifras de licenciados a los titulados como técnicos y técnicos superiores de formación profesional.

El número de empresas totales en el municipio ha presentado un ascenso progresivo en los últimos años rozando las 3.000 como puede observarse en el siguiente gráfico (INE).



Del total de empresas de la zona la gran mayoría se dedica a actividades relacionadas con el comercio y los servicios, siendo un dato positivo de cara a la inserción laboral de nuestros ciclos. Además, se prevé la apertura en un año de un centro comercial en la localidad que desencadenará centenares de puestos de trabajo de la rama de comercio y marketing



NORMATIVA:

1. Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional.
2. Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional.
3. Orden EFD/657/2024, de 25 de junio, por la que se determina el currículo y se regulan determinados aspectos organizativos para los ciclos formativos de grado medio en el ámbito de gestión del Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes.
4. Resolución de 26 de junio de 2024, de la Dirección General de Formación Profesional, por la que se dictan Instrucciones para regular aspectos relativos a la organización y al funcionamiento de curso 2024/2025 en la Comunidad Autónoma de Andalucía
5. Real Decreto 499/2024, de 21 de mayo, por el que se modifican determinados reales decretos por los que se establecen títulos de Formación Profesional de grado medio y se fijan sus enseñanzas mínimas.

6. Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación
7. 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
8. Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía.
9. Orden de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
10. Real Decreto 39/1997, de 17 de enero por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención
11. Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas.
12. Corrección de errores del Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas (BOE 12-03- 2012).
13. Orden de 28 de julio de 2015, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales
14. Decreto 327/2010, de 13 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria

2.- Objetivos y Competencias

La **competencia general de este título** consiste en desarrollar actividades de distribución y comercialización de bienes y/o servicios, y en gestionar un pequeño establecimiento comercial, aplicando las normas de calidad y seguridad establecidas y respetando la legislación vigente.

3.-Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos.

RA: 1. Establece las diferencias entre la Economía Lineal (EL) y la Economía Circular (EC), identificando las ventajas de la EC en relación con el medioambiente y el desarrollo sostenible

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS: Economía lineal y circular
a) Se han identificado las etapas «típicas» de los modelos basados en EL y modelos basados en EC.	– Economía lineal y circular. Modelos de empresas basados en economía lineal y circular
b) Se ha analizado cada etapa de los modelos EL y EC y su repercusión en el medio ambiente.	– Modelos de empresas y afectación del medio ambiente
c) Se ha valorado la importancia del reciclaje en los modelos económicos.	– Importancia del reciclaje en los modelos económicos
d) Se han identificado procesos reales basados en EL.	– Procesos reales basados en economía lineal. Procesos reales basados en economía circular

e) Se han identificado procesos reales basados en EC.	– Comparativa de los modelos en relación con su impacto medioambiental y los objetivos de desarrollo sostenible
f) Se han comparado los modelos anteriores en relación con su impacto medioambiental y los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible).	

RA: 2. Caracteriza los principales aspectos de la 4.^a Revolución Industrial indicando los cambios y las ventajas que se producen tanto desde el punto de vista de los clientes como de las empresas.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS: Cuarta Revolución Industrial
a) Se han relacionado los sistemas ciber físicos con la evolución industrial. b) Se ha analizado el cambio producido en los sistemas automatizados. c) Se ha descrito la combinación de la parte física de las industrias con el software, IoT (Internet de las cosas), comunicaciones, entre otros. d) Se ha descrito la interrelación entre el mundo físico y el virtual. e) Se ha relacionado la migración a entornos 4.0 con la mejora de los resultados de las empresas. f) Se han identificado las ventajas para clientes y empresas.	– Sistemas ciberfísicos. Relación con la evolución industrial – Sistemas automatizados. Cambios provocados por la Cuarta Revolución. Elementos característicos. – Interrelación entre el mundo virtual y el mundo físico – Cambios producidos en los entornos 4.0. Ventajas producidas

RA: 3. Identifica la estructura de los sistemas basados en *cloud*/nube describiendo su tipología y campo de aplicación.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS: Cloud y sistemas conectados
a) Se han identificado los diferentes niveles de la <i>cloud</i> /nube. b) Se han identificado las principales funciones de la <i>cloud</i> /nube (procesamiento de datos, intercambio de información, ejecución de aplicaciones, entre otros). c) Se ha descrito el concepto de edge computing y su relación con la <i>cloud</i> /nube. d) Se han definido los conceptos de fog y mist y sus zonas de aplicación en el conjunto. e) Se han identificado las ventajas que proporciona la utilización de la <i>cloud</i> /nube en los sistemas conectados.	– Cloud. Definición y niveles – Posibilidades del trabajo en la cloud – Edge computing y su relación con la cloud. – Fog y mist. Relación con la cloud – Ventajas del uso de los recursos de la cloud – Uso de cloud y la rentabilidad de la empresa

RA: 4. Compara los sistemas de producción/prestación de servicios digitalizados con los sistemas clásicos identificando las mejoras introducidas

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS: Tecnologías habilitadoras digitales (THD)

a) Se han identificado las tecnologías habilitadoras (THD) actuales que definen un sistema digitalizado. b) Se han descrito las características y aplicaciones del IoT, IA (Inteligencia Artificial), Big Data, tecnología 5G, la robótica colaborativa, Blockchain, Ciberseguridad, fabricación aditiva, realidad virtual, gemelos digitales, entre otras. c) Se ha descrito la contribución de las THD a la mejora de la productividad y la eficiencia de los sistemas productivos o de prestación de servicios. d) Se ha relacionado la alineación entre las unidades funcionales de las empresas que conforman el sistema y el objetivo del mismo. e) Se ha relacionado la implantación de las tecnologías habilitadoras (sensórica, tratamiento de datos, automatización y comunicaciones, entre otras) con la reducción de costes y la mejora de la competitividad. f) Se han relacionado las tecnologías disruptivas con aplicaciones concretas en los sectores productivos. g) Se han definido los sistemas de almacenamiento de datos no convencionales y el acceso a los mismos desde cada unidad. h) Se han descrito las mejoras producidas en el sistema y en cada una de sus etapas.	– Tecnologías habilitadoras actuales. Características y aplicaciones de: – IoT – IA – Big data y tratamiento de datos – Tecnología 5G – Robótica colaborativa (cobótica) – Blockchain – Ciberseguridad – Fabricación aditiva – Realidades inmersivas: RV (realidad virtual) y RA (realidad aumentada), entre otras. – Gemelos digitales – Otras – Relación entre TDH y productividad – Implantación de las tecnologías habilitadoras: relación con la reducción de costes y la mejora de la competitividad – Sistemas digitalizados reales. Ejemplos – Sistemas de almacenamiento de datos no convencionales

RA: 5. Elabora un plan de transformación de una empresa clásica del sector en el que se enmarca el título, basada en una EL, al concepto 4.0, determinando los cambios a introducir en las principales fases del sistema e indicando como afectaría a los recursos humanos.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS: Planes de transformación
a) Se ha definido a nivel de bloques el diagrama de funcionamiento de la empresa clásica. b) Se han identificado las etapas susceptibles de ser digitalizadas. c) Se han definido las tecnologías implicadas en cada una de las etapas. d) Se ha establecido la conexión de las etapas digitalizadas con el resto del sistema. e) Se ha elaborado un diagrama de bloques del sistema digitalizado. f) Se ha elaborado un informe de viabilidad y de las mejoras introducidas. g) Se ha analizado la mejora en la producción y gestión de residuos, entre otras. h) Se ha elaborado un documento con la secuencia del plan de transformación y los recursos empleados.	– Configuración de una empresa clásica. Digitalización de la empresa o unidades de esta. – TDH implicadas en la digitalización de las etapas. Relación entre etapas – Configuración de la empresa digitalizada. Cambios introducidos. Mejoras producidas – Plan de transformación. Recursos empleados

Temporalización de los Resultados de Aprendizaje.

RESULTADO DE APRENDIZAJE	1T	2T	3T
RA: 1. Establece las diferencias entre la Economía Lineal (EL) y la Economía Circular (EC), identificando las ventajas de la EC en relación con el medioambiente y el desarrollo sostenible	X		
RA: 2. Caracteriza los principales aspectos de la 4. ^a Revolución Industrial indicando los cambios y las ventajas que se producen tanto desde el punto de vista de los clientes como de las empresas.	X	X	
RA: 3. Identifica la estructura de los sistemas basados en <i>cloud</i> /nube describiendo su tipología y campo de aplicación.		En empresa	
RA: 4. Compara los sistemas de producción/prestación de servicios digitalizados con los sistemas clásicos identificando las mejoras introducidas.			X
RA: 5. Elabora un plan de transformación de una empresa clásica del sector en el que se enmarca el título, basada en una EL, al concepto 4.0, determinando los cambios a introducir en las principales fases del sistema e indicando como afectaría a los recursos humanos.			X

4.- Metodología.

La metodología didáctica hace referencia al conjunto de decisiones que son tomadas para orientar el desarrollo en el aula del proceso de enseñanza y aprendizaje. Estas decisiones se deben adaptar con el fin de contribuir al logro de las capacidades terminales por parte del alumnado.

Según el artículo 13 del Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional:

La metodología didáctica de las enseñanzas de formación profesional integrará los aspectos científicos, tecnológicos y organizativos que en cada caso correspondan, con el fin de que las personas en formación adquieran una visión global, en el marco, dimensión y objetivos de cada Grado, de los procesos

productivos propios de la realización o realizaciones profesionales, o de la actividad profesional correspondiente.

Se establecerán **estrategias didácticas** de tipo expositivo y de investigación. Para establecerlas, es útil conocer los tipos de aprendizaje según el autor David. P. Ausubel:

- Receptivo. Por explicación del profesor, material impreso, medios audiovisuales.
- Por descubrimiento. Descubre el material por sí mismo: guiado por el profesor en principio y después de manera autónoma.
- Memorístico de conceptos clave en los que después aplicar la práctica.
- Significativo. Relaciona los conceptos nuevos con los poseídos, con la experiencia y modifica esquemas conceptuales. Cada RA aprendido está relacionado con las anteriores y se integran en un Plan de Transformación de una empresa clásica en la última unidad.

Métodos didácticos:

Aplicación combinada de los siguientes métodos didácticos para el desarrollo de las sesiones formativas:

- **Método constructivista del aprendizaje**, de forma que el alumnado sea partícipe del proceso y partiendo de sus conocimientos previos, la investigación personal y/o profesional, el contacto con la realidad de su entorno y las experiencias del grupo clase, puedan plantearse cuestiones de investigación centrándose en el interés del alumnado y que estos se conviertan en participantes totalmente activos de su propia formación. ¿Cómo lo haremos? Gracias a la evaluación inicial del curso y la valoración al final de la unidad de lo que van aprendiendo los alumnos por parte del profesor, poniendo de manifiesto los conocimientos y experiencias previas de los alumnos gracias a la puesta en común mediante actividades, casos prácticos introductorios, vídeos o documentales. Posteriormente se llevarán a cabo tareas de investigación relacionadas con los aspectos que se hayan puesto de manifiesto en la puesta en común, siendo mi labor como profesor orientarlos hacia aquellos aspectos necesarios para la adquisición de las competencias. Durante todas las sesiones el alumnado podrá realizar aportaciones que sirvan para enriquecer el desarrollo de estas y que servirán para profundizar en la unidad, en aspectos concretos de la misma o en su aplicación en el ámbito profesional específico o del entorno. Por ello siempre se hará referencia a los aspectos que ya conocen o hayan trabajado. El objetivo es que el proceso de aprendizaje tenga significado para los alumnos y en todo momento sientan que lo que aprenden les sirve realmente en el entorno donde quieren desarrollarse profesionalmente (aprendizaje significativo).
- **Método de trabajo en grupo**, donde el aprendizaje colaborativo está presente en todo momento. Este método cobra mucha importancia en este módulo donde el alumnado tiene que aprender a dirigir y a formar parte de un grupo de marketing en el ámbito comercial. ¿Cómo lo haremos? Por medio de trabajos con grupos permanentes y esporádicos de carácter heterogéneo, fomentando la interacción entre profesor-alumnos, entre alumnos del mismo grupo, pero también entre alumnos de otros cursos y ciclos, así como con el resto de la comunidad educativa. Para ello se le facilitará herramientas para poder llevar a cabo sus objetivos de forma óptima y favoreciendo las habilidades sociales y emocionales.

Se destaca la configuración de entre grupos heterogéneos de manera que los alumnos puedan aprender unos de otros, fomentando la tutorización entre iguales o la tutorización entre expertos en el caso de que encontremos alumnos especialmente hábiles o conocedores de ciertas disciplinas, tal y como puede ocurrir en un entorno de trabajo real.

Buena parte de los métodos de trabajo serán en grupo, sin embargo, también se trabajará de manera individual en base a poder reconocer el esfuerzo y aprendizaje individual.

- **Método expositivo**, en el que por medio de presentaciones y explicaciones se pueda ayudar al alumnado al inicio de cada acto didáctico sobre los objetivos a alcanzar, conjuntamente con los contenidos específicos a tratar. Igualmente, este método me permitirá resumir y reforzar los puntos esenciales de cada módulo, unidad didáctica o contenidos tratados en el día a día. Muy útil también la resolución de dudas.

Este método expositivo siempre irá acompañado de pequeños ejercicios prácticos que ayuden y hagan participar al alumno, evitando la comunicación unidireccional y que la sesión sea sólo teórica.

Tipos de actividades

Actividades de enseñanza:

Se basan en captar la atención del alumnado en todo momento, explicando los contenidos acercándose a su entorno. Igualmente, y para conseguir autonomía en el desarrollo de sus funciones, se plantean actividades en las que tienen que realizar búsquedas o investigación para encontrar la solución a determinados casos expuestos. La puesta en común de todas las acciones que llevemos a cabo será vital.

Actividades de aprendizaje:

- Actividades de **inicio** como casos prácticos, dinámicas, debates, búsquedas, artículos o lluvias de ideas, vídeos, gamificación...
- Actividades de **desarrollo**: como las demostrativas (docencia directa o visita de expertos), las de investigación y aplicación (actividades de clase, casos prácticos, problemas, retos, trabajos prácticos)
- Actividades de **síntesis** como tipo test, resúmenes y esquemas, en algunas ocasiones los casos recopilatorios de algunos RA constituyen en sí una actividad de síntesis, así como de relación entre los contenidos de cada RA.
- Actividades **digitales**; Incorporando el uso de las TAC (tecnología aplicada al aprendizaje y el conocimiento), con la utilización de dispositivos digitales (PC). Nuestro alumnado deberá dominar perfectamente las estrategias de búsqueda de información en la red, tanto a lo largo del curso para su aprendizaje como una vez finalizado el curso en su vida laboral, ya que están en contacto directo y continuo con las nuevas tecnologías, principalmente con Internet y su uso en dispositivos, además la mayoría de las actividades evaluables serán seguidas a través de la plataforma **Moodle** del centro. Estas actividades pueden ser de inicio, desarrollo, síntesis, refuerzo o ampliación.
- Actividades de **refuerzo** y **ampliación**. Las actividades de refuerzo estarán centradas en aquellas capacidades que el alumnado no haya podido conseguir. Las actividades de

ampliación estarán enfocadas al alumnado que ha ido adquiriendo las capacidades necesarias durante la unidad y al que se le encomienda la investigación, profundización o resolución de tareas que lograrán enriquecer su conocimiento.

- Actividades **en empresa**: al tener el módulo un carácter DUAL, en la empresa se realizarán actividades en el entorno real de trabajo, serán evaluadas por los tutores del centro de trabajo y tendrán que ser superadas como cualquier otra que se establezca en el resto del módulo.

Para alcanzar los objetivos y competencias se desarrollarán las siguientes unidades:

UNIDAD	HORAS	TRIMESTRE	RA Y CE _s
UD 1. Economía lineal y economía circular	4 horas	Primer Trimestre	1. a, b, c, d
UD 2. Las ventajas de la economía circular	3 horas	Primer Trimestre	1. a, b, e, f
UD 3. Las revoluciones industriales	4 horas	Primer Trimestre	2. a, b
UD 4. Digitalización: la cuarta revolución industrial	4 horas	Segundo Trimestre	2. a, b, c, d, e, f
UD 5. Sistemas basados en la nube	6 horas	Segundo Trimestre	3. a, b, c, d, e
UD 6. Cambios tecnológicos en las empresas	3 horas	Tercer Trimestre	4. a, b, c, d, e, f, g
UD 7. La inteligencia artificial	3 horas	Tercer Trimestre	4. b, f, h
UD 8. Plan de transformación digital de una empresa	5 horas	Tercer Trimestre	5. a, b, c, d, e, f, g, h
Total Horas	32 horas		

Planteamiento metodológico y actividades.

Como se ha expuesto anteriormente la programación se ha organizado en 8 unidades didácticas. La duración de cada una de ellas será flexible y estará en función del grado de complejidad de los contenidos y del ritmo de aprendizaje del grupo.

La temporalización de las actividades programadas en cada unidad didáctica variará en función del tipo de actividad, agrupamiento de los alumnos y alumnas y de los recursos utilizados teniendo en cuenta que será necesario adaptar la actividad al tiempo disponible, como es el caso de alguna actividad especial; y si existe alguna salida fuera del centro, actividad que habrá que programar con tiempo.

En cualquier caso, independientemente del número de sesiones de cada unidad de trabajo, el orden metodológico general a seguir, salvo en el caso de la formación dual desarrollada en la empresa, será el siguiente:

1. **Introducción** al tema en clase sobre los conceptos, la estructura y procedimientos fundamentales de la unidad didáctica.
2. **Exploración inicial** para determinar qué grado de conocimiento tienen sobre lo que se tratará en la nueva unidad, verificando los conocimientos a través de cuestionarios, debates, gamificaciones.

3. **Desarrollo** de los contenidos. Es deseable que los contenidos sean fáciles de seguir por el alumno, que estén fuertemente estructurados y escritos con un lenguaje sencillo pero preciso. Las palabras y conceptos clave de la unidad didáctica deben señalarse, explicarse y definirse. Al terminar la explicación de cada epígrafe, o aspecto destacado de la unidad didáctica, se debería potenciar la asimilación de conocimientos mediante la realización de ejercicios y actividades prácticas. La explicación del profesor se realizará de forma presencial.
4. Realización de **casos prácticos, simulaciones y actividades** sobre los temas objeto de estudio, lo más cercanos a la realidad, con un grado creciente de dificultad. Se realizarán tareas tanto en clase como en casa y se subirán a la plataforma Moodle para su evaluación. Los casos prácticos de tipo recopilatorio siempre incluyen un debate con el grupo completo y en ocasiones la presentación al resto de compañeros, a veces cuando el interés didáctico lo requiera.
5. Realización de **trabajos de investigación**, valorando la capacidad de trabajo en equipo y la exposición de resultados en público, así como ser capaces de obtener información relevante y saber utilizarla para diseñar cambios o mejoras en un entorno de trabajo de empresa.
6. **Recuperación, refuerzo y ampliación.** A lo largo de la unidad o después de las mismas para reforzar/ ampliar conocimientos.

5.- La evaluación, medios y criterios de calificación.

Dentro del marco legal de la ORDEN de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía. Se evaluará cada uno de los siguientes resultados de aprendizaje mediante las evidencias descritas en las siguientes tablas:

NOTA: el apartado “Evidencia” puede sufrir modificaciones por el carácter flexible de la programación, según vayan planteándose el curso para adaptarnos al grupo de clase.

NOTA: En el apartado “Evidencia” las entregas se refieren a casos prácticos individuales o grupales, trabajos de exposición o trabajos de investigación, las pruebas son teórica-prácticas y de carácter individual.

RA: 1. Establece las diferencias entre la Economía Lineal (EL) y la Economía Circular (EC), identificando las ventajas de la EC en relación con el medioambiente y el desarrollo sostenible		
Criterio de evaluación	Evidencia	Peso 20%
a) Se han identificado las etapas «típicas» de los modelos basados en EL y modelos basados en EC.	Entregas	20%
b) Se ha analizado cada etapa de los modelos EL y EC y su repercusión en el medio ambiente.		
c) Se ha valorado la importancia del reciclaje en los modelos económicos		
d) Se han identificado procesos reales basados en EL.		

e) Se han identificado procesos reales basados en EC.		
f) Se han comparado los modelos anteriores en relación con su impacto medioambiental y los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible).		

RA: 2. Caracteriza los principales aspectos de la 4.ª Revolución Industrial indicando los cambios y las ventajas que se producen tanto desde el punto de vista de los clientes como de las empresas.

Criterio de evaluación	Evidencia	Peso 20%
a) Se han relacionado los sistemas ciber físicos con la evolución industrial.	Entregas	20%
b) Se ha analizado el cambio producido en los sistemas automatizados		
c) Se ha descrito la combinación de la parte física de las industrias con el software, IoT (Internet de las cosas), comunicaciones, entre otros.		
d) Se ha descrito la interrelación entre el mundo físico y el virtual.		
e) Se ha relacionado la migración a entornos 4.0 con la mejora de los resultados de las empresas.		
f) Se han identificado las ventajas para clientes y empresas.		

RA: 3. Identifica la estructura de los sistemas basados en *cloud*/nube describiendo su tipología y campo de aplicación.

DUAL. Se trabaja con el alumnado en las prácticas de empresa.

Criterio de evaluación	Evidencia	Peso 20%
a) Se han identificado los diferentes niveles de la <i>cloud</i> /nube.	Rúbrica tutor laboral. Comprensión Cloud ventajas para gestión de datos.	20%
b) Se han identificado las principales funciones de la <i>cloud</i> /nube (procesamiento de datos, intercambio de información, ejecución de aplicaciones, entre otros).		
c) Se ha descrito el concepto de edge computing y su relación con la <i>cloud</i> /nube.		
d) Se han definido los conceptos de fog y mist y sus zonas de aplicación en el conjunto.		
e) Se han identificado las ventajas que proporciona la utilización de la <i>cloud</i> /nube en los sistemas conectados.		

RA: 4. Compara los sistemas de producción/prestación de servicios digitalizados con los sistemas clásicos identificando las mejoras introducidas.

Criterio de evaluación	Evidencia	Peso 20%
a) Se han identificado las tecnologías habilitadoras (THD) actuales que definen un sistema digitalizado.	Entregas	20%
b) Se han descrito las características y aplicaciones del IoT, IA (Inteligencia Artificial), Big Data, tecnología 5G, la robótica colaborativa, Blockchain, Ciberseguridad, fabricación aditiva, realidad virtual, gemelos digitales, entre otras.		
c) Se ha descrito la contribución de las THD a la mejora de la productividad y la		

eficiencia de los sistemas productivos o de prestación de servicios.		
d) Se ha relacionado la alineación entre las unidades funcionales de las empresas que conforman el sistema y el objetivo del mismo.		
e) Se ha relacionado la implantación de las tecnologías habilitadoras (sensórica, tratamiento de datos, automatización y comunicaciones, entre otras) con la reducción de costes y la mejora de la competitividad		
f) Se han relacionado las tecnologías disruptivas con aplicaciones concretas en los sectores productivos.		
g) Se han definido los sistemas de almacenamiento de datos no convencionales y el acceso a los mismos desde cada unidad.		
h) Se han descrito las mejoras producidas en el sistema y en cada una de sus etapas.		

RA: 5. Elabora un plan de transformación de una empresa clásica del sector en el que se enmarca el título, basada en una EL, al concepto 4.0, determinando los cambios a introducir en las principales fases del sistema e indicando como afectaría a los recursos humanos.

Criterio de evaluación	Evidencia	Peso 20%
a) Se ha definido a nivel de bloques el diagrama de funcionamiento de la empresa clásica.	Entregas	20%
b) Se han identificado las etapas susceptibles de ser digitalizadas.		
c) Se han definido las tecnologías implicadas en cada una de las etapas.		
d) Se ha establecido la conexión de las etapas digitalizadas con el resto del sistema.		
e) Se ha elaborado un diagrama de bloques del sistema digitalizado.		
f) Se ha elaborado un informe de viabilidad y de las mejoras introducidas.		
g) Se ha analizado la mejora en la producción y gestión de residuos, entre otras.		
h) Se ha elaborado un documento con la secuencia del plan de transformación y los recursos empleados.		

INFORMACIÓN SOBRE EL PROCESO DE EVALUACIÓN EN LOS CICLOS FORMATIVOS DE GRADO MEDIO Y GRADO SUPERIOR.

Proceso de evaluación en los ciclos formativos de grado medio y superior.

Todos los módulos de los ciclos formativos se rigen por la **Orden de 29 de septiembre de 2010**, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Los porcentajes que corresponden a cada criterio de evaluación en los que se basan los exámenes prácticos, así como el resto de actividades formativas, se encuentran detallados en las programaciones de

los distintos módulos, disponibles en la web del centro.

Este proceso de evaluación es válido para todos los módulos profesionales impartidos por el departamento de Comercio y Marketing.

Aspectos a tener en cuenta:

A) Para superar las pruebas teórico-prácticas:

1. Se necesitará obtener como mínimo una puntuación de **5 puntos, utilizando una evaluación criterial para aprobar cada una de ellas**

2. Si el alumno/a no asiste y presenta documentación justificativa **oficial** (máximo 3 días lectivos tras la falta), podrá realizar de nuevo esa prueba el día fijado para la recuperación de la correspondiente evaluación. Si no superase esta prueba, podría realizar la recuperación de la misma, que se realizaría antes de la celebración de la evaluación correspondiente.

3. Las pruebas teórico-prácticas tienen carácter individual y cualquier ayuda que pudiera tener el alumno/a, ya sea de un compañero/a o a través de algún instrumento de apoyo no permitido, supondrá la retirada de la prueba y su inmediata **anulación**, teniendo que realizarla en el periodo de recuperación de junio el alumnado de primer curso y antes de realizar la evaluación previa del módulo de formación en centros de trabajo, el alumnado de segundo curso.

4. Para superar el módulo se han de aprobar todas las pruebas teórico-prácticas.

5. Se abrirá un plazo de recuperación antes de cada evaluación cuando su calificación criterial sea menor de cinco y para los no presentados según tiempo y forma, y otro plazo de recuperación más adicional en el periodo de recuperación de junio en el caso de que aún no se hubieran superado algunas de las pruebas.

B) Para superar las entregas (actividades, proyectos...):

1. **Para aprobar el módulo deberán estar presentados TODAS en tiempo y forma y tener una puntuación criterial mínima de 5 puntos en cada una de ellas.**

2. Deben realizarse en clase o en el taller, dentro de la organización normal de las clases. También pueden ser realizadas por el alumnado en casa y colgadas en la plataforma Moodle /Classroom dentro del plazo y forma indicadas.

3. En ningún caso, corresponde al profesor/a la tarea de recordar al alumnado que no haya presentado alguna de sus actividades, proyectos y entregas que proceda a subsanar dicha situación. Se considera que el alumnado, tiene la madurez personal y profesional suficiente como para ser conscientes de lo que no haya entregado puntualmente. El propio alumnado deberá llevar un sistema adecuado de control de esto, así como de las calificaciones obtenidas en las pruebas realizadas a lo largo del curso.

4. Se abrirá un plazo de recuperación antes de cada evaluación cuando su calificación criterial sea menor de cinco y para las no presentadas según tiempo y forma, y otro plazo de recuperación más adicional en el periodo de recuperación de junio en el caso de que aún no se hubieran superado algunas de las entregas.

C) Evaluación continua: de acuerdo con la **Orden de 29 de septiembre de 2010** en su artículo 2.2 la aplicación de la evaluación continua requiere la asistencia regular a clase y participación en las

actividades programadas del ciclo formativo, aquellos alumnos/as que incumplan esto no podrán ser evaluados mediante dicha evaluación continua y tendrán que superar **todas las entregas, actividades, proyectos y pruebas teórico-prácticas** directamente en el periodo de recuperaciones de junio. Concretamente se ha establecido que más de un 20 % de faltas injustificadas del total de horas en un módulo supone la pérdida de la evaluación continua para dicha materia.

D) Evaluación de la formación DUAL: algunos de los resultados de aprendizaje y sus criterios de evaluación para cada uno de los módulos, se imparten/aprenden en las empresas dónde el alumnado realiza las prácticas, para evaluar estos resultados de aprendizaje se tomará en cuenta lo siguiente:

- Se realizará de forma criterial con las rúbricas que los profesores/as de este departamento entregarán a los centros de trabajo que devolverán al centro educativo marcando los grados de desempeño de los criterios de evaluación de los alumnos/as para dichos resultados de aprendizaje.
- El profesor responsable de cada módulo asignará una nota numérica criterial para los criterios de evaluación de dicho resultado de aprendizaje en base a lo marcado por el centro de trabajo para cada alumno.
- Para poder realizar la formación dual en empresa por parte de un alumno/a, este tiene que haber superado el resultado de aprendizaje sobre prevención de riesgos laborales impartido en el primer trimestre del módulo Itinerario Personal para la Empleabilidad I.
- Los resultados de aprendizaje en empresa de cada módulo han de ser superados como cualquier otro para poder aprobar cada uno de los módulos profesionales.
- En base a la Orden EFD/657/2024 y Orden EFD/659/2024 de 25 de junio, por la que se determina el currículo y se regulan determinados aspectos organizativos para los ciclos formativos de grado medio/superior en el ámbito de gestión del Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes, el equipo docente podrá adoptar la decisión de que un o una estudiante no se incorpore al periodo de formación en empresa u organismo equiparado durante el primer curso, cuando la trayectoria del o de la estudiante sea incompatible con el aprovechamiento del periodo de formación en empresa. En tal circunstancia, dicho alumnado desarrollará el primer curso completo en el centro educativo y realizará, durante dicho periodo, actividades complementarias y/o de refuerzo de los resultados de aprendizaje no vinculados a la empresa. Será evaluado por el profesorado responsable de cada módulo y cuya calificación será provisional hasta tanto no desarrolle el periodo en 2º curso, con los resultados de aprendizaje de 1º y 2º curso.
- Concretamente la rúbrica para evaluar este módulo por la empresa es la siguiente:

Ítem (describe detalladamente)	CEV	% RA	Excelente	Muy bien	Aceptable	Mejorable	Muy mejorable
1. El alumno/a entiende los niveles de la cloud, sus funciones (procesamiento de datos, intercambio de información, entre otros) identificando las ventajas que ofrece en los sistemas conectados.	a,b,e	90%					
2. El alumno/a conoce la relación de edge computing, fog y mist computing como servidores que tienen más ancho de banda de datos y evitan sobrecarga en los servidores de la empresa.	c, d	10%					

Nota Competencias Personales y Sociales

La participación activa y positiva en clase, muestra de autonomía e interés e iniciativa se evaluarán mediante registros del profesor que incluyen:

- 1) Participación activa en el desarrollo de las sesiones de clase a modo de intervenciones cuando el profesor las requiera o de manera espontánea
- 2) Recogida en clase de pequeñas preguntas realizadas de manera presencial sin previo aviso sobre contenidos que se imparten en clase

La puntuación en colaboración en actividades grupales se pierde cuando un alumno o alumna no colabora en las entregas en grupo con el resto de sus compañeros/as o simplemente no las realiza o no se presenta a alguna de las exposiciones grupales

La puntuación en actitud correcta ante los miembros de la comunidad educativa se pierde si el alumno obtiene partes de disciplina o falta el respeto a los profesores/as una sola vez

La entrega de trabajos en tiempo y forma solo puntúa a los alumnos/as que entregan todos ellos antes del plazo de entrega establecido por el profesor

Nota para entregas con exposición

En el caso de entregas de tareas con exposición bien sean grupales o individuales, los alumnos que no expongan en el día y horas indicadas (salvo justificación documentada) no superan estas y tendrán que realizar de nuevo la entrega (nuevo trabajo también en el caso de trabajo entregado, pero no expuesto) y también exponerlo/a en el periodo indicado por el profesor para recuperar las entregas suspensas.

Los alumnos que justifiquen esta y entregan en tiempo y forma el trabajo, tendrán la posibilidad de cerrar con el profesor un día y hora para realizar la exposición y si es superada no van con dicha entrega a recuperaciones.

Nota coevaluación de actividades grupales

En las actividades grupales los alumnos reflejarán el trabajo que ha realizado cada uno y su porcentaje de implicación mediante un documento firmado de acuerdo por todos los integrantes del grupo, estos aspectos repercutirán en la nota del trabajo de manera individual para cada alumno/a de manera que se garantice la participación de todos los integrantes del grupo de trabajo.

Nota entregas plan de transformación digital de la empresa y otros proyectos

Al ser un trabajo por proyectos en los que tras la entrega de una fase los alumnos/as deben corregir sus fallos para poder avanzar a la siguiente fase, la no entrega de dos entregas parciales del proyecto o la no corrección de los errores tras dos entregas corregidas por el profesor conlleva que ese proyecto va al periodo de recuperación de junio.

En estos trabajos al ser continuos, un alumno/a tiene la opción de separarse del compañero/a en el caso de que su otro compañero/s no rindan (siempre tiene que quedar constancia en varios documentos de coevaluación de entregas previas firmadas por todos los miembros del grupo) y depende del avance que lleven los proyectos el profesor decidirá si continúa solo o con otro grupo en las siguientes entregas del mismo.

Periodo entre la 3ª evaluación parcial y la evaluación final

Este periodo que está regulado en la normativa vigente será dedicado prioritariamente a la adquisición de aprendizajes no adquiridos por parte del alumnado con evaluación negativa. Si fuera necesario el profesor planteará actividades de síntesis con el fin de garantizar que el alumnado que no ha superado todos los RAs pueda hacerlo ahora y el poco tiempo disponible en este periodo no sea un inconveniente.

En este periodo el alumno debe realizar aquellas pruebas, proyectos, actividades y prácticas que no hayan superado, no alcanzando sus competencias profesionales, personales y/o sociales previstas ni consiguiendo por tanto los objetivos del módulo.

Una vez realizada la propuesta de nota final del módulo, el alumnado que haya superado el módulo y que deseen mejorar su nota final, deberá realizar la petición en el plazo estimado y aquellas prácticas, pruebas o actividades en las que haya obtenido más baja puntuación y que le serán indicadas (un máximo de 6 evidencias), para decidir cuáles se hacen mantendrán una reunión previa con el profesor.

6.- Medidas de atención al alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo.

Aquellos alumnos que presenten problemas de aprendizaje o algún tipo de deficiencia se les garantizará el acceso a las pruebas de evaluación, proporcionándoles materiales específicos que les facilite la comprensión de los contenidos y realización de prácticas.

Las actividades estarán diseñadas para atender a todo el alumnado, si se detectara cualquier necesidad educativa se dará respuesta de inmediato según el protocolo n.e.a.e. (necesidades específicas de apoyo educativo). Así, nuestra actuación se centrará básicamente en:

- ❖ Atención a la diversidad de ritmos, aptitudes, intereses, expectativas y motivaciones del alumnado. Para dar respuesta a los distintos ritmos de aprendizaje, aptitudes, intereses, expectativas y motivaciones del alumnado al que hemos hecho referencia anteriormente y con los que nos encontramos inevitablemente en todos los cursos, estableceré dos tipos de actividades concretas, unas serán de refuerzo y otras de ampliación:
 - Si se aprecia la existencia de alumnos con un ritmo más acelerado de aprendizaje, se les propondrá **actividades de ampliación**, que generalmente consistirán en la realización de alguna investigación referente a los contenidos que se estén trabajando para motivarlos y que se impliquen en su proceso de enseñanza-aprendizaje.
 - Si se aprecia alumnos con posibles dificultades de aprendizaje (ritmo más lento) o con problemas de motivación o falta de interés, se les propondrá la realización de **actividades de refuerzo**, que los introduzca en los contenidos de la materia y les ayude a seguir el ritmo de la clase con menor dificultad, así como la selección de actividades y el desarrollo de una metodología motivadora y que despierte su interés.
- ❖ Atención a alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo. Se contemplan las siguientes medidas de atención a la diversidad para atender a este alumnado que lo necesite cuando se detecte la necesidad:
 - Situarlo en primera fila o un lugar dónde pueda tener un compañero de apoyo, a no ser que el alumno progrese bien en el sitio dónde se encuentre.
 - Actividades muy pautadas con instrucciones claras y concisas.
 - Supervisión constante: Si la tarea es muy larga fragmentarla. Para facilitar su implicación en las tareas incrementar el número de veces que se supervisa su trabajo. Apoyo en las explicaciones y más atención en su consecución de los estándares.
 - Actividades variadas con diferente nivel de dificultad con intención de desarrollarlas con el alumnado en clase. Para aquellos alumnos/as que no tienen problemas en realizar las actividades básicas propuestas para todos/as, se pueden diseñar actividades más complejas (actividades de ampliación), y, por otra parte, para aquellos/as que se ha detectado que tienen

problemas para la consecución de las actividades básicas, se plantea otras más sencillas que presentan menor nivel de dificultad (actividades de refuerzo).

- Flexibilidad en los tiempos asignados a las actividades en función de las dificultades encontradas por el alumnado.
- Se podrán crear si se ve conveniente, grupos de cooperación en el que los/as alumnos/as más aventajados orientarán y ayudarán a aquellos/as compañeros/as que necesiten más tiempo y refuerzo en la ejecución de las tareas, cuando la profesora esté ocupada trabajando con el resto del grupo.

Para concluir, destacar que la planificación de esta programación y su puesta en práctica va a tener en cuenta la diversidad del alumnado y las consiguientes necesidades educativas con el fin de:

- Prevenir la aparición o evitar la consolidación de dificultades de aprendizaje.
- Facilitar el proceso de maduración y autonomía del alumnado.
- Fomentar actitudes de respeto a las diferencias individuales.

7.- Transversalidad.

Expresamente, en nuestra programación estableceremos los siguientes elementos transversales para el fomento y desarrollo de la educación en valores:

- Fomentar el emprendimiento y la innovación.
- La educación moral y cívica: fomentando actitudes de respeto hacia el compañero, otras culturas y tolerancia con otras ideas. Esto se llevará a cabo con actividades en grupo y debate.
- Igualdad entre hombres y mujeres y la diversidad sexual: al tratarse de investigación podemos hacer llegar estudios sobre ello a los alumnos/as
- Las Tics.: la creciente importancia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, conocidas como TIC, que agrupan elementos y técnicas utilizadas en el tratamiento y transmisión de información, en general informática, Internet y telecomunicaciones, con búsqueda de definiciones para términos claves, así como el uso habitual de Moodle.
- Cultura andaluza: siempre que sea posible, con especial hincapié en datos de investigación la cultura empresarial andaluza.
- Libertades individuales (raza, sexo...) al tratarse de investigación podemos hacer llegar estudios sobre ello a los alumnos/as
- Legalidad en el tratamiento de los datos, muy importante en un módulo de investigación.

Los anteriores elementos tendrán su concreción en los contenidos transversales establecidos a través de las unidades didácticas y cuyo fin será la búsqueda de la asimilación y el desarrollo de la educación en los valores seleccionados en nuestro alumnado.

8.- Materiales y recursos didácticos.

Se hace necesario tanto para el profesor como para el alumno disponer continuamente de un dispositivo informático adecuado para trabajar en la plataforma Moodle y realizar trabajos con implicación de TICS en el campo del Comercio y Marketing. En el centro existen ordenadores portátiles para poder trabajar

A modo de resumen podemos indicar los siguientes:

1. Cuaderno de clase online: los alumnos deberán reflejar en él todas las actividades que se realicen en clase y en casa, de forma ordenada y limpia, y subirlo en la plataforma Moodle en su correspondiente unidad.
2. Recursos impresos: en este curso escolar seguiremos como guía de trabajo el libro, Digitalización aplicada a los sectores productivos de la editorial Mc Graw Hill. Complementarán el trabajo diario de clase otros materiales como: libros, prensa, catálogos, tickets, fotocopias. Podemos señalar los apuntes en PDF subidos a la plataforma como una guía para el trabajo diario de clase, sin perder de vista la base de la programación.
3. Encerado: la pizarra será un apoyo a las explicaciones del profesor y para las exposiciones de los alumnos, así como algunas correcciones de ejercicios. Podrá ser una aplicación del ordenador cuando haya videoconferencias.
4. Material audiovisual y visual: actualmente es un recurso importante por la motivación y el interés que suscita en el alumno, por lo que se intentará usar regularmente alguno de los siguientes materiales: fotografías, carteles, proyector/videoprojector, vídeos, programas televisivos, fragmentos de películas, emisiones radiofónicas.
5. Material informático: como parte fundamental de las Nuevas Tecnologías el alumno deberá manejar la herramienta de Internet para realizar diversas actividades de búsqueda de información. En general deberán usar el ordenador para trabajar en la plataforma Moodle, realizar búsquedas de información, actividades, trabajos, etc.

En este módulo además es relevante el uso de programas informáticos asociados al marketing.

9.- Actividades complementarias y extraescolares.

A lo largo del curso se intentarán adaptar todas las posibles, realizando las charlas de especialistas o de organismos a través de videoconferencia.

No obstante, se llevarán a cabo diferentes visitas a empresas con el fin de observar en la práctica los contenidos vistos en el aula. Así mismo, se recibirán visitas de especialistas en el centro que impartirán charlas y talleres al alumnado relacionados con los contenidos del módulo.

En la siguiente tabla se recogen las planteadas a principio de curso:

Actividad	Temporización
Visitas a comercios y centros comerciales de la zona	Todo el curso
Charlas en diferentes localizaciones relacionadas con la materia	Todo el curso
Días mundiales señalados	Todo el curso

10.- Aportación del módulo al proyecto intermodular

De vital importancia para el proyecto intermodular de segundo curso son los siguientes resultados de aprendizaje:

- RA: 3. Identifica la estructura de los sistemas basados en *cloud*/nube describiendo su tipología y campo de aplicación.
- RA: 4. Compara los sistemas de producción/prestación de servicios digitalizados con los sistemas clásicos identificando las mejoras introducidas.

El alumno en el proyecto deberá elaborar como eje principal del mismo un plan de marketing que engloba también al resto de conocimientos adquiridos por otros resultados de aprendizaje de otros módulos.

Programación didáctica

Módulo	Marketing en la Actividad Comercial (1226)
Ciclo	T.M. Actividades comerciales
Curso	Primero
Familia	Comercio y marketing
Profesor/a	M^a Teresa Fernández de la Cruz
Curso	2024/25



IES Huerta Alta



Unión Europea

Fondo Social Europeo

"El FSE invierte en tu futuro"



Índice:

- 1.- Introducción.**
- 2.- Objetivos y Competencias.**
- 3.- Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos.**
- 4.- Metodología.**
- 5.- La evaluación, medios y criterios de calificación.**
- 6.- Medidas para el alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo.**
- 7.- Transversalidad.**
- 8.- Materiales y recursos didácticos.**
- 9.- Actividades complementarias y extraescolares.**
- 10.- Aportación del módulo al proyecto intermodular.**

1.- Introducción

Perfil del alumnado

El alumnado procede del mismo Alhaurín de la Torre y zonas colindantes, enclavado el IES en la Urbanización Fuensanguinea, el municipio limita con Málaga, Cártama, Torremolinos, Mijas, Benalmádena y Alhaurín el Grande.

Sobre el rendimiento académico del alumnado en el primer curso del ciclo, teniendo en cuenta los resultados de las evaluaciones iniciales llevadas a cabo a principio de curso, alcanza un nivel medio-bajo, aunque presentan interés por aprender. Existe una gran mayoría de alumnado menor de edad.

La implicación de las familias y el entorno y su efecto positivo o negativo en la repercusión académica de los alumnos/as de grado medio no es muy notable, no obstante, se mantiene tutoría tanto con los menores como con los mayores de edad para incentivarlo.

La convivencia en el centro para los ciclos formativos es ejemplar, salvo algún caso atípico, los grupos cohesionan bien y el clima es muy bueno.

El centro tiene diversidad de edades y perfiles de alumnado y está muy bien organizado en este aspecto, al ser solo los ciclos destinados al horario de tarde con exclusividad este aspecto de heterogeneidad no influye al normal desarrollo de la convivencia.

Los alumnos/as del ciclo proceden de este mismo centro educativo, de otros centros de Alhaurín de la Torre, Alhaurín el Grande, Churriana y Coín.

Contexto socio-cultural

La población de Alhaurín de la Torre la componen 45.531 habitantes, los sexos son bastante equiparados 21.153 hombres y 21.378 mujeres, siendo la edad media 39,8 años de manera que no es un núcleo urbano excesivamente envejecido, propio de una ciudad dormitorio a solo unos 16 km de la capital malagueña.

Alhaurín de la Torre es uno de los municipios con más rápido crecimiento de la Costa del Sol, gracias en gran medida a su cercanía a Málaga y a la carretera costera A7 / N-340, así como al entusiasmo de sus habitantes por modernizar su municipio. Se trata de un área progresista que ha aprovechado plenamente las oportunidades comerciales que se le han presentado y que son vitales para el desarrollo profesional de los ciclos de actividades comerciales y marketing y publicidad de nueva implantación en el centro.

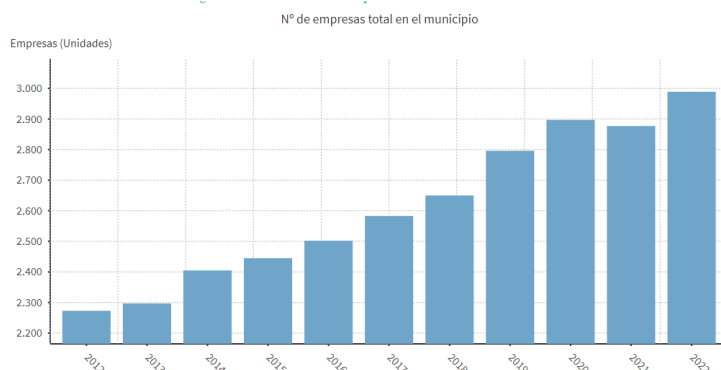
Con respecto a las comunicaciones Alhaurín de la Torre es accesible de las siguientes maneras: por el desvío de la N-340 Málaga-Cádiz: la A-404 dirección a Coín, a través de la autovía Campanillas-Parque Tecnológico sentido Cártama: salida a Churriana. y a través de la hiperronda de Málaga (MA-30), inaugurada en noviembre de 2011 que parte desde el Enlace de las Virreinas a Torremolinos y que conecta con la circunvalación del municipio.

Con respecto al mercado de trabajo el desempleo es de 2.137 mujeres frente a 1.160 hombres, no siendo uno de los municipios donde existe mayor desigualdad de género en este aspecto. La tasa de paro de un 14 % se sitúa por debajo del 18 % de la capital, no obstante, es la quinta con mayor tasa dentro de los municipios de más de 40.000 habitantes de la provincia.

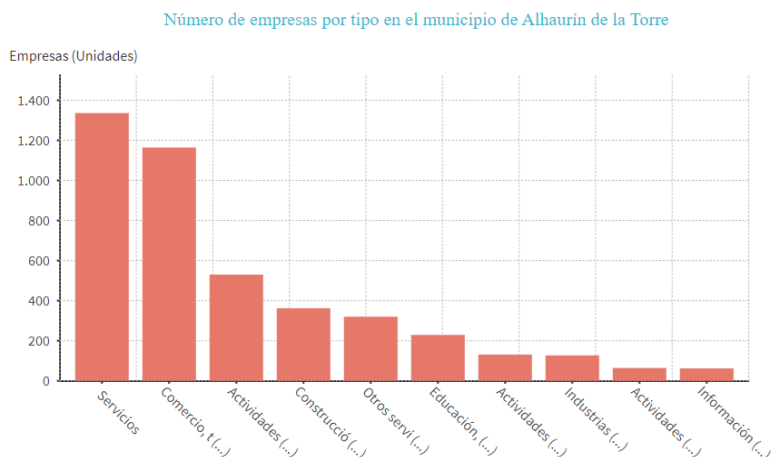
La renta bruta media del municipio ha experimentado crecimientos constantes en los últimos años de manera paralela al crecimiento de la población, siendo la mayor de la comarca del Guadalhorce.

El nivel educativo refleja bajo analfabetismo solo 390 personas según el IAE, y siendo el mayor porcentaje el de personas que tienen la enseñanza secundaria o bachillerato, no existiendo gran número de licenciados (si muchos más diplomados) equiparando las cifras de licenciados a los titulados como técnicos y técnicos superiores de formación profesional.

El número de empresas totales en el municipio ha presentado un ascenso progresivo en los últimos años rozando las 3.000 como puede observarse en el siguiente gráfico (INE).



Del total de empresas de la zona la gran mayoría se dedica a actividades relacionadas con el comercio y los servicios, siendo un dato positivo de cara a la inserción laboral de nuestros ciclos. Además, se prevé la apertura en un año de un centro comercial en la localidad que desencadenará centenares de puestos de trabajo de la rama de comercio y marketing



NORMATIVA:

1. Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional.
2. Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional.
3. Orden EFD/657/2024, de 25 de junio, por la que se determina el currículo y se regulan determinados aspectos organizativos para los ciclos formativos de grado medio en el ámbito de gestión del Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes.
4. Resolución de 26 de junio de 2024, de la Dirección General de Formación Profesional, por la que se dictan Instrucciones para regular aspectos relativos a la organización y al funcionamiento de curso 2024/2025 en la Comunidad Autónoma de Andalucía
5. Real Decreto 499/2024, de 21 de mayo, por el que se modifican determinados reales decretos por los que se establecen títulos de Formación Profesional de grado medio y se fijan sus enseñanzas mínimas.
6. Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación
7. 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
8. Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía.
9. Orden de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
10. Real Decreto 39/1997, de 17 de enero por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención
11. Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas.
12. Corrección de errores del Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas (BOE 12-03- 2012).
13. Orden de 28 de julio de 2015, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales
14. Decreto 327/2010, de 13 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria

2.- Objetivos y Competencias

La **competencia general de este título** consiste en desarrollar actividades de distribución y comercialización de bienes y/o servicios, y en gestionar un pequeño establecimiento comercial, aplicando las normas de calidad y seguridad establecidas y respetando la legislación vigente.

La formación del módulo ayudará a alcanzar los siguientes **objetivos generales del título**, enunciados en el Anexo I de la Orden de 28 de julio de 2015:

n) Identificar el mercado y el entorno de la empresa comercial, obteniendo y organizando la información de los agentes que intervienen en el proceso comercial y aplicando políticas de marketing apropiadas para ejecutar las acciones de marketing.

q) Analizar y utilizar los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación para aprender y actualizar sus conocimientos, reconociendo las posibilidades de mejora profesional y personal, para adaptarse a diferentes situaciones profesionales y laborales.

r) Desarrollar trabajos en equipo y valorar su organización, participando con tolerancia y respeto, y tomar decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía.

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

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

La formación del módulo contribuye a alcanzar las **competencias profesionales, personales y sociales** de este título que se relacionan a continuación:

i) Ejecutar las acciones de marketing definidas por la organización comercial en el plan de marketing, identificando las necesidades de productos y/o servicios de los clientes, los factores que intervienen en la fijación de precios, los canales de distribución y las técnicas de comunicación para cumplir con los objetivos fijados por la dirección comercial.

m) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.

n) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.

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

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

3.-Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos.

RA: 1. Identifica el concepto de marketing y su utilidad en la actividad comercial, analizando sus principales funciones en las empresas y organizaciones

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS: Identificación del concepto de marketing y sus funciones
a) Se han comparado las distintas acepciones del término marketing. b) Se han determinado las funciones del marketing en las empresas, organizaciones e instituciones sin ánimo de lucro y en la economía. c) Se han detallado los distintos tipos de marketing, analizando sus características diferenciadoras. d) Se han caracterizado los instrumentos de marketing-mix, analizando los principales elementos que los integran. e) Se han diferenciado los distintos enfoques que las empresas pueden dar a su actividad comercial, analizando sus ventajas e inconvenientes. f) Se han considerado diferentes formas de organización del departamento de marketing, según tamaño de la empresa, tipo de actividad y mercado donde opera, entre otros. g) Se han analizado las nuevas tendencias del marketing gracias a la aplicación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación	Concepto y contenido del marketing. Origen y evolución del concepto. Funciones del marketing en la empresa y en la economía. - Las funciones del marketing en empresas públicas y privadas, con y sin ánimo de lucro. - Las relaciones de intercambio a nivel macroeconómico y microeconómico. Tipos de marketing. - Marketing estratégico y operativo. - Marketing interno y externo. - Marketing según el producto. - Nuevas tendencias. Marketing internacional, relacional, emocional, social, digital, viral, Street marketing, y otros. Los instrumentos y políticas de marketing-mix. El producto. El precio. La distribución. La comunicación. El marketing en la gestión de la empresa. - Implicaciones del marketing en la empresa. - Investigación y análisis, planificación, organización, ejecución, control y evaluación. Orientación de la actividad comercial de la empresa. Hacia el producto, hacia la producción, hacia las ventas, hacia el consumidor, hacia la competencia y hacia el mercado. Organización del departamento de marketing de una empresa atendiendo a diferentes criterios. Estructura y organigramas. Organización funcional, geográfica, por productos y mixta. Tendencias actuales del marketing. Aplicación de las nuevas tecnologías (las TIC). El marketing en Internet. - La globalización y la responsabilidad social. - El Comercio electrónico, tiendas virtuales, portales, servicios online, videoconferencias, redes sociales y otros.

RA: 2. Caracteriza el mercado y el entorno de la empresa, analizando los principales factores que los conforman y su influencia en la aplicación de las acciones de marketing.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS: Caracterización del mercado y el entorno de la empresa
a) Se ha identificado el concepto de mercado, los elementos que lo integran, su estructura y su funcionamiento. b) Se han identificado los límites del mercado de carácter territorial, los debidos a las características de los consumidores y los derivados del uso del producto. c) Se han comparado los mercados atendiendo a diferentes criterios. d) Se ha identificado el entorno de la empresa, analizando los factores del microentorno y el macroentorno y su influencia en la aplicación de las políticas de marketing. e) Se han aplicado técnicas de segmentación de mercados para dividir el mercado en grupos de consumidores homogéneos, analizando sus objetivos, sus utilidades y los distintos criterios de segmentación aplicables. f) Se han diferenciado las distintas estrategias de segmentación que puede adoptar una empresa al aplicar sus políticas de marketing. g) Se han analizado las clases de consumidores atendiendo a distintos criterios. h) Se han diferenciado los determinantes internos y externos que inciden en el comportamiento de compra del consumidor. i) Se ha interpretado el proceso de decisión de compra del consumidor, analizando las distintas fases y las variables que influyen en el mismo.	El mercado. Concepto, características y elementos del mercado. Funciones del mercado. Límites del mercado. Estructura del mercado. Mercado actual y potencial. Clasificación de los mercados atendiendo a distintos criterios. A la naturaleza del producto, el ámbito geográfico, el número de agentes económicos que intervienen, el destino de los productos y otros. El entorno y su influencia en el marketing de la empresa. - Factores del microentorno. Los intermediarios e intermediarias. Los proveedores. La competencia. Las instituciones. - Variables del macroentorno. Económico, social, cultural, demográfico, tecnológico, medioambiental y político-legal. Segmentación del mercado. Concepto y objetivos. Criterios de segmentación. Público objetivo. Estrategias de segmentación. Posicionamiento del producto. El estudio del comportamiento del consumidor. Necesidades y deseos. Motivos de compra. Tipos de consumidores. Consumidor final e industrial. Determinantes internos del comportamiento de compra. Motivación, percepción, aprendizaje y experiencia, personalidad, creencias y actitudes. Determinantes externos del comportamiento de compra. Entorno, cultura y valores sociales, clase social, grupos sociales, familia e influencias personales, situaciones de compra y de consumo. El proceso de decisión de compra del consumidor final. Fases del proceso y variables que influyen en el mismo. Conducta post-compra. El proceso de decisión de compra del consumidor industrial.

RA: 3. Determina el proceso de investigación comercial y el sistema de información de marketing, analizando las técnicas y los procedimientos aplicables para su desarrollo

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS: Determinación del proceso de investigación comercial y sistemas de información de marketing (SIM)
a) Se ha comprobado la necesidad de información que tienen las empresas para la toma de decisiones, el diseño y la aplicación de sus políticas comerciales. b) Se ha clasificado la información, atendiendo a criterios tales como la naturaleza de los datos, el origen y la disponibilidad de los mismos. c) Se han diferenciado las fuentes de información internas y externas, primarias y secundarias, de las que se pueden obtener los datos. d) Se ha descrito el sistema de información de marketing (SIM), diferenciando los subsistemas que lo integran y las funciones que desarrollan cada uno de ellos. e) Se ha descrito el proceso de investigación comercial, identificando las distintas fases o etapas del mismo. f) Se han identificado las fuentes de información secundarias, analizando los procedimientos para la obtención y tratamiento de los datos. g) Se han identificado las fuentes de información primarias, analizando las técnicas de investigación cualitativa y cuantitativa aplicables para la obtención de los datos. h) Se han utilizado aplicaciones informáticas para la obtención, tratamiento, análisis y archivo de información relevante para la empresa.	La necesidad de información en la empresa. Tipos de datos y fuentes de información. - Según su origen. Internos y externos. - Según su naturaleza. Cualitativos y cuantitativos. - Según su disponibilidad. Primarios y secundarios. El sistema de información de marketing (SIM). - Concepto y finalidad. - Subsistemas que conforman un SIM. - Etapas en un SIM. La investigación comercial. Concepto y características. - Aplicaciones de la investigación comercial. - Tipos de estudios. Exploratorios, descriptivos y causales. Fases de un proceso de investigación comercial. Fuentes de información secundarias. - Función de los datos secundarios en la investigación comercial. - Evaluación de las fuentes de información secundaria. - Fuentes internas y externas. Fuentes comerciales de datos secundarios. Fuentes primarias. - Técnicas de investigación cualitativa. La entrevista en profundidad, la dinámica de grupos, la observación, técnicas proyectivas y técnicas de creatividad. - Técnicas de investigación cuantitativa. Los paneles, la encuesta y tipos de encuestas. El cuestionario. Elementos de un cuestionario. Tipos de preguntas. El muestreo. Selección de la muestra. Tipos de muestreos. El trabajo de campo en la investigación comercial. Tratamiento y análisis de datos. La tabulación. Medidas estadísticas más utilizadas. Elaboración del informe y presentación de los resultados. Estructura del informe. Elaboración de gráficas y tablas. Aplicaciones informáticas y medios audiovisuales.

RA: 4. Define las políticas aplicables al producto o servicio, adecuándolo a las necesidades y perfil de los clientes y a las tendencias del mercado

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS: Definición de las políticas aplicables al producto/servicio
a) Se han identificado los atributos del producto o servicio, según su naturaleza, su utilidad y las necesidades que puede satisfacer, los motivos de compra y la percepción de valor del consumidor. b) Se ha elaborado una base de datos de los productos, líneas, familias y referencias de los productos/servicios que comercializa la empresa, incorporando a la misma la información relevante de cada producto. c) Se ha realizado un análisis comparativo del producto o servicio con otros de la competencia, comparando características técnicas, utilidades, presentación, marca y envase, entre otros. d) Se ha secuenciado el ciclo de vida de un producto, analizando las distintas etapas por las que atraviesa y las acciones de marketing aplicables en cada fase. e) Se ha actualizado la base de datos de los productos o servicios, recogiendo la información de los vendedores y vendedoras, los distribuidores y distribuidoras y las tiendas o grupos de clientes. f) Se han definido estrategias comerciales en política de producto, teniendo en cuenta las características del producto, el ciclo de vida y el perfil de los clientes a los que va dirigido. g) Se han analizado los distintos pasos a dar para crear un nuevo producto. h) Se han elaborado informes sobre productos, servicios o líneas de productos, utilizando la aplicación informática adecuada.	El producto como instrumento de marketing. Atributos de un producto. Tangibles, intangibles y servicios anexos. - Niveles del producto. Producto básico, real y aumentado. Clasificación de los productos atendiendo a distintos criterios. Según su destino, su naturaleza, su durabilidad, la frecuencia de compra, su papel en las estrategias de marketing y otros. La dimensión del producto. Gama y líneas de productos, familias y categorías. Análisis de la cartera de productos/servicios o marcas de una empresa. Análisis BCG o Portfolio, análisis DAFO y otros. El ciclo de vida del producto. Concepto y fases. Estrategias en política de productos. Estrategias de gama o de línea, según la fase del ciclo de vida del producto y otras. El proceso de desarrollo de productos nuevos. Aplicación del marketing a los servicios. Naturaleza y características de los servicios. Estrategias y gestión de los servicios. La marca. Concepto, elementos, características, finalidad y regulación legal. Tipos de marcas. Estrategias de marca. Marcas únicas, marcas individuales, marcas múltiples y segundas marcas, marcas comerciales y otras.

RA: 5. Determina el método de fijación del precio de venta del producto/servicio, teniendo en cuenta los costes, el margen comercial, los precios de la competencia, la percepción de valor del cliente y otros factores que influyen en el precio

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS: Determinación del método de fijación del precio de venta del producto/servicio
a) Se han identificado los factores que influyen en el precio de venta de un producto, considerando costes de fabricación y distribución, comisiones, márgenes, ciclo de vida, precios de la competencia y tipo de clientes, entre otros. b) Se ha identificado la normativa legal vigente relativa a precios de los productos y servicios, para su aplicación en la política de precios de la empresa.	El precio del producto como instrumento de marketing. Factores que condicionan el precio de un producto. - Factores fijados por la empresa. Los objetivos de la empresa, los costes y las estrategias del marketing-mix.

c) Se ha calculado el precio de venta del producto a partir de los costes de fabricación y distribución, aplicando un determinado margen comercial. d) Se ha analizado el efecto de una variación en los costes de fabricación y distribución sobre el precio de venta final del producto. e) Se ha calculado el margen comercial bruto del producto, a partir del análisis de los componentes del coste total, el punto muerto y la tendencia del mercado. f) Se ha determinado el efecto que producen las variaciones en el precio de venta del producto sobre las ventas, analizando la elasticidad de la demanda del producto. g) Se ha comparado el precio del producto o servicio que se comercializa con los de la competencia, analizando las causas de las diferencias. h) Se han definido estrategias en política de precios teniendo en cuenta los costes, el ciclo de vida del producto, los precios de la competencia, los motivos de compra y la percepción de valor de los clientes.	- Factores ajenos a la empresa. El mercado, la normativa legal, los proveedores, la competencia, el tipo de interés y la inflación y otros. Componentes del precio de un producto o servicio. Costes y márgenes. Costes directos e indirectos, fijos y variables, de producción, de distribución y comerciales. Margen comercial bruto y neto. Métodos de fijación de precios. - A partir del coste. Método del punto muerto, de la curva de la experiencia, de precios objetivos y otros. - Métodos de fijación de precios basados en la competencia. - Métodos de fijación de precios basados en la demanda de mercado. Estrategias en política de precios. Estrategias de precios diferenciales, según las situaciones competitivas, para grupos de productos, de precios flexibles, de productos nuevos y otras. Estrategias de precios psicológicos. Precio habitual, de prestigio, redondeados, par o impar, según el valor percibido y otros. Cálculo de costes y del precio de venta del producto, utilizando la hoja de cálculo.

RA: 6. Selecciona la forma y el canal de distribución del producto o línea de productos, considerando los tipos de intermediarios e intermediarias que intervienen y las funciones que desarrollan

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS: Selección de la forma y canal de distribución del producto o línea de productos
a) Se han identificado las funciones de la distribución comercial, valorando su importancia dentro del marketing para acercar el producto al consumidor. b) Se han identificado distintas formas de venta, en función del sector, tipo de producto y tipo de cliente, diferenciando la venta tradicional, el autoservicio y la venta sin tienda. c) Se han reconocido los canales de distribución comercial en función del número y tipo de intermediarios e intermediarias que intervienen y las funciones que desempeñan. d) Se han comparado distintas estructuras y formas de distribución comercial, considerando los niveles del canal, el número y el tipo de intermediarios e intermediarias. e) Se han diferenciado distintos tipos de contratos de intermediación comercial para formalizar la relación	La distribución comercial como instrumento de marketing. Concepto y funciones de la distribución. Los intermediarios e intermediarias comerciales. Funciones y tipos de intermediarios e intermediarias. Los comerciantes mayoristas. De servicio completo y de servicio limitado. Tipos de mayoristas. El comercio minorista. Venta tradicional, autoservicio, venta sin tienda, venta especializada, grandes almacenes y otros. Canales de distribución. Concepto, estructura, funciones y tipos. Factores que condicionan la elección de la forma y canal de distribución. El mercado, la empresa, el producto, la competencia, los intermediarios e intermediarias y otros. Formas comerciales de distribución. Comercio independiente, asociado e integrado.

entre el fabricante y los distribuidores y distribuidoras del producto. f) Se han comparado posibles estrategias de distribución para distintos productos, con vistas a seleccionar el canal más adecuado, valorando la posibilidad de distribución online. g) Se han elaborado informes sobre distribución comercial, a partir del análisis de los costes, tiempos, intermediarios e intermediarias disponibles y estrategias viables, utilizando la aplicación informática adecuada.	Formas de intermediación comercial. Bróker, agente comercial, representante y comisionista. Tipos de contratos de intermediación. La franquicia. Estrategias de distribución. - Relación del fabricante con la red de venta. Distribución propia o por cuenta ajena. - Estrategias de cobertura de mercado. Distribución intensiva, exclusiva o selectiva. - Estrategias push and pull y otras. Los costes de distribución. Estructura y cálculo. La distribución física y la logística.

RA: 7. Identifica las acciones y técnicas que integran la política de comunicación de la empresa u organización, analizando las funciones de cada una de ellas

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS: Identificación de las acciones y técnicas que integran la política de comunicación
a) Se han diferenciado los distintos tipos de acciones que integran el mix de comunicación de una empresa, analizando su finalidad. b) Se han establecido los objetivos de la política de comunicación según el público objetivo y las estrategias empresariales. c) Se han caracterizado las funciones de la publicidad y los medios y soportes más habituales. d) Se han caracterizado las distintas acciones aplicables dentro de la política de relaciones públicas de una empresa u organización. e) Se han identificado las técnicas de promoción de ventas más utilizadas por las empresas de distribución. f) Se han determinado las funciones del merchandising, identificando los distintos tipos de técnicas aplicables. g) Se ha caracterizado la venta personal, sus objetivos y características diferenciadoras como instrumento de comunicación comercial de respuesta inmediata. h) Se han identificado las técnicas de marketing directo más utilizadas. i) Se han seleccionado las acciones de comunicación y promoción más adecuadas para lanzar un producto al mercado o prolongar su permanencia en el mismo	La comunicación como instrumento de marketing. El proceso de comunicación comercial. Elementos básicos. El mix de comunicación. tipos y formas. Objetivos de las políticas de comunicación. La publicidad. Concepto, alcance y objetivos. Regulación legal. - Tipos de publicidad. Medios, soportes y formas publicitarias. Las agencias de publicidad. - La campaña publicitaria. El mensaje publicitario. - El briefing del producto. Concepto, finalidad y estructura. - La eficacia publicitaria. Copy test. Técnicas de medición. Las relaciones públicas. Concepto, objetivos y funciones. - Instrumentos de las relaciones públicas. Publicaciones, patrocinios y mecenazgos, ferias, conferencias y otros. La promoción de ventas. Concepto y objetivos. - Instrumentos de promoción dependiendo del público al que se dirige y del tipo de producto. El merchandising. Concepto, objetivos y técnicas. La venta personal. Concepto y funciones. - La fuerza de ventas. El marketing directo. Concepto y objetivos. - Instrumentos de marketing directo. Telemarketing, videotex, mailing, catálogos y otros. El marketing online.

RA: 8. Secuencia el proceso de planificación comercial, identificando las fases o etapas del plan de marketing

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS: Secuenciación del proceso de planificación comercial
a) Se han identificado las funciones de la planificación comercial en la empresa y la utilidad y el contenido del plan de marketing. b) Se han establecido las etapas o fases del proceso de elaboración del plan de marketing. c) Se ha identificado la idea de negocio de la empresa, así como la misión y valores de la misma. d) Se han establecido los datos o la información de base que será objeto de análisis para elaborar el plan de marketing. e) Se han fijado unos determinados objetivos, analizando las estrategias de marketing más adecuadas para alcanzarlos. f) Se han definido acciones relativas a las políticas de producto, precio, distribución y comunicación y las relaciones entre las mismas. g) Se han previsto procedimientos para realizar el seguimiento y control de las políticas del plan de marketing, obteniendo la información necesaria de los departamentos de la empresa, de los vendedores y vendedoras y de los distribuidores y distribuidoras, entre otros. h) Se han comparado los resultados obtenidos con los objetivos previstos. i) Se han elaborado informes de control y evaluación del plan de marketing	La planificación de marketing. Finalidad y objetivos. Características y utilidades del plan de marketing. El plan de marketing online. Niveles de planificación. Estructura del plan de marketing. Fases en su elaboración. Definición de la idea de negocio. La misión, la visión y los valores de la empresa. Análisis de la situación. Análisis interno y externo. Análisis DAFO. Fijación de los objetivos que se pretenden conseguir. Requisitos de los objetivos. Tipos de objetivos. Ejecución temporal. Definición de las acciones y políticas del marketing-mix. Presupuesto. Procedimiento de elaboración de un presupuesto. Recursos necesarios, financieros, humanos y materiales. Ejecución del plan de marketing. Seguimiento de las políticas del plan de marketing. Medidas correctoras.

Temporalización de los Resultados de Aprendizaje.

RESULTADO DE APRENDIZAJE	1T	2T	3T
RA: 1. Identifica el concepto de marketing y su utilidad en la actividad comercial, analizando sus principales funciones en las empresas y organizaciones.	X		
RA: 2. Caracteriza el mercado y el entorno de la empresa, analizando los principales factores que los conforman y su influencia en la aplicación de las acciones de marketing.		En empresa	
RA: 3. Determina el proceso de investigación comercial y el sistema de información de marketing, analizando las técnicas y los procedimientos aplicables para su desarrollo.	X		
RA: 4. Define las políticas aplicables al producto o servicio, adecuándolo a las necesidades y perfil de los clientes y a las tendencias del mercado.	X		
RA: 5. Determina el método de fijación del precio de venta del producto/servicio, teniendo en cuenta los costes, el margen comercial, los precios de la competencia, la percepción de valor del cliente y otros factores que influyen en el precio.		Antes prácticas	
RA: 6. Selecciona la forma y el canal de distribución del producto o línea de productos, considerando los tipos de intermediarios e intermediarias que intervienen y las funciones que desarrollan.			X
RA: 7. Identifica las acciones y técnicas que integran la política de comunicación de la empresa u organización, analizando las funciones de cada una de ellas			X
RA: 8. Secuencia el proceso de planificación comercial, identificando las fases o etapas del plan de marketing			X

4.- Metodología.**Orientaciones pedagógicas**

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar funciones de apoyo y colaboración en la aplicación y seguimiento de las políticas de marketing que incluye aspectos como:

- Análisis del mercado y el entorno de la empresa.
- Configuración del sistema de información de mercados (SIM).
- Análisis de las características y atributos de productos, servicios y líneas de productos para su adecuación a las necesidades y perfil de los clientes.
- Evaluación de las oportunidades de mercado para el lanzamiento de un producto o servicio.
- Aplicación de técnicas de marketing para la venta y distribución de productos.
- Cálculo del precio de venta del producto.
- Selección de la forma y/o canal de distribución de un producto, línea o gama de productos.
- Selección de la política de comunicación y promoción del producto, líneas de productos o marcas.
- Colaboración en la aplicación y control de las acciones del plan de marketing.
- Definición y aplicación de técnicas de marketing en un pequeño comercio.

Las **actividades profesionales asociadas** a esta función se aplican en:

- El desarrollo, seguimiento y control de las políticas y acciones incluidas en el plan de marketing de la empresa.
- La definición, aplicación y seguimiento de técnicas de marketing en un pequeño establecimiento comercial.

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

- Análisis de las funciones y aplicaciones del marketing en las empresas y organizaciones.
- Análisis de las funciones, contenido y estructura de un sistema de información de mercados (SIM).
- Estudio del proceso de investigación comercial, analizando sus aplicaciones en las empresas y organizaciones.
- Análisis de los atributos de productos, servicios, líneas de productos y marcas.
- Cálculo del precio de venta de productos y servicios, aplicando distintos métodos.
- Análisis de las distintas formas y canales de distribución comercial.
- Análisis de las técnicas de promoción de ventas, teniendo en cuenta el tipo de producto y las características del cliente al que van dirigidas.
- Estudio de los distintos tipos de publicidad, analizando los medios y soportes utilizados.
- Análisis de diferentes estrategias comerciales.
- Estudio del proceso de planificación comercial, analizando las políticas de producto, precio, distribución y comunicación que forman parte de un plan de marketing.

Se establecerán **estrategias didácticas** de tipo expositivo y de investigación. Para establecerlas, es útil conocer los tipos de aprendizaje según el autor David. P. Ausubel:

- Receptivo. Por explicación del profesor, material impreso, medios audiovisuales.
- Por descubrimiento. Descubre el material por sí mismo: guiado por el profesor en principio y después de manera autónoma.

- Memorístico de conceptos clave en los que después aplicar la práctica.
- Significativo. Relaciona los conceptos nuevos con los poseídos, con la experiencia y modifica esquemas conceptuales. Cada variable del marketing aprendida está relacionada con las anteriores y se integran en un Plan de Marketing en la última unidad.

Métodos didácticos:

Aplicación combinada de los siguientes métodos didácticos para el desarrollo de las sesiones formativas:

- **Método constructivista del aprendizaje**, de forma que el alumnado sea partícipe del proceso y partiendo de sus conocimientos previos, la investigación personal y/o profesional, el contacto con la realidad de su entorno y las experiencias del grupo clase, puedan plantearse cuestiones de investigación centrándose en el interés del alumnado y que estos se conviertan en participantes totalmente activos de su propia formación. ¿Cómo lo haremos? Gracias a la evaluación inicial del curso y la valoración al final de la unidad de lo que van aprendiendo los alumnos por parte del profesor, poniendo de manifiesto los conocimientos y experiencias previas de los alumnos gracias a la puesta en común mediante actividades, casos prácticos introductorios, vídeos o documentales. Posteriormente se llevarán a cabo tareas de investigación relacionadas con los aspectos que se hayan puesto de manifiesto en la puesta en común, siendo mi labor como profesor orientarlos hacia aquellos aspectos necesarios para la adquisición de las competencias. Durante todas las sesiones el alumnado podrá realizar aportaciones que sirvan para enriquecer el desarrollo de estas y que servirán para profundizar en la unidad, en aspectos concretos de la misma o en su aplicación en el ámbito profesional específico o del entorno. Por ello siempre se hará referencia a los aspectos que ya conocen o hayan trabajado. El objetivo es que el proceso de aprendizaje tenga significado para los alumnos y en todo momento sientan que lo que aprenden les sirve realmente en el entorno donde quieren desarrollarse profesionalmente (aprendizaje significativo).
- **Método de trabajo en grupo**, donde el aprendizaje colaborativo está presente en todo momento. Este método cobra mucha importancia en este módulo donde el alumnado tiene que aprender a dirigir y a formar parte de un grupo de marketing en el ámbito comercial. ¿Cómo lo haremos? Por medio de trabajos con grupos permanentes y esporádicos de carácter heterogéneo, fomentando la interacción entre profesor-alumnos, entre alumnos del mismo grupo, pero también entre alumnos de otros cursos y ciclos, así como con el resto de la comunidad educativa. Para ello se le facilitará herramientas para poder llevar a cabo sus objetivos de forma óptima y favoreciendo las habilidades sociales y emocionales.

Se destaca la configuración de entre grupos heterogéneos de manera que los alumnos puedan aprender unos de otros, fomentando la tutorización entre iguales o la tutorización entre expertos en el caso de que encontremos alumnos especialmente hábiles o conocedores de ciertas disciplinas, tal y como puede ocurrir en un entorno de trabajo real.

Buena parte de los métodos de trabajo serán en grupo, sin embargo, también se trabajará de manera individual en base a poder reconocer el esfuerzo y aprendizaje individual.

- **Método expositivo**, en el que por medio de presentaciones y explicaciones se pueda ayudar al alumnado al inicio de cada acto didáctico sobre los objetivos a alcanzar, conjuntamente con los contenidos específicos a tratar. Igualmente, este método me permitirá resumir y reforzar los puntos

esenciales de cada módulo, unidad didáctica o contenidos tratados en el día a día. Muy útil también la resolución de dudas.

Este método expositivo siempre irá acompañado de pequeños ejercicios prácticos que ayuden y hagan participar al alumno, evitando la comunicación unidireccional y que la sesión sea sólo teórica.

Tipos de actividades

Actividades de enseñanza:

Se basan en captar la atención del alumnado en todo momento, explicando los contenidos acercándose a su entorno. Igualmente, y para conseguir autonomía en el desarrollo de sus funciones, se plantean actividades en las que tienen que realizar búsquedas o investigación para encontrar la solución a determinados casos expuestos. La puesta en común de todas las acciones que llevemos a cabo será vital.

Actividades de aprendizaje:

- Actividades de **inicio** como casos prácticos, dinámicas, debates, búsquedas, artículos o lluvias de ideas, vídeos, gamificación...
- Actividades de **desarrollo**: como las demostrativas (docencia directa o visita de expertos), las de investigación y aplicación (actividades de clase, casos prácticos, problemas, retos, trabajos prácticos)
- Actividades de **síntesis** como tipo test, resúmenes y esquemas, en algunas ocasiones los casos recopilatorios de algunos RA constituyen en sí una actividad de síntesis, así como de relación entre los contenidos de cada RA.
- Actividades **digitales**; Incorporando el uso de las TAC (tecnología aplicada al aprendizaje y el conocimiento), con la utilización de dispositivos digitales (PC). Nuestro alumnado deberá dominar perfectamente las estrategias de búsqueda de información en la red, tanto a lo largo del curso para su aprendizaje como una vez finalizado el curso en su vida laboral, ya que están en contacto directo y continuo con las nuevas tecnologías, principalmente con Internet y su uso en dispositivos, además la mayoría de las actividades evaluables serán seguidas a través de la plataforma **Moodle** del centro. Estas actividades pueden ser de inicio, desarrollo, síntesis, refuerzo o ampliación.
- Actividades de **refuerzo** y **ampliación**. Las actividades de refuerzo estarán centradas en aquellas capacidades que el alumnado no haya podido conseguir. Las actividades de ampliación estarán enfocadas al alumnado que ha ido adquiriendo las capacidades necesarias durante la unidad y al que se le encomienda la investigación, profundización o resolución de tareas que lograrán enriquecer su conocimiento.
- Actividades **en empresa**: al tener el módulo un carácter DUAL, en la empresa se realizarán actividades en el entorno real de trabajo, serán evaluadas por los tutores del centro de trabajo y tendrán que ser superadas como cualquier otra que se establezca en el resto del módulo.

Para alcanzar los objetivos y competencias se desarrollarán las siguientes unidades:

UNIDAD	HORAS	TRIMESTRE	RA Y CE _s
UD 1. Introducción al marketing	10 horas	Primer Trimestre	1. a, b, c, d, e, f, g
UD 2. El mercado y el consumidor	32 horas	Segundo Trimestre	2. a, b, c, d, e, f, g, h, i
UD 3. La investigación comercial	16 horas	Primer Trimestre	3. a, b, c, d, e, f, g, h
UD 4. El producto	16 horas	Primer Trimestre	4. a, b, c, d, e, f, g, h
UD 5. El precio	12 horas	Segundo Trimestre	5. a, b, c, d, e, f, g, h
UD 6. La distribución	10 horas	Tercer Trimestre	6. a, b, c, d, e, f, g
UD 7. La comunicación comercial	16 horas	Tercer Trimestre	7. a, b, c, d, e, f, g, h, i
UD 8. El plan de marketing	16 horas	Tercer Trimestre	8. a, b, c, d, e, f, g, h, i
Total Horas	128 horas		

Planteamiento metodológico y actividades.

Como se ha expuesto anteriormente la programación se ha organizado en 8 unidades didácticas. La duración de cada una de ellas será flexible y estará en función del grado de complejidad de los contenidos y del ritmo de aprendizaje del grupo.

La temporalización de las actividades programadas en cada unidad didáctica variará en función del tipo de actividad, agrupamiento de los alumnos y alumnas y de los recursos utilizados teniendo en cuenta que será necesario adaptar la actividad al tiempo disponible, como es el caso de alguna actividad especial; y si existe alguna salida fuera del centro, actividad que habrá que programar con tiempo.

En cualquier caso, independientemente del número de sesiones de cada unidad de trabajo, el orden metodológico general a seguir, salvo en el caso de la formación dual desarrollada en la empresa, será el siguiente:

1. **Introducción** al tema en clase sobre los conceptos, la estructura y procedimientos fundamentales de la unidad didáctica.
2. **Exploración inicial** para determinar qué grado de conocimiento tienen sobre lo que se tratará en la nueva unidad, verificando los conocimientos a través de cuestionarios, debates, gamificaciones.
3. **Desarrollo** de los contenidos. Es deseable que los contenidos sean fáciles de seguir por el alumno, que estén fuertemente estructurados y escritos con un lenguaje sencillo pero preciso. Las palabras y conceptos clave de la unidad didáctica deben señalarse, explicarse y definirse. Al terminar la explicación de cada epígrafe, o aspecto destacado de la unidad didáctica, se debería potenciar la asimilación de conocimientos mediante la realización de ejercicios y actividades prácticas. La explicación del profesor se realizará de forma presencial.
4. Realización de **casos prácticos, simulaciones y actividades** sobre los temas objeto de estudio, lo más cercanos a la realidad, con un grado creciente de dificultad. Se realizarán tareas tanto en clase como en casa y se subirán a la plataforma Moodle para su evaluación. Los casos prácticos de tipo recopilatorio siempre incluyen un debate con el grupo completo y en ocasiones la presentación al resto de compañeros, a veces cuando el interés didáctico lo requiera.
5. Realización de **trabajos de investigación**, valorando la capacidad de trabajo en equipo y la exposición de resultados en público, así como ser capaces de obtener información relevante y saber

utilizarla para diseñar cambios o mejoras en un entorno de trabajo de empresa.

6. **Recuperación, refuerzo y ampliación.** A lo largo de la unidad o después de las mismas para reforzar/ ampliar conocimientos.

5.- La evaluación, medios y criterios de calificación.

Dentro del marco legal de la ORDEN de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía. Se evaluará cada uno de los siguientes resultados de aprendizaje mediante las evidencias descritas en las siguientes tablas:

NOTA: el apartado “Evidencia” puede sufrir modificaciones por el carácter flexible de la programación, según vayan planteándose el curso para adaptarnos al grupo de clase.

NOTA: En el apartado “Evidencia” las entregas se refieren a casos prácticos individuales o grupales, trabajos de exposición o trabajos de investigación, las pruebas son teórica-prácticas y de carácter individual.

RA: 1. Identifica el concepto de marketing y su utilidad en la actividad comercial, analizando sus principales funciones en las empresas y organizaciones		
Criterio de evaluación	Evidencia	Peso 12,5%
a) Se han comparado las distintas acepciones del término marketing.	Prueba	12,5%
b) Se han determinado las funciones del marketing en las empresas, organizaciones e instituciones sin ánimo de lucro y en la economía.		
c) Se han detallado los distintos tipos de marketing, analizando sus características diferenciadoras.		
d) Se han caracterizado los instrumentos de marketing–mix, analizando los principales elementos que los integran.		
e) Se han diferenciado los distintos enfoques que las empresas pueden dar a su actividad comercial, analizando sus ventajas e inconvenientes		
f) Se han considerado diferentes formas de organización del departamento de marketing, según tamaño de la empresa, tipo de actividad y mercado donde opera, entre otros.		
g) Se han analizado las nuevas tendencias del marketing gracias a la aplicación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación		

RA: 2. Caracteriza el mercado y el entorno de la empresa, analizando los principales factores que los conforman y su influencia en la aplicación de las acciones de marketing. DUAL. Se trabaja con el alumnado en las prácticas de empresa.		
Criterio de evaluación	Evidencia	Peso 12,5%
a) Se ha identificado el concepto de mercado, los elementos que lo integran, su estructura y su funcionamiento.	Rúbrica tutor laboral. Considerar el entorno y diferenciar a los consumidores.	12,5%
b) Se han identificado los límites del mercado de carácter territorial, los debidos a las características de los consumidores y los derivados del uso del producto		
c) Se han comparado los mercados atendiendo a diferentes criterios.		
d) Se ha identificado el entorno de la empresa, analizando los factores del microentorno y el macroentorno y su influencia en la aplicación de las políticas de marketing.		
e) Se han aplicado técnicas de segmentación de mercados para dividir el mercado en grupos de consumidores homogéneos, analizando sus objetivos, sus utilidades y los distintos criterios de segmentación aplicables.		
f) Se han diferenciado las distintas estrategias de segmentación que puede adoptar una empresa al aplicar sus políticas de marketing.		
g) Se han analizado las clases de consumidores atendiendo a distintos criterios.		
h) Se han diferenciado los determinantes internos y externos que inciden en el comportamiento de compra del consumidor.		
i) Se ha interpretado el proceso de decisión de compra del consumidor, analizando las distintas fases y las variables que influyen en el mismo.		

RA: 3. Determina el proceso de investigación comercial y el sistema de información de marketing, analizando las técnicas y los procedimientos aplicables para su desarrollo		
Criterio de evaluación	Evidencia	Peso 12,5%
a) Se ha comprobado la necesidad de información que tienen las empresas para la toma de decisiones, el diseño y la aplicación de sus políticas comerciales.	Prueba	9,5%
b) Se ha clasificado la información, atendiendo a criterios tales como la naturaleza de los datos, el origen y la disponibilidad de los mismos.		
c) Se han diferenciado las fuentes de información internas y externas, primarias y secundarias, de las que se pueden obtener los datos.		
d) Se ha descrito el sistema de información de marketing (SIM), diferenciando los subsistemas que lo integran y las funciones que desarrollan cada uno de ellos.		
e) Se ha descrito el proceso de investigación comercial, identificando las distintas fases o etapas del mismo.	Entrega	3%
f) Se han identificado las fuentes de información secundarias, analizando los procedimientos para la obtención y tratamiento de los datos.		
g) Se han identificado las fuentes de información primarias, analizando las técnicas de investigación cualitativa y cuantitativa aplicables para la obtención de los datos.		

h) Se han utilizado aplicaciones informáticas para la obtención, tratamiento, análisis y archivo de información relevante para la empresa.		

RA: 4. Define las políticas aplicables al producto o servicio, adecuándolo a las necesidades y perfil de los clientes y a las tendencias del mercado

Criterio de evaluación	Evidencia	Peso 12,5%
a) Se han identificado los atributos del producto o servicio, según su naturaleza, su utilidad y las necesidades que puede satisfacer, los motivos de compra y la percepción de valor del consumidor.	Prueba	2,5%
b) Se ha elaborado una base de datos de los productos, líneas, familias y referencias de los productos/servicios que comercializa la empresa, incorporando a la misma la información relevante de cada producto.	Entrega	2%
e) Se ha actualizado la base de datos de los productos o servicios, recogiendo la información de los vendedores y vendedoras, los distribuidores y distribuidoras y las tiendas o grupos de clientes.		
h) Se han elaborado informes sobre productos, servicios o líneas de productos, utilizando la aplicación informática adecuada.		
c) Se ha realizado un análisis comparativo del producto o servicio con otros de la competencia, comparando características técnicas, utilidades, presentación, marca y envase, entre otros.	Prueba	7%
d) Se ha secuenciado el ciclo de vida de un producto, analizando las distintas etapas por las que atraviesa y las acciones de marketing aplicables en cada fase.		
f) Se han definido estrategias comerciales en política de producto, teniendo en cuenta las características del producto, el ciclo de vida y el perfil de los clientes a los que va dirigido.		
g) Se han analizado los distintos pasos a dar para crear un nuevo producto.	Entrega	1%

RA: 5. Determina el método de fijación del precio de venta del producto/servicio, teniendo en cuenta los costes, el margen comercial, los precios de la competencia, la percepción de valor del cliente y otros factores que influyen en el precio

Criterio de evaluación	Evidencia	Peso 12,5%
a) Se han identificado los factores que influyen en el precio de venta de un producto, considerando costes de fabricación y distribución, comisiones, márgenes, ciclo de vida, precios de la competencia y tipo de clientes, entre otros.	Prueba	9,5%
b) Se ha identificado la normativa legal vigente relativa a precios de los productos y servicios, para su aplicación en la política de precios de la empresa.		
c) Se ha calculado el precio de venta del producto a partir de los costes de fabricación y distribución, aplicando un determinado margen comercial.		
d) Se ha analizado el efecto de una variación en los costes de fabricación y distribución sobre el precio de venta final del producto.		

e) Se ha calculado el margen comercial bruto del producto, a partir del análisis de los componentes del coste total, el punto muerto y la tendencia del mercado.		
f) Se ha determinado el efecto que producen las variaciones en el precio de venta del producto sobre las ventas, analizando la elasticidad de la demanda del producto.		
g) Se ha comparado el precio del producto o servicio que se comercializa con los de la competencia, analizando las causas de las diferencias.		
h) Se han definido estrategias en política de precios teniendo en cuenta los costes, el ciclo de vida del producto, los precios de la competencia, los motivos de compra y la percepción de valor de los clientes.	Entrega	3%

RA: 6. Selecciona la forma y el canal de distribución del producto o línea de productos, considerando los tipos de intermediarios e intermediarias que intervienen y las funciones que desarrollan

Criterio de evaluación	Evidencia	Peso 12,5%
a) Se han identificado las funciones de la distribución comercial, valorando su importancia dentro del marketing para acercar el producto al consumidor.	Prueba	2%
b) Se han identificado distintas formas de venta, en función del sector, tipo de producto y tipo de cliente, diferenciando la venta tradicional, el autoservicio y la venta sin tienda.		
c) Se han reconocido los canales de distribución comercial en función del número y tipo de intermediarios e intermediarias que intervienen y las funciones que desempeñan.	Prueba	7%
d) Se han comparado distintas estructuras y formas de distribución comercial, considerando los niveles del canal, el número y el tipo de intermediarios e intermediarias.		
f) Se han comparado posibles estrategias de distribución para distintos productos, con vistas a seleccionar el canal más adecuado, valorando la posibilidad de distribución online.		
e) Se han diferenciado distintos tipos de contratos de intermediación comercial para formalizar la relación entre el fabricante y los distribuidores y distribuidoras del producto.	Prueba	2%
g) Se han elaborado informes sobre distribución comercial, a partir del análisis de los costes, tiempos, intermediarios e intermediarias disponibles y estrategias viables, utilizando la aplicación informática adecuada.	Entrega	1,5%

RA: 7. Identifica las acciones y técnicas que integran la política de comunicación de la empresa u organización, analizando las funciones de cada una de ellas

Criterio de evaluación	Evidencia	Peso 12,5%
a) Se han diferenciado los distintos tipos de acciones que integran el mix de comunicación de una empresa, analizando su finalidad.	Prueba (10%) Entrega (2,5%)	12,5%
b) Se han establecido los objetivos de la política de comunicación según el público		

objetivo y las estrategias empresariales.		
c) Se han caracterizado las funciones de la publicidad y los medios y soportes más habituales.		
d) Se han caracterizado las distintas acciones aplicables dentro de la política de relaciones públicas de una empresa u organización.		
e) Se han identificado las técnicas de promoción de ventas más utilizadas por las empresas de distribución.		
f) Se han determinado las funciones del merchandising, identificando los distintos tipos de técnicas aplicables.		
g) Se ha caracterizado la venta personal, sus objetivos y características diferenciadoras como instrumento de comunicación comercial de respuesta inmediata.		
h) Se han identificado las técnicas de marketing directo más utilizadas.		
i) Se han seleccionado las acciones de comunicación y promoción más adecuadas para lanzar un producto al mercado o prolongar su permanencia en el mismo.		

RA: 8. Secuencia el proceso de planificación comercial, identificando las fases o etapas del plan de marketing

Criterio de evaluación	Evidencia	Peso 12,5%
a) Se han identificado las funciones de la planificación comercial en la empresa y la utilidad y el contenido del plan de marketing.	Entrega	12,5%
b) Se han establecido las etapas o fases del proceso de elaboración del plan de marketing.		
c) Se ha identificado la idea de negocio de la empresa, así como la misión y valores de la misma.		
d) Se han establecido los datos o la información de base que será objeto de análisis para elaborar el plan de marketing.		
e) Se han fijado unos determinados objetivos, analizando las estrategias de marketing más adecuadas para alcanzarlos.		
f) Se han definido acciones relativas a las políticas de producto, precio, distribución y comunicación y las relaciones entre las mismas.		
g) Se han previsto procedimientos para realizar el seguimiento y control de las políticas del plan de marketing, obteniendo la información necesaria de los departamentos de la empresa, de los vendedores y vendedoras y de los distribuidores y distribuidoras, entre otros.		
h) Se han comparado los resultados obtenidos con los objetivos previstos.		
i) Se han elaborado informes de control y evaluación del plan de marketing		

INFORMACIÓN SOBRE EL PROCESO DE EVALUACIÓN EN LOS CICLOS FORMATIVOS DE GRADO MEDIO Y GRADO SUPERIOR.

Proceso de evaluación en los ciclos formativos de grado medio y superior.

Todos los módulos de los ciclos formativos se rigen por la **Orden de 29 de septiembre de 2010**, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Los porcentajes que corresponden a cada criterio de evaluación en los que se basan los exámenes prácticos, así como el resto de actividades formativas, se encuentran detallados en las programaciones de los distintos módulos, disponibles en la web del centro.

Este proceso de evaluación es válido para todos los módulos profesionales impartidos por el departamento de Comercio y Marketing.

Aspectos a tener en cuenta:

A) Para superar las pruebas teórico-prácticas:

1. Se necesitará obtener como mínimo una puntuación de **5 puntos, utilizando una evaluación criterial para aprobar cada una de ellas**

2. Si el alumno/a no asiste y presenta documentación justificativa **oficial** (máximo 3 días lectivos tras la falta), podrá realizar de nuevo esa prueba el día fijado para la recuperación de la correspondiente evaluación. Si no superase esta prueba, podría realizar la recuperación de la misma, que se realizaría antes de la celebración de la evaluación correspondiente.

3. Las pruebas teórico-prácticas tienen carácter individual y cualquier ayuda que pudiera tener el alumno/a, ya sea de un compañero/a o a través de algún instrumento de apoyo no permitido, supondrá la retirada de la prueba y su inmediata **anulación**, teniendo que realizarla en el periodo de recuperación de junio el alumnado de primer curso y antes de realizar la evaluación previa del módulo de formación en centros de trabajo, el alumnado de segundo curso.

4. Para superar el módulo se han de aprobar todas las pruebas teórico-prácticas.

5. Se abrirá un plazo de recuperación antes de cada evaluación cuando su calificación criterial sea menor de cinco y para los no presentados según tiempo y forma, y otro plazo de recuperación más adicional en el periodo de recuperación de junio en el caso de que aún no se hubieran superado algunas de las pruebas.

B) Para superar las entregas (actividades, proyectos...):

1. **Para aprobar el módulo deberán estar presentados TODAS en tiempo y forma y tener una puntuación criterial mínima de 5 puntos en cada una de ellas.**

2. Deben realizarse en clase o en el taller, dentro de la organización normal de las clases. También pueden ser realizadas por el alumnado en casa y colgadas en la plataforma Moodle /Classroom dentro del plazo y forma indicadas.

3. En ningún caso, corresponde al profesor/a la tarea de recordar al alumnado que no haya presentado alguna de sus actividades, proyectos y entregas que proceda a subsanar dicha situación. Se considera que el alumnado, tiene la madurez personal y profesional suficiente como para ser conscientes de lo que no haya entregado puntualmente. El propio alumnado deberá llevar un sistema adecuado de control de esto,

así como de las calificaciones obtenidas en las pruebas realizadas a lo largo del curso.

4. Se abrirá un plazo de recuperación antes de cada evaluación cuando su calificación criterial sea menor de cinco y para las no presentadas según tiempo y forma, y otro plazo de recuperación más adicional en el periodo de recuperación de junio en el caso de que aún no se hubieran superado algunas de las entregas.

C) Evaluación continua: de acuerdo con la **Orden de 29 de septiembre de 2010** en su artículo 2.2 la aplicación de la evaluación continua requiere la asistencia regular a clase y participación en las actividades programadas del ciclo formativo, aquellos alumnos/as que incumplan esto no podrán ser evaluados mediante dicha evaluación continua y tendrán que superar **todas las entregas, actividades, proyectos y pruebas teórico-prácticas** directamente en el periodo de recuperaciones de junio. Concretamente se ha establecido que más de un 20 % de faltas injustificadas del total de horas en un módulo supone la pérdida de la evaluación continua para dicha materia.

D) Evaluación de la formación DUAL: algunos de los resultados de aprendizaje y sus criterios de evaluación para cada uno de los módulos, se imparten/aprenden en las empresas dónde el alumnado realiza las prácticas, para evaluar estos resultados de aprendizaje se tomará en cuenta lo siguiente:

- Se realizará de forma criterial con las rúbricas que los profesores/as de este departamento entregarán a los centros de trabajo que devolverán al centro educativo marcando los grados de desempeño de los criterios de evaluación de los alumnos/as para dichos resultados de aprendizaje.
- El profesor responsable de cada módulo asignará una nota numérica criterial para los criterios de evaluación de dicho resultado de aprendizaje en base a lo marcado por el centro de trabajo para cada alumno.
- Para poder realizar la formación dual en empresa por parte de un alumno/a, este tiene que haber superado el resultado de aprendizaje sobre prevención de riesgos laborales impartido en el primer trimestre del módulo Itinerario Personal para la Empleabilidad I.
- Los resultados de aprendizaje en empresa de cada módulo han de ser superados como cualquier otro para poder aprobar cada uno de los módulos profesionales.
- En base a la Orden EFD/657/2024 y Orden EFD/659/2024 de 25 de junio, por la que se determina el currículo y se regulan determinados aspectos organizativos para los ciclos formativos de grado medio/superior en el ámbito de gestión del Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes, el equipo docente podrá adoptar la decisión de que un o una estudiante no se incorpore al periodo de formación en empresa u organismo equiparado durante el primer curso, cuando la trayectoria del o de la estudiante sea incompatible con el aprovechamiento del periodo de formación en empresa. En tal circunstancia, dicho alumnado desarrollará el primer curso completo en el centro educativo y realizará, durante dicho periodo, actividades complementarias y/o de refuerzo de los resultados de aprendizaje no vinculados a la empresa. Será evaluado por el profesorado responsable de cada módulo y cuya calificación será provisional hasta tanto no desarrolle el periodo en 2º curso, con los resultados de aprendizaje de 1º y 2º curso.
- Concretamente la rúbrica para evaluar este módulo por la empresa es la siguiente:

Ítem (describe detalladamente)	CEV	% RA	Excelente	Muy bien	Aceptable	Mejorable	Muy mejorable
1. El alumno/a sabe los límites del mercado de la empresa según los consumidores y el uso de sus productos. Compara con otros mercados analizando su entorno.	a,b,c,d	10					
2. Diferencia y aplica técnicas para segmentar los grupos de consumidores y analiza sus objetivos, utilidades, etc.	e,f	10					
3. Analiza los tipos de consumidores y considera las características que influyen en su comportamiento de compra.	g,h	40					
4. Interpreta el proceso de decisión de compra de los clientes analizando sus fases para actuar con coherencia.	i	40					

Nota Competencias Personales y Sociales

La participación activa y positiva en clase, muestra de autonomía e interés e iniciativa se evaluarán mediante registros del profesor que incluyen:

- 1) Participación activa en el desarrollo de las sesiones de clase a modo de intervenciones cuando el profesor las requiera o de manera espontánea
- 2) Recogida en clase de pequeñas preguntas realizadas de manera presencial sin previo aviso sobre contenidos que se imparten en clase

La puntuación en colaboración en actividades grupales se pierde cuando un alumno o alumna no colabora en las entregas en grupo con el resto de sus compañeros/as o simplemente no las realiza o no se presenta a alguna de las exposiciones grupales

La puntuación en actitud correcta ante los miembros de la comunidad educativa se pierde si el alumno obtiene partes de disciplina o falta el respeto a los profesores/as una sola vez

La entrega de trabajos en tiempo y forma solo puntúa a los alumnos/as que entregan todos ellos antes del plazo de entrega establecido por el profesor

Nota para entregas con exposición

En el caso de entregas de tareas con exposición bien sean grupales o individuales, los alumnos que no expongan en el día y horas indicadas (salvo justificación documentada) no superan estas y tendrán que realizar de nuevo la entrega (nuevo trabajo también en el caso de trabajo entregado, pero no expuesto) y también exponerlo/a en el periodo indicado por el profesor para recuperar las entregas suspensas.

Los alumnos que justifiquen esta y entregan en tiempo y forma el trabajo, tendrán la posibilidad de cerrar con el profesor un día y hora para realizar la exposición y si es superada no van con dicha entrega a recuperaciones.

Nota coevaluación de actividades grupales

En las actividades grupales los alumnos reflejarán el trabajo que ha realizado cada uno y su porcentaje de implicación mediante un documento firmado de acuerdo por todos los integrantes del grupo, estos aspectos repercutirán en la nota del trabajo de manera individual para cada alumno/a de manera que se garantice la participación de todos los integrantes del grupo de trabajo.

Nota entregas plan de marketing y otros proyectos

Al ser un trabajo por proyectos en los que tras la entrega de una fase los alumnos/as deben corregir sus fallos para poder avanzar a la siguiente fase, la no entrega de dos entregas parciales del proyecto o la no

corrección de los errores tras dos entregas corregidas por el profesor conlleva que ese proyecto va al periodo de recuperación de junio.

En estos trabajos al ser continuos, un alumno/a tiene la opción de separarse del compañero/a en el caso de que su otro compañero/s no rindan (siempre tiene que quedar constancia en varios documentos de coevaluación de entregas previas firmadas por todos los miembros del grupo) y depende del avance que lleven los proyectos el profesor decidirá si continúa solo o con otro grupo en las siguientes entregas del mismo.

Periodo entre la 3ª evaluación parcial y la evaluación final

Este periodo que está regulado en la normativa vigente será dedicado prioritariamente a la adquisición de aprendizajes no adquiridos por parte del alumnado con evaluación negativa. Si fuera necesario el profesor planteará actividades de síntesis con el fin de garantizar que el alumnado que no ha superado todos los RAs pueda hacerlo ahora y el poco tiempo disponible en este periodo no sea un inconveniente.

En este periodo el alumno debe realizar aquellas pruebas, proyectos, actividades y prácticas que no hayan superado, no alcanzando sus competencias profesionales, personales y/o sociales previstas ni consiguiendo por tanto los objetivos del módulo.

Una vez realizada la propuesta de nota final del módulo, el alumnado que haya superado el módulo y que deseen mejorar su nota final, deberá realizar la petición en el plazo estimado y aquellas prácticas, pruebas o actividades en las que haya obtenido más baja puntuación y que le serán indicadas (un máximo de 6 evidencias), para decidir cuáles se hacen mantendrán una reunión previa con el profesor.

6.- Medidas de atención al alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo.

Aquellos alumnos que presenten problemas de aprendizaje o algún tipo de deficiencia se les garantizará el acceso a las pruebas de evaluación, proporcionándoles materiales específicos que les facilite la comprensión de los contenidos y realización de prácticas.

Las actividades estarán diseñadas para atender a todo el alumnado, si se detectara cualquier necesidad educativa se dará respuesta de inmediato según el protocolo n.e.a.e. (necesidades específicas de apoyo educativo). Así, nuestra actuación se centrará básicamente en:

- ❖ Atención a la diversidad de ritmos, aptitudes, intereses, expectativas y motivaciones del alumnado. Para dar respuesta a los distintos ritmos de aprendizaje, aptitudes, intereses, expectativas y motivaciones del alumnado al que hemos hecho referencia anteriormente y con los que nos encontramos inevitablemente en todos los cursos, estableceré dos tipos de actividades concretas, unas serán de refuerzo y otras de ampliación:
 - Si se aprecia la existencia de alumnos con un ritmo más acelerado de aprendizaje, se les propondrá **actividades de ampliación**, que generalmente consistirán en la realización de alguna investigación referente a los contenidos que se estén trabajando para motivarlos y que se impliquen en su proceso de enseñanza-aprendizaje.
 - Si se aprecia alumnos con posibles dificultades de aprendizaje (ritmo más lento) o con problemas de motivación o falta de interés, se les propondrá la realización de **actividades de**

refuerzo, que los introduzca en los contenidos de la materia y les ayude a seguir el ritmo de la clase con menor dificultad, así como la selección de actividades y el desarrollo de una metodología motivadora y que despierte su interés.

❖ Atención a alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo. Se contemplan las siguientes medidas de atención a la diversidad para atender a este alumnado que lo necesite cuando se detecte la necesidad:

- Situarlo en primera fila o un lugar dónde pueda tener un compañero de apoyo, a no ser que el alumno progrese bien en el sitio dónde se encuentre.
- Actividades muy pautadas con instrucciones claras y concisas.
- Supervisión constante: Si la tarea es muy larga fragmentarla. Para facilitar su implicación en las tareas incrementar el número de veces que se supervisa su trabajo. Apoyo en las explicaciones y más atención en su consecución de los estándares.
- Actividades variadas con diferente nivel de dificultad con intención de desarrollarlas con el alumnado en clase. Para aquellos alumnos/as que no tienen problemas en realizar las actividades básicas propuestas para todos/as, se pueden diseñar actividades más complejas (actividades de ampliación), y, por otra parte, para aquellos/as que se ha detectado que tienen problemas para la consecución de las actividades básicas, se plantea otras más sencillas que presentan menor nivel de dificultad (actividades de refuerzo).
- Flexibilidad en los tiempos asignados a las actividades en función de las dificultades encontradas por el alumnado.
- Se podrán crear si se ve conveniente, grupos de cooperación en el que los/as alumnos/as más aventajados orientarán y ayudarán a aquellos/as compañeros/as que necesiten más tiempo y refuerzo en la ejecución de las tareas, cuando la profesora esté ocupada trabajando con el resto del grupo.

Para concluir, destacar que la planificación de esta programación y su puesta en práctica va a tener en cuenta la diversidad del alumnado y las consiguientes necesidades educativas con el fin de:

- Prevenir la aparición o evitar la consolidación de dificultades de aprendizaje.
- Facilitar el proceso de maduración y autonomía del alumnado.
- Fomentar actitudes de respeto a las diferencias individuales.

7.- Transversalidad.

Expresamente, en nuestra programación estableceremos los siguientes elementos transversales para el fomento y desarrollo de la educación en valores:

- Fomentar el emprendimiento y la innovación.
- La educación moral y cívica: fomentando actitudes de respeto hacia el compañero, otras culturas y tolerancia con otras ideas. Esto se llevará a cabo con actividades en grupo y debate.
- Igualdad entre hombres y mujeres y la diversidad sexual: al tratarse de investigación podemos hacer llegar estudios sobre ello a los alumnos/as
- Las Tics.: la creciente importancia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación,

conocidas como TIC, que agrupan elementos y técnicas utilizadas en el tratamiento y transmisión de información, en general informática, Internet y telecomunicaciones, con búsqueda de definiciones para términos claves, así como el uso habitual de Moodle.

- Cultura andaluza: siempre que sea posible, con especial hincapié en datos de investigación la cultura empresarial andaluza.
- Libertades individuales (raza, sexo...) al tratarse de investigación podemos hacer llegar estudios sobre ello a los alumnos/as
- Legalidad en el tratamiento de los datos, muy importante en un módulo de investigación.

Los anteriores elementos tendrán su concreción en los contenidos transversales establecidos a través de las unidades didácticas y cuyo fin será la búsqueda de la asimilación y el desarrollo de la educación en los valores seleccionados en nuestro alumnado.

8.- Materiales y recursos didácticos.

Se hace necesario tanto para el profesor como para el alumno disponer continuamente de un dispositivo informático adecuado para trabajar en la plataforma Moodle y realizar trabajos con implicación de TICS en el campo del Comercio y Marketing. En el centro existen ordenadores portátiles para poder trabajar

A modo de resumen podemos indicar los siguientes:

1. Cuaderno de clase online: los alumnos deberán reflejar en él todas las actividades que se realicen en clase y en casa, de forma ordenada y limpia, y subirlo en la plataforma Moodle en su correspondiente unidad.
2. Recursos impresos: en este curso escolar seguiremos como guía de trabajo el libro, Marketing en la actividad comercial de la editorial Mc Graw Hill. Complementarán el trabajo diario de clase otros materiales como: libros, prensa, catálogos, tickets, fotocopias. Podemos señalar los apuntes en PDF subidos a la plataforma como una guía para el trabajo diario de clase, sin perder de vista la base de la programación.
3. Encerado: la pizarra será un apoyo a las explicaciones del profesor y para las exposiciones de los alumnos, así como algunas correcciones de ejercicios. Podrá ser una aplicación del ordenador cuando haya videoconferencias.
4. Material audiovisual y visual: actualmente es un recurso importante por la motivación y el interés que suscita en el alumno, por lo que se intentará usar regularmente alguno de los siguientes materiales: fotografías, carteles, proyector/videoprojector, vídeos, programas televisivos, fragmentos de películas, emisiones radiofónicas.
5. Material informático: como parte fundamental de las Nuevas Tecnologías el alumno deberá manejar la herramienta de Internet para realizar diversas actividades de búsqueda de información. En general deberán usar el ordenador para trabajar en la plataforma Moodle, realizar búsquedas de información, actividades, trabajos, etc.

En este módulo además es relevante el uso de programas informáticos asociados al marketing.

9.- Actividades complementarias y extraescolares.

A lo largo del curso se intentarán adaptar todas las posibles, realizando las charlas de especialistas o de organismos a través de videoconferencia.

No obstante, se llevarán a cabo diferentes visitas a empresas con el fin de observar en la práctica los contenidos vistos en el aula. Así mismo, se recibirán visitas de especialistas en el centro que impartirán charlas y talleres al alumnado relacionados con los contenidos del módulo.

En la siguiente tabla se recogen las planteadas a principio de curso:

Actividad	Temporización
Visitas a comercios y centros comerciales de la zona	Todo el curso
Charlas en diferentes localizaciones relacionadas con la materia	Todo el curso
Días mundiales señalados	Todo el curso

10.- Aportación del módulo al proyecto intermodular

De vital importancia para el proyecto intermodular de segundo curso son los siguientes resultados de aprendizaje:

- RA: 8 Secuencia el proceso de planificación comercial, identificando las fases o etapas del plan de marketing.

El alumno en el proyecto deberá elaborar como eje principal del mismo un plan de marketing que engloba también al resto de conocimientos adquiridos por otros resultados de aprendizaje de otros módulos.

Programación didáctica

Módulo	Sostenibilidad aplicada al sistema productivo (1708)
Ciclo	T.M. Actividades Comerciales
Curso	Primero
Familia	Comercio y marketing
Profesor/a	Elia M^a Ramos Pérez
Curso	2024/25



IES Huerta Alta



Unión Europea

Fondo Social Europeo

"El FSE invierte en tu futuro"



JUNTA DE ANDALUCÍA
CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN

Índice:

- 1.- Introducción.**
- 2.- Objetivos y Competencias.**
- 3.- Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos.**
- 4.- Metodología.**
- 5.- La evaluación, medios y criterios de calificación.**
- 6.- Medidas para el alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo.**
- 7.- Transversalidad.**
- 8.- Materiales y recursos didácticos.**
- 9.- Actividades complementarias y extraescolares.**
- 10- Aportación del módulo al proyecto intermodular**

1.- Introducción

Perfil del alumnado

El alumnado procede del mismo Alhaurín de la Torre y zonas colindantes, enclavado el IES en la Urbanización Fuensanguinea, el municipio limita con Málaga, Cártama, Torremolinos, Mijas, Benalmádena y Alhaurín el Grande.

Sobre el rendimiento académico del alumnado en los ciclos, el alumnado suele dedicar tiempo estudio muy dispar, por ello es importante tener en cuenta los resultados de las evaluaciones iniciales que llevaremos a cabo a principio de curso.

La implicación de las familias y el entorno y su efecto positivo o negativo en la repercusión académica de los alumnos/as no es muy notable para los ciclos de grado medio y prácticamente inexistente para los alumnos de grado superior debido a las edades avanzadas de estos alumnos, no obstante se mantiene tutoría con los mayores de edad y con los tutores legales de los menores de edad durante todo el curso para intentar incentivarlo.

La convivencia en el centro para los ciclos formativos es ejemplar, salvo algún caso atípico los grupos cohesionan bien y el clima es muy bueno.

El centro tiene diversidad de edades y perfiles de alumnado y está muy bien organizado en este aspecto, al ser solo los ciclos destinados al horario de tarde con exclusividad este aspecto de heterogeneidad no influye al normal desarrollo de la convivencia.

Los alumnos/as del ciclo proceden de este mismo centro educativo tras cursar bachillerato, de otros centros de Alhaurín de la Torre, Alhaurín el Grande, Málaga, Fuengirola y Marbella. También existen alumnos/as que han accedido tras cursar el grado medio de Actividades comerciales.

Contexto socio-cultural

La población de Alhaurín de la Torre la componen 45.531 habitantes, los sexos son bastante equiparados 21.153 hombres y 21.378 mujeres, siendo la edad media 39,8 años de manera que no es un núcleo urbano excesivamente envejecido, propio de una ciudad dormitorio a solo unos 16 km de la capital malagueña.

Alhaurín de la Torre es uno de los municipios con más rápido crecimiento de la Costa del Sol, gracias en gran medida a su cercanía a Málaga y a la carretera costera A7 / N-340, así como al entusiasmo de sus habitantes por modernizar su municipio. Se trata de un área progresista que ha aprovechado plenamente las oportunidades comerciales que se le han presentado y que son vitales para el desarrollo profesional de los ciclos de actividades comerciales y marketing y publicidad de nueva implantación en el centro.

Con respecto a las comunicaciones Alhaurín de la Torre es accesible de las siguientes maneras: por el desvío de la N-340 Málaga-Cádiz: la A-404 dirección a Coín, a través de la autovía Campanillas-Parque Tecnológico sentido Cártama: salida a Churriana. y a través de la hiperronda de Málaga (MA-30), inaugurada en noviembre

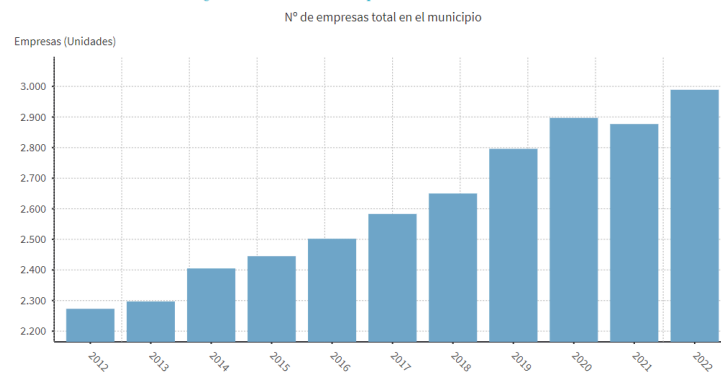
de 2011 que parte desde el Enlace de las Virreinas a Torremolinos y que conecta con la circunvalación del municipio.

Con respecto al mercado de trabajo el desempleo es de 2.137 mujeres frente a 1.160 hombres, no siendo uno de los municipios dónde existe mayor desigualdad de género en este aspecto. La tasa de paro de un 14 % se sitúa por debajo del 18 % de la capital, no obstante es la quinta con mayor tasa dentro de los municipios de más de 40.000 habitantes de la provincia.

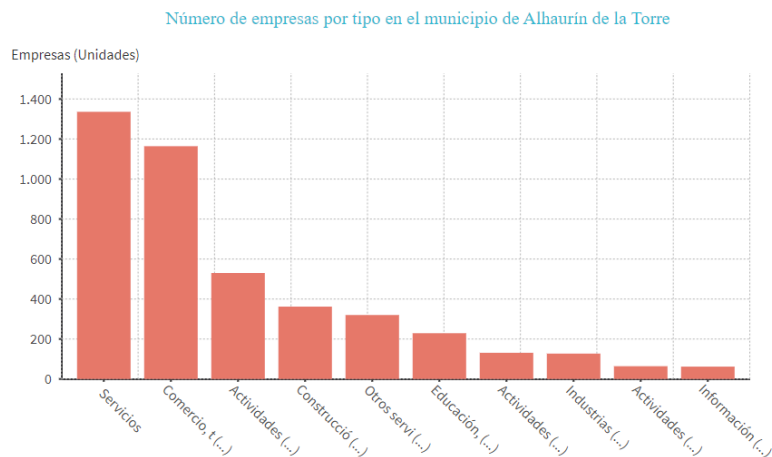
La renta bruta media del municipio ha experimentado crecimientos constantes en los últimos años de manera paralela al crecimiento de la población, siendo la mayor de la comarca del Guadalhorce.

El nivel educativo refleja bajo analafabetismo solo 390 personas según el IAE, y siendo el mayor porcentaje el de personas que tienen la enseñanza secundaria o bachillerato, no existiendo gran número de licenciados (si muchos más diplomados) equiparando las cifras de licenciados a los titulados como técnicos y técnicos superiores de formación profesional.

El número de empresas totales en el municipio ha presentado un ascenso progresivo en los últimos años rozando las 3.000 como puede observarse en el siguiente gráfico (INE).



Del total de empresas de la zona la gran mayoría se dedica a actividades relacionadas con el comercio y los servicios, siendo un dato positivo de cara a la inserción laboral de nuestros ciclos. Además se prevé la apertura en un año de un centro comercial en la localidad que desencadenará centenares de puestos de trabajo de la rama de comercio y marketing



NORMATIVA:

1. Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional
2. Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional.
3. Orden EFD/659/2024, de 25 de junio, por la que se determina el currículo y se regulan determinados aspectos organizativos para los ciclos formativos de grado superior en el ámbito de gestión del Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes
4. Orden EFD/657/2024, de 25 de junio, por la que se determina el currículo y se regulan determinados aspectos organizativos para los ciclos formativos de grado medio en el ámbito de gestión del Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes.
5. Resolución de 26 de junio de 2024, de la Dirección General de Formación Profesional, por la que se dictan Instrucciones para regular aspectos relativos a la organización y al funcionamiento del curso 2024/2025 en la Comunidad Autónoma de Andalucía
6. Real Decreto 499/2024, de 21 de mayo, por el que se modifican determinados reales decretos por los que se establecen títulos de Formación Profesional de grado medio y se fijan sus enseñanzas mínimas.
7. Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación
8. 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.
9. Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía.
10. ORDEN de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
11. Real Decreto 39/1997, de 17 de enero por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención.
12. Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas
13. Orden de 28 de julio de 2015, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales.
14. Decreto 327/2010, de 13 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria

2.- Objetivos y Competencias

La **competencia general de este título** consiste en desarrollar actividades de distribución y comercialización de bienes y/o servicios, y en gestionar un pequeño establecimiento comercial, aplicando las normas de calidad y seguridad establecidas y respetando la legislación vigente.

3.- Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos.

RA 1: Identifica los aspectos ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) relativos a la sostenibilidad teniendo en cuenta el concepto de desarrollo sostenible y los marcos internacionales que contribuyen a su consecución	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se ha descrito el concepto de sostenibilidad, estableciendo los marcos internacionales asociados al desarrollo sostenible. b) Se han identificado los asuntos ambientales, sociales y de gobernanza que influyen en el desarrollo sostenible de las organizaciones empresariales. c) Se han relacionado los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) con su importancia para la consecución de la Agenda 2030. d) Se ha analizado la importancia de identificar los aspectos ASG más relevantes para los grupos de interés de las organizaciones relacionándolos con los riesgos y oportunidades que suponen para la propia organización. e) Se han identificado los principales estándares de métricas para la evaluación del desempeño en sostenibilidad y su papel en la rendición de cuentas que marca la legislación vigente y las futuras regulaciones en desarrollo. f) Se ha descrito la inversión socialmente responsable y el papel de los analistas, inversores, agencias e índices de sostenibilidad en el fomento de la sostenibilidad.	1. La sostenibilidad 1.1. Actividad humana y ecosistemas: la sostenibilidad 1.2. El desarrollo sostenible 2. Los retos del desarrollo sostenible 2.1. Los retos medioambientales: el cambio climático 2.2. Consecuencias para las empresas 3. Acción y alianzas para la sostenibilidad 3.1. Desandar el camino del cambio climático: descarbonizar y desmaterializar la actividad económica 3.2. Alianzas y acciones transversales para la sostenibilidad

RA 2: Caracteriza los retos ambientales y sociales a los que se enfrenta la sociedad, describiendo los impactos sobre las personas y los sectores productivos y proponiendo acciones para minimizarlos

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se han identificado los principales retos ambientales y sociales. b) Se han relacionado los retos ambientales y sociales con el desarrollo de la actividad económica. c) Se ha analizado el efecto de los impactos ambientales y sociales sobre las personas y los sectores productivos. d) Se han identificado las medidas y acciones encaminadas a minimizar los impactos ambientales y sociales. e) Se ha analizado la importancia de establecer alianzas y trabajar de manera transversal y coordinada para abordar con éxito los retos ambientales y sociales	1. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 1.1. Los ODS y las dimensiones de la sostenibilidad 1.2. ODS, metas e indicadores de desempeño 2. Los ODS y tú 2.1. Los ODS a nivel personal: el consumo responsable 2.2. Los ODS en el ámbito profesional 3. Los ODS en la empresa 3.1. El punto de partida: fijar metas de desarrollo sostenible 3.2. La Unión Europea y los ODS. Iniciativas que afectan a las empresas

RA 3: Establece la aplicación de criterios de sostenibilidad en el desempeño profesional y personal, identificando los elementos necesarios

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se han identificado los ODS más relevantes para la actividad profesional que realiza. b) Se han analizado los riesgos y oportunidades que representan los ODS. c) Se han identificado las acciones necesarias para atender algunos de los retos ambientales y sociales desde la actividad profesional y el entorno personal.	1. La empresa y los grupos de interés 1.1. Los grupos de interés de las empresas 1.2. Los grupos de interés y las estrategias de sostenibilidad 2. La sostenibilidad desde el punto de vista de la empresa: los aspectos ASG 3. Las Normas Europeas de Información sobre Sostenibilidad (NEIS) y el estado no financiero

RA 4: Propón productos y servicios responsables teniendo en cuenta los principios de la economía circular

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se ha caracterizado el modelo de producción y consumo actual. b) Se han identificado los principios de la economía verde y circular. c) Se han contrastado los beneficios de la economía verde y circular frente al modelo clásico de producción. d) Se han aplicado principios de ecodiseño. e) Se ha analizado el ciclo de vida del producto. f) Se han identificado los procesos de producción y los criterios de sostenibilidad aplicados	1. El ciclo de vida del producto y la economía lineal 1.1. El ciclo de vida del producto 1.2. Los riesgos de la economía lineal 2. La economía verde y circular 2.1. Principios de la economía circular: las 7 «R» 2.2. Beneficios de la economía verde y circular 3. Procesos sostenibles: la producción limpia 3.1. Fases en una evaluación de producción limpia 3.2. Opciones para la implantación de la producción limpia 4. Productos sostenibles: el ecodiseño 4.1. Estrategias y principios de ecodiseño 4.2. Beneficios del ecodiseño 4.3. Etapas en el proceso de ecodiseño

RA 5: Realiza actividades sostenibles minimizando el impacto de las mismas en el medio ambiente

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	
a) Se ha caracterizado el modelo de producción y consumo actual. b) Se han identificado los principios de la economía verde y circular. c) Se han contrastado los beneficios de la economía verde y circular frente al modelo clásico de producción. d) Se ha evaluado el impacto de las actividades personales y profesionales. e) Se han aplicado principios de ecodiseño. f) Se han aplicado estrategias sostenibles. g) Se ha analizado el ciclo de vida del producto. h) Se han identificado los procesos de producción y los criterios de sostenibilidad aplicados. i) Se ha aplicado la normativa ambiental.	1. Medidores de la sostenibilidad: los indicadores de desempeño 2. Los certificados de sostenibilidad 3. La inversión socialmente responsable (ISR) 3.1. ¿Qué es invertir? 3.2. La inversión social y medioambientalmente responsable 3.3. Regulación y certificación de la inversión socialmente responsable 3.4. Los indicadores de ISR y el rating ASG 4. Los medidores de la sostenibilidad: organismos, consultorías y agencias

RA 6: Analiza un plan de sostenibilidad de una empresa del sector, identificando sus grupos de interés, los aspectos ASG materiales y justificando acciones para su gestión y medición

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se han identificado los principales grupos de interés de la empresa. b) Se han analizado los aspectos ASG materiales, las expectativas de los grupos de interés y la importancia de los aspectos ASG en relación con los objetivos empresariales. c) Se han definido acciones encaminadas a minimizar los impactos negativos y aprovechar las oportunidades que plantean los principales aspectos ASG identificados. d) Se han determinado las métricas de evaluación del desempeño de la empresa de acuerdo con los estándares de sostenibilidad más ampliamente utilizados. e) Se ha elaborado un informe de sostenibilidad con el plan y los indicadores propuestos.	1. La información no financiera de las organizaciones 1.1. Los estándares de informe no financiero 1.2. Principales documentos de información no financiera 2. El plan de sostenibilidad 2.1. Estructura del plan de sostenibilidad. 2.2. Priorizando aspectos: análisis de doble materialidad 2.3. Priorizando iniciativas: matriz de impacto y factibilidad. 3. Las memorias de sostenibilidad y los informes de impacto ambiental 3.1. Los informes o memorias de sostenibilidad 3.2. Estudios y declaraciones de impacto ambiental

Temporalización de los Resultados de Aprendizaje.

RESULTADO DE APRENDIZAJE	1T	2T	3T
RA 1: Identifica los aspectos ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) relativos a la sostenibilidad teniendo en cuenta el concepto de desarrollo sostenible y los marcos internacionales que contribuyen a su consecución	X		
RA 2: Caracteriza los retos ambientales y sociales a los que se enfrenta la sociedad, describiendo los impactos sobre las personas y los sectores productivos y proponiendo acciones para minimizarlos	X		
RA 3: Establece la aplicación de criterios de sostenibilidad en el desempeño profesional y personal, identificando los elementos necesarios	X		
RA 4: Propón productos y servicios responsables teniendo en cuenta los principios de la economía circular			X
RA 5: Realiza actividades sostenibles minimizando el impacto de las mismas en el medio ambiente		X RA en empresa	
RA 6: Analiza un plan de sostenibilidad de una empresa del sector, identificando sus grupos de interés, los aspectos ASG materiales y justificando acciones para su gestión y medición			X

4.- Metodología.

Métodos didácticos:

Aplicación combinada de los siguientes métodos didácticos para el desarrollo de las sesiones formativas:

- **Método constructivista del aprendizaje**, de forma que el alumnado sea partícipe del proceso y partiendo de sus conocimientos previos, la investigación personal y/o profesional, el contacto con la realidad de su entorno y las experiencias del grupo clase, puedan plantearse cuestiones de investigación centrándose en el interés del alumnado y que estos se conviertan en participantes totalmente activos de su propia formación. ¿Cómo lo haremos? Gracias a la evaluación inicial del curso y la valoración al final de la unidad de lo que van aprendiendo los alumnos por parte del profesor, poniendo de manifiesto los conocimientos y experiencias previas de los alumnos gracias a la puesta en común mediante actividades, casos prácticos introductorios, vídeos o documentales. Posteriormente se llevarán a cabo tareas de investigación relacionadas con los aspectos que se hayan puesto de manifiesto en la puesta en común, siendo mi labor como profesor orientarlos hacia aquellos aspectos necesarios para la adquisición de las competencias. Durante todas las sesiones el alumnado podrá realizar aportaciones que sirvan para enriquecer el desarrollo de estas y que servirán para profundizar en la unidad, en aspectos concretos de la misma o en su aplicación en el ámbito profesional específico o del entorno. Por ello siempre se hará referencia a los aspectos que ya conocen o hayan trabajado. El objetivo es que el proceso de aprendizaje tenga significado para los alumnos y en todo momento sientan que lo que aprenden les sirve realmente en el entorno donde quieren desarrollarse profesionalmente (aprendizaje significativo).
- **Método de trabajo en grupo**, donde el aprendizaje colaborativo está presente en todo momento. Este método cobra mucha importancia en este módulo donde el alumnado tiene que aprender a dirigir y a formar parte de un grupo de marketing en el ámbito comercial. ¿Cómo lo haremos? Por medio de trabajos con grupos permanentes y esporádicos de carácter heterogéneo, fomentando la interacción entre profesor-alumnos, entre alumnos del mismo grupo, pero también entre alumnos de otros cursos y ciclos, así como con el resto de la comunidad educativa. Para ello se le facilitará herramientas para poder llevar a cabo sus objetivos de forma óptima y favoreciendo las habilidades sociales y emocionales.

Se destaca la configuración de entre grupos heterogéneos de manera que los alumnos puedan aprender unos de otros, fomentando la tutorización entre iguales o la tutorización entre expertos en el caso de que encontremos alumnos especialmente hábiles o conocedores de ciertas disciplinas, tal y como puede ocurrir en un entorno de trabajo real.

Buena parte de los métodos de trabajo serán en grupo, sin embargo, también se trabajará de manera individual en base a poder reconocer el esfuerzo y aprendizaje individual.

- **Método expositivo**, en el que por medio de presentaciones y explicaciones se pueda ayudar al alumnado al inicio de cada acto didáctico sobre los objetivos a alcanzar, conjuntamente con los contenidos específicos a tratar. Igualmente, este método me permitirá resumir y reforzar los puntos esenciales de cada módulo, unidad didáctica o contenidos tratados en el día a día. Muy útil también la resolución de dudas.

Este método expositivo siempre irá acompañado de pequeños ejercicios prácticos que ayuden y hagan participar al alumno, evitando la comunicación unidireccional y que la sesión sea sólo teórica.

Tipos de actividades

Actividades de enseñanza:

Se basan en captar la atención del alumnado en todo momento, explicando los contenidos acercándose a su entorno. Igualmente, y para conseguir autonomía en el desarrollo de sus funciones, se plantean actividades en las que tienen que realizar búsquedas o investigación para encontrar la solución a determinados casos expuestos. La puesta en común de todas las acciones que llevemos a cabo será vital.

Actividades de aprendizaje:

- Actividades de **inicio** como casos prácticos, dinámicas, debates, búsquedas, artículos o lluvias de ideas, vídeos, gamificación...
- Actividades de **desarrollo**: como las demostrativas (docencia directa o visita de expertos), las de investigación y aplicación (actividades de clase, casos prácticos, problemas, retos, trabajos prácticos)
- Actividades de **síntesis** como resúmenes y esquemas, en algunas ocasiones los casos recopilatorios de algunos RA constituyen en sí una actividad de síntesis, así como de relación entre los contenidos de cada RA. El propio plan de marketing que desarrollen en sí constituye un ejercicio de síntesis global del módulo.
- Actividades **digitales**; Incorporando el uso de las TAC (tecnología aplicada al aprendizaje y el conocimiento), con la utilización de dispositivos digitales (PC). Nuestro alumnado deberá dominar perfectamente las estrategias de búsqueda de información en la red, tanto a lo largo del curso para su aprendizaje como una vez finalizado el curso en su vida laboral, ya que están en contacto directo y continuo con las nuevas tecnologías, principalmente con Internet y su uso en dispositivos, además la mayoría de las actividades evaluables serán seguidas a través de la plataforma **Classroom** del centro. Estas actividades pueden ser de inicio, desarrollo, síntesis, refuerzo o ampliación.
- Actividades de **refuerzo** y **ampliación**. Las actividades de refuerzo estarán centradas en aquellas capacidades que el alumnado no haya podido conseguir. Las actividades de ampliación estarán enfocadas al alumnado que ha ido adquiriendo las capacidades necesarias durante la unidad y al que se le encomienda la investigación, profundización o resolución de tareas que lograrán enriquecer su conocimiento.
- Actividades **en empresa**: al tener el módulo un carácter DUAL, en la empresa se realizarán actividades en el entorno real de trabajo, serán evaluadas por los tutores del centro de trabajo y tendrán que ser superadas como cualquier otra que se establezca en el resto del módulo.

Para alcanzar los objetivos y competencias se desarrollarán las siguientes unidades:

UNIDAD	HORAS	TRIMESTRE	RA Y CE _s
UD 1. La sostenibilidad y sus retos	5 horas	PRIMER TRIMESTRE	1. a, b, c, d, e, f
UD 2. Las metas de la sostenibilidad: los ODS	6 horas	PRIMER TRIMESTRE	2. a, b, c, d, e
UD3. Empresa y medio ambiente: los aspectos ASG	5 horas	PRIMER TRIMESTRE	3. a, b, c
UD 4. Diseño y producción sostenible	5 horas	TERCER TRIMESTRE	4. a, b, c, d, e, f
UD 5. Midiendo la sostenibilidad	6 horas Duales	SEGUNDO TRIMESTRE	5. a, b, c, d, e, f, g, h, i
UD6. Midiendo la sostenibilidad	5 horas	TERCER TRIMESTRE	6. a, b, c, d, e
TOTAL HORAS	32 horas		

Planteamiento metodológico y actividades.

Como se ha expuesto anteriormente la programación se ha organizado en 8 unidades didácticas. La duración de cada una de ellas será flexible y estará en función del grado de complejidad de los contenidos y del ritmo de aprendizaje del grupo.

La temporalización de las actividades programadas en cada unidad didáctica variará en función del tipo de actividad, agrupamiento de los alumnos y alumnas y de los recursos utilizados teniendo en cuenta que será necesario adaptar la actividad al tiempo disponible, como es el caso de alguna actividad especial; y si existe alguna salida fuera del centro, actividad que habrá que programar con tiempo.

En cualquier caso, independientemente del número de sesiones de cada unidad de trabajo, el orden metodológico general (salvo para la unidad dual que se desarrolla en empresa) seguir será el siguiente:

1. **Introducción** al tema en clase sobre los conceptos, la estructura y procedimientos fundamentales de la unidad didáctica.
2. **Exploración inicial** para determinar qué grado de conocimiento tienen sobre lo que se tratará en la nueva unidad, verificando los conocimientos a través de cuestionarios, debates,

gamificaciones.

3. **Desarrollo** de los contenidos. Es deseable que los contenidos sean fáciles de seguir por el alumno, que estén fuertemente estructurados y escritos con un lenguaje sencillo pero preciso. Las palabras y conceptos clave de la unidad didáctica deben señalarse, explicarse y definirse. Al terminar la explicación de cada epígrafe, o aspecto destacado de la unidad didáctica, se debería potenciar la asimilación de conocimientos mediante la realización de ejercicios y actividades prácticas. La explicación del profesor se realizará de forma presencial.
4. Realización de **casos prácticos, simulaciones y actividades** sobre los temas objeto de estudio, lo más cercanos a la realidad, con un grado creciente de dificultad. Se realizarán tareas tanto en clase como en casa y se subirán a la plataforma Classroom para su evaluación. Los casos prácticos de tipo recopilatorio siempre incluyen un debate con el grupo completo y en ocasiones la presentación al resto de compañeros, a veces cuando el interés didáctico lo requiera.
5. Realización de **trabajos de investigación**, valorando la capacidad de trabajo en equipo y la exposición de resultados en público, así como ser capaces de obtener información relevante y saber utilizarla para diseñar cambios o mejoras en un entorno de trabajo de empresa.
6. **Recuperación, refuerzo y ampliación.** A lo largo de la unidad o después de las mismas para reforzar/ ampliar conocimientos.

5.- La evaluación, medios y criterios de calificación.

Dentro del marco legal de la ORDEN de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía. Se evaluará cada uno de los siguientes resultados de aprendizaje mediante las evidencias descritas en las siguientes tablas:

NOTA: el apartado “Evidencia” puede sufrir modificaciones por el carácter flexible de la programación, según vayan planteándose el curso para adaptarnos al grupo de clase.

NOTA: En el apartado “Evidencia” las entregas se refieren a casos prácticos individuales o grupales, trabajos de exposición o trabajos de investigación, las pruebas son teórica-prácticas y de carácter individual.

RA 1: Identifica los aspectos ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) relativos a la sostenibilidad teniendo en cuenta el concepto de desarrollo sostenible y los marcos internacionales que contribuyen a su consecución		
Criterio de evaluación	Evidencia	Peso 18%
a) Se ha descrito el concepto de sostenibilidad, estableciendo los marcos internacionales asociados al desarrollo sostenible.	Entregas (6%) Reto 1 (12%)	18%
b) Se han identificado los asuntos ambientales, sociales y de gobernanza que influyen en el desarrollo sostenible de las organizaciones empresariales.		
c) Se han relacionado los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) con su importancia para la consecución de la Agenda 2030.		
d) Se ha analizado la importancia de identificar los aspectos ASG más relevantes para los grupos de interés de las organizaciones relacionándolos con los riesgos y oportunidades que suponen para la propia organización.		
e) Se han identificado los principales estándares de métricas para la evaluación del desempeño en sostenibilidad y su papel en la rendición de cuentas que marca la legislación vigente y las futuras regulaciones en desarrollo.		
f) Se ha descrito la inversión socialmente responsable y el papel de los analistas, inversores, agencias e índices de sostenibilidad en el fomento de la sostenibilidad		
a) Se ha descrito el concepto de sostenibilidad, estableciendo los marcos internacionales asociados al desarrollo sostenible.		

RA 2: Caracteriza los retos ambientales y sociales a los que se enfrenta la sociedad, describiendo los impactos sobre las personas y los sectores productivos y proponiendo acciones para minimizarlos.

Criterio de evaluación	Evidencia	Peso 17%
a) Se han identificado los principales retos ambientales y sociales.	Entregas (6%) Reto 2 (11%)	17%
b) Se han relacionado los retos ambientales y sociales con el desarrollo de la actividad económica.		
c) Se ha analizado el efecto de los impactos ambientales y sociales sobre las personas y los sectores productivos.		
d) Se han identificado las medidas y acciones encaminadas a minimizar los impactos ambientales y sociales.		
e) Se ha analizado la importancia de establecer alianzas y trabajar de manera transversal y coordinada para abordar con éxito los retos ambientales y sociales		

RA3: Establece la aplicación de criterios de sostenibilidad en el desempeño profesional y personal, identificando los elementos necesarios.

Criterio de evaluación	Evidencia	Peso 17%
a) Se han identificado los ODS más relevantes para la actividad profesional que realiza.	Entregas (6%) Reto 3 (11%)	17%
b) Se han analizado los riesgos y oportunidades que representan los ODS.		
c) Se han identificado las acciones necesarias para atender algunos de los retos ambientales y sociales desde la actividad profesional y el entorno personal.		

RA 4: Propón productos y servicios responsables teniendo en cuenta los principios de la economía circular.		
Criterio de evaluación	Evidencia	Peso 16%
a) Se ha caracterizado el modelo de producción y consumo actual.	Entregas (6%) Reto 1 (10%)	16%
b) Se han identificado los principios de la economía verde y circular.		
c) Se han contrastado los beneficios de la economía verde y circular frente al modelo clásico de producción.		
d) Se han aplicado principios de ecodiseño.		
e) Se ha analizado el ciclo de vida del producto.		
f) Se han identificado los procesos de producción y los criterios de sostenibilidad aplicados		

RA 5: Realiza actividades sostenibles minimizando el impacto de las mismas en el medio ambiente.		
Criterio de evaluación	Evidencia	Peso 16%
a) Se ha caracterizado el modelo de producción y consumo actual.	Rúbrica de tutor de empresa	16%
b) Se han identificado los principios de la economía verde y circular.		
c) Se han contrastado los beneficios de la economía verde y circular frente al modelo clásico de producción.		
d) Se ha evaluado el impacto de las actividades personales y profesionales.		
e) Se han aplicado principios de ecodiseño.		
f) Se han aplicado estrategias sostenibles.		
g) Se ha analizado el ciclo de vida del producto.		
h) Se han identificado los procesos de producción y los criterios de sostenibilidad aplicados.		
i) Se ha aplicado la normativa ambiental.		

RA 6: Analiza un plan de sostenibilidad de una empresa del sector, identificando sus grupos de interés, los aspectos ASG materiales y justificando acciones para su gestión y medición.

Criterio de evaluación	Evidencia	Peso 16%
a) Se han identificado los principales grupos de interés de la empresa.	Entrega (6%) Reto 6 (10%)	16%
b) Se han analizado los aspectos ASG materiales, las expectativas de los grupos de interés y la importancia de los aspectos ASG en relación con los objetivos empresariales.		
c) Se han definido acciones encaminadas a minimizar los impactos negativos y aprovechar las oportunidades que plantean los principales aspectos ASG identificados.		
d) Se han determinado las métricas de evaluación del desempeño de la empresa de acuerdo con los estándares de sostenibilidad más ampliamente utilizados.		
e) Se ha elaborado un informe de sostenibilidad con el plan y los indicadores propuestos.		

PROCESO DE EVALUACIÓN EN LOS CICLOS FORMATIVOS DE GRADO MEDIO Y SUPERIOR.

Todos los módulos de los ciclos formativos se rigen por la **ORDEN de 29 de septiembre de 2010**, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Los porcentajes que corresponden a cada criterio de evaluación en los que se basan los exámenes prácticos así como el resto de actividades formativas, se encuentran detallados en las programaciones de los distintos módulos, disponibles en la web del centro.

Este proceso de evaluación es válido para todos los módulos profesionales impartidos por el departamento de Comercio y Marketing.

Aspectos a tener en cuenta:

A) Para superar las pruebas teórico-prácticas:

1. Se necesitará obtener como mínimo una puntuación de 5 puntos, utilizando una evaluación criterial para aprobar cada una de ellas

2. Si el alumno/a no asiste y presenta documentación justificativa **oficial (máximo 3 días lectivos tras la falta), podrá realizar de nuevo esa prueba el día fijado para la recuperación de la correspondiente evaluación. Si no superase esta prueba, podría realizar la recuperación de la misma, que se realizaría antes de la celebración de la evaluación correspondiente.**

3. Las pruebas teórico-prácticas tienen carácter individual y cualquier ayuda que pudiera tener el alumno/a, ya sea de un compañero/a o a través de algún instrumento de apoyo no permitido, supondrá la retirada de la prueba y su inmediata **anulación, teniendo que realizarla en el periodo de recuperación de junio el alumnado de primer curso y antes de realizar la evaluación previa del módulo de formación en centros de trabajo, el alumnado de segundo curso.**

4. Para superar el módulo se han de aprobar todas las pruebas teórico-prácticas.

5. Se abrirá un plazo de recuperación antes de cada evaluación cuando su calificación criterial sea menor de cinco y para los no presentados según tiempo y forma, y otro plazo de recuperación más adicional en el periodo de recuperación de junio en el caso de que aún no se hubieran superado algunas de las pruebas.

B) Para superar las entregas (actividades, proyectos...):

1. Para aprobar el módulo deberán estar presentados TODAS en tiempo y forma y tener una puntuación criterial mínima de 5 puntos en cada una de ellas.

2. Deben realizarse en clase o en el taller, dentro de la organización normal de las clases. También pueden ser realizadas por el alumnado en casa y colgadas en la plataforma Moodle /Classroom dentro del plazo y forma indicadas.

3. En ningún caso, corresponde al profesor/a la tarea de recordar al alumnado que no haya presentado alguna de sus actividades, proyectos y entregas que proceda a subsanar dicha situación. Se considera que el alumnado, tiene la madurez personal y profesional suficiente como para ser conscientes de lo que no haya entregado puntualmente. El propio alumnado deberá llevar un sistema adecuado de control de esto, así

como de las calificaciones obtenidas en las pruebas realizadas a lo largo del curso.

4. Se abrirá un plazo de recuperación antes de cada evaluación cuando su calificación criterial sea menor de cinco y para las no presentadas según tiempo y forma, y otro plazo de recuperación más adicional en el periodo de recuperación de junio en el caso de que aún no se hubieran superado algunas de las entregas.

C) Evaluación continua: de acuerdo con la **ORDEN de 29 de septiembre de 2010** en su artículo 2.2 la aplicación de la evaluación continua requiere la asistencia regular a clase y participación en las actividades programadas del ciclo formativo, aquellos alumnos/as que incumplan esto no podrán ser evaluados mediante dicha evaluación continua y tendrán que superar **TODAS las entregas, actividades, proyectos y pruebas teórico-prácticas** directamente en el periodo de recuperaciones de junio. Concretamente se ha establecido que más de un 20 % de faltas injustificadas del total de horas en un módulo supone la pérdida de la evaluación continua para dicha materia.

D) Evaluación de la formación DUAL: algunos de los resultados de aprendizaje y sus criterios de evaluación para cada uno de los módulos, se imparten/aprenden en las empresas dónde el alumnado realiza las prácticas, para evaluar estos resultados de aprendizaje se tomará en cuenta lo siguiente:

- Se realizará de forma criterial con las rúbricas que los profesores/as de este departamento entregarán a los centros de trabajo que devolverán al centro educativo marcando los grados de desempeño de los criterios de evaluación de los alumnos/as para dichos resultados de aprendizaje.
- El profesor responsable de cada módulo asignará una nota numérica criterial para los criterios de evaluación de dicho resultado de aprendizaje en base a lo marcado por el centro de trabajo para cada alumno.
- Para poder realizar la formación dual en empresa por parte de un alumno/a, este tiene que haber superado el resultado de aprendizaje sobre prevención de riesgos laborales impartido en el primer trimestre del módulo Itinerario Personal para la Empleabilidad I.
- Los resultados de aprendizaje en empresa de cada módulo han de ser superados como cualquier otro para poder aprobar cada uno de los módulos profesionales.
- En base a la Orden EFD/657/2024 y Orden EFD/659/2024 de 25 de junio, por la que se determina el currículo y se regulan determinados aspectos organizativos para los ciclos formativos de grado medio/superior en el ámbito de gestión del Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes, el equipo docente podrá adoptar la decisión de que un o una estudiante no se incorpore al periodo de formación en empresa u organismo equiparado durante el primer curso, cuando la trayectoria del o de la estudiante sea incompatible con el aprovechamiento del periodo de formación en empresa. En tal circunstancia, dicho alumnado desarrollará el primer curso completo en el centro educativo y realizará, durante dicho periodo, actividades complementarias y/o de refuerzo de los resultados de aprendizaje no vinculados a la empresa. Será evaluado por el profesorado responsable de cada módulo y cuya calificación será provisional hasta tanto no desarrolle el periodo en 2º curso, con los resultados de aprendizaje de 1º y 2º curso.

- Concretamente la rúbrica para evaluar este módulo por la empresa es la siguiente:

Ítem (describe detalladamente)	CEV	% RA	Excelente	Muy bien	Aceptable	Mejorable	Muy mejorable
1. El alumno/a identificará las medidas sostenibles aplicadas por la empresa como la reutilización de materiales o embalajes, aplicación de principios de ecodiseño (minimizando recursos y y eficacia en el uso de los mismo), las áreas donde se separan los residuos para reciclar (papel, plástico, orgánico...) que promuevan la economía circular, el uso de energías renovables (instalación de luces LED...) y el uso de materiales reciclados en productos o envases.	a,b,c, f, h	40%	☐	☐	☐	☐	☐
2. El alumno/a deberá seleccionar un producto de la empresa (un envase o cualquier otro producto), describir a grandes rasgos las fases del ciclo de vida del producto (origen de las materias primas, proceso de fabricación, cómo se distribuye el producto final, evaluación de cómo el consumidor utiliza el producto y si el producto es desechado, reciclado o reutilizado)	g,e	30%	☐	☐	☐	☐	☐
3. El alumno/a deberá identificar las principales actividades diarias de la empresa que generan impacto ambiental (consumo de energía, uso de agua, gestión de residuos, etc.), evaluar el impacto de las misma analizando los hábitos individuales de los empleados y proponer medidas para reducir el impacto ambiental aplicando la normativa vigente, como la optimización del uso de recursos, programas de reciclaje etc	d, i	30%	☐	☐	☐	☐	☐

Nota Competencias Personales y Sociales

La participación activa y positiva en clase, colaboración y participación en entregas grupales o la entrega de trabajos en tiempo y forma pueden ser evaluados de manera conjunta con los criterios de evaluación de cada uno de los resultados de aprendizaje por el profesor, se trabajan y evalúan en consonancia a estos criterios.

Nota para entregas con exposición

En el caso de entregas de tareas con exposición bien sean grupales o individuales, los alumnos que no expongan en el día y horas indicadas (salvo justificación documentada) no superan estas y tendrán que realizar de nuevo la entrega (nuevo trabajo también en el caso de trabajo entregado pero no expuesto) y también exponerlo/a en el periodo indicado por el profesor para recuperar las entregas suspensas.

Los alumnos que justifiquen esta y entregan en tiempo y forma el trabajo, tendrán la posibilidad de cerrar con el profesor un día y hora para realizar la exposición y si es superada no van con dicha entrega a recuperaciones.

Nota coevaluación de actividades grupales

En las actividades grupales, si algún miembro del grupo lo solicita los alumnos reflejarán el trabajo que ha realizado cada uno y su porcentaje de implicación mediante un documento firmado de acuerdo por todos los integrantes del grupo, estos aspectos repercutirán en la nota del trabajo de manera individual para cada alumno/a de manera que se garantice la participación de todos los integrantes del grupo de trabajo.

Nota entregas plan de marketing y otros proyectos

Al ser un trabajo por proyectos en los que tras la entrega de una fase los alumnos/as deben corregir sus fallos para poder avanzar a la siguiente fase, la no entrega de dos entregas parciales del proyecto o la no corrección de los errores tras dos entregas corregidas por el profesor conlleva que ese proyecto va al periodo de recuperación de junio. En estos trabajos al ser continuos, un alumno/a tiene la opción de separarse del compañero/a en el caso de que su otro compañero/s no rindan (siempre tiene que quedar constancia en varios documentos de coevaluación de entregas previas firmadas por todos los miembros del grupo) y depende del avance que lleven los proyectos el profesor decidirá si continúa solo o con otro grupo en las siguientes entregas del mismo.

Periodo entre la 3ª evaluación parcial y la evaluación final

Este periodo que está regulado en la normativa vigente será dedicado prioritariamente a la adquisición de aprendizajes no adquiridos por parte del alumnado con evaluación negativa. Si fuera necesario el profesor planteará actividades de síntesis con el fin de garantizar que el alumnado que no ha superado todos los RAs pueda hacerlo ahora y el poco tiempo disponible en este periodo no sea un inconveniente.

En este periodo el alumno debe realizar aquellas pruebas, proyectos, actividades y prácticas que no hayan superado, no alcanzando sus competencias profesionales, personales y/o sociales previstas ni consiguiendo por tanto los objetivos del módulo.

Una vez realizada la propuesta de nota final del módulo, los alumnos que hayan superado el módulo y que deseen mejorar su nota final, deberán realizar la petición en el plazo estimado y deberán realizar aquellas prácticas, pruebas o actividades en las que haya obtenido más baja puntuación y que le serán indicadas (un máximo de 6 evidencias), para decidir cuáles se hacen mantendrán una reunión previa con el profesor.

6.- Medidas de atención al alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo.

Aquellos alumnos que presenten problemas de aprendizaje o algún tipo de deficiencia se les garantizará el acceso a las pruebas de evaluación, proporcionándoles materiales específicos que les facilite la comprensión de los contenidos y realización de prácticas.

Las actividades estarán diseñadas para atender a todo el alumnado, si se detectara cualquier necesidad educativa se dará respuesta de inmediato según el protocolo n.e.a.e. (necesidades específicas de apoyo educativo). Así, nuestra actuación se centrará básicamente en:

- ❖ Atención a la diversidad de ritmos, aptitudes, intereses, expectativas y motivaciones del alumnado. Para dar respuesta a los distintos ritmos de aprendizaje, aptitudes, intereses, expectativas y motivaciones del alumnado al que hemos hecho referencia anteriormente y con los que nos encontramos inevitablemente en todos los cursos, estableceré dos tipos de actividades concretas, unas serán de refuerzo y otras de ampliación:
 - Si se aprecia la existencia de alumnos con un ritmo más acelerado de aprendizaje, se les propondrá **actividades de ampliación**, que generalmente consistirán en la realización de alguna investigación referente a los contenidos que se estén trabajando para motivarlos y que se impliquen en su proceso de enseñanza-aprendizaje.
 - Si se aprecia alumnos con posibles dificultades de aprendizaje (ritmo más lento) o con problemas de motivación o falta de interés, se les propondrá la realización de **actividades de refuerzo**, que los introduzca en los contenidos de la materia y les ayude a seguir el ritmo de la clase con menor dificultad, así como la selección de actividades y el desarrollo de una metodología motivadora y que despierte su interés.
- ❖ Atención a alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo. Se contemplan las siguientes medidas de atención a la diversidad para atender a este alumnado que lo necesite cuando se detecte la necesidad:
 - Situarlo en primera fila o un lugar dónde pueda tener un compañero de apoyo, a no ser que el alumno progrese bien en el sitio dónde se encuentre.
 - Actividades muy pautadas con instrucciones claras y concisas.

- Supervisión constante: Si la tarea es muy larga fragmentarla. Para facilitar su implicación en las tareas incrementar el número de veces que se supervisa su trabajo. Apoyo en las explicaciones y más atención en su consecución de los estándares.
- Actividades variadas con diferente nivel de dificultad con intención de desarrollarlas con el alumnado en clase. Para aquellos alumnos/as que no tienen problemas en realizar las actividades básicas propuestas para todos/as, se pueden diseñar actividades más complejas (actividades de ampliación), y, por otra parte, para aquellos/as que se ha detectado que tienen problemas para la consecución de las actividades básicas, se plantea otras más sencillas que presentan menor nivel de dificultad (actividades de refuerzo).
- Flexibilidad en los tiempos asignados a las actividades en función de las dificultades encontradas por el alumnado.
- Se podrán crear si se ve conveniente, grupos de cooperación en el que los/as alumnos/as más aventajados orientarán y ayudarán a aquellos/as compañeros/as que necesiten más tiempo y refuerzo en la ejecución de las tareas, cuando la profesora esté ocupada trabajando con el resto del grupo.

Para concluir, destacar que la planificación de esta programación y su puesta en práctica va a tener en cuenta la diversidad del alumnado y las consiguientes necesidades educativas con el fin de:

- Prevenir la aparición o evitar la consolidación de dificultades de aprendizaje.
- Facilitar el proceso de maduración y autonomía del alumnado.
- Fomentar actitudes de respeto a las diferencias individuales.

7.- Transversalidad.

Expresamente, en nuestra programación estableceremos los siguientes elementos transversales para el fomento y desarrollo de la educación en valores:

- Fomentar el emprendimiento y la innovación.
- La educación moral y cívica: fomentando actitudes de respeto hacia el compañero, otras culturas y tolerancia con otras ideas. Esto se llevará a cabo con actividades en grupo y debate.
- Las Tics.: la creciente importancia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, conocidas como TIC, que agrupan elementos y técnicas utilizadas en el tratamiento y transmisión de información, en general informática, Internet y telecomunicaciones, con búsqueda de definiciones para términos claves, así como el uso habitual de Moodle.
- Cultura andaluza: siempre que sea posible, con especial hincapié en datos de investigación la cultura empresarial andaluza.
- Libertades individuales (raza, sexo...) al tratarse de investigación podemos hacer llegar estudios sobre ello a los alumnos/as

Los anteriores elementos tendrán su concreción en los contenidos transversales establecidos a través de las unidades didácticas y cuyo fin será la búsqueda de la asimilación y el desarrollo de la educación en los valores seleccionados en nuestro alumnado.

8.- Materiales y recursos didácticos.

Se hace necesario tanto para el profesor como para el alumno disponer continuamente de un dispositivo informático adecuado para trabajar en la plataforma Classroom y realizar trabajos con implicación de TICS en el campo del Comercio y Marketing. En el centro existen ordenadores portátiles para poder trabajar

A modo de resumen podemos indicar los siguientes:

1. Cuaderno de clase online: los alumnos deberán reflejar en él todas las actividades que se realicen en clase y en casa, de forma ordenada y limpia, y subirlo en la plataforma Classroom en su correspondiente unidad.
2. Recursos impresos: complementarán el trabajo diario de clase. Algunos de estos materiales son: libros, prensa, catálogos, tickets, fotocopias. Podemos señalar los apuntes en PDF subidos a la plataforma como una guía para el trabajo diario de clase, sin perder de vista la base de la programación.
3. Encerado: la pizarra será un apoyo a las explicaciones del profesor y para las exposiciones de los alumnos, así como algunas correcciones de ejercicios. Podrá ser una aplicación del ordenador cuando haya videoconferencias.
4. Material audiovisual y visual: actualmente es un recurso importante por la motivación y el interés que suscita en el alumno, por lo que se intentará usar regularmente alguno de los siguientes materiales: fotografías, carteles, proyector/videoprojector, vídeos, programas televisivos, fragmentos de películas, emisiones radiofónicas.
5. Material informático: como parte fundamental de las Nuevas Tecnologías el alumno deberá manejar la herramienta de Internet para realizar diversas actividades de búsqueda de información. En general deberán usar el ordenador para trabajar en la plataforma Classroom, realizar búsquedas de información, actividades, trabajos, etc.

En este módulo además es relevante el uso de programas informáticos asociados al marketing.

9.- Actividades complementarias y extraescolares.

A lo largo del curso se intentarán adaptar todas las posibles, realizando las charlas de especialistas o de organismos a través de videoconferencia.

No obstante, se llevarán a cabo diferentes visitas a empresas con el fin de observar en la práctica los contenidos vistos en el aula. Así mismo, se recibirán visitas de especialistas en el centro que impartirán charlas y talleres al alumnado relacionados con los contenidos del módulo.

En la siguiente tabla se recogen las planteadas a principio de curso:

Actividad	Temporización
Empresas/ Entidades dedicadas al marketing	Todo el curso
Charlas de especialistas del sector en clase	Todo el curso
Charlas en diferentes localizaciones relacionadas con la materia	Todo el curso
Charlas de temáticas transversales	Todo el curso
Charlas sobre Analítica Digital	Todo el curso
Días mundiales señalados	Todo el curso
Visita a departamentos de Comercio y Marketing de empresas	Todo el curso
Visita a agencias de publicidad y marketing	Todo el curso

10.- Aportación del módulo al proyecto intermodular

De vital importancia para el proyecto intermodular de segundo curso son los siguientes resultados de aprendizaje:

- ✓ RA2: Caracteriza los retos ambientales y sociales a los que se enfrenta la sociedad, describiendo los impactos sobre las personas y los sectores productivos y proponiendo acciones para minimizarlos.
- ✓ RA4: Propón productos y servicios responsables teniendo en cuenta los principios de la economía circular.

El alumno en el proyecto deberá investigar sobre los retos ambientales y sociales a los que se enfrenta la sociedad y además deberá proponer productos y servicios responsable según la economía circular.

Programación didáctica

Módulo	Aplicaciones Informáticas para el Comercio (1233)
Ciclo	T.M. Actividades Comerciales
Curso	Primero
Familia	Comercio y marketing
Profesor/a	Elia M^a Ramos Pérez
Curso	2024/25



IES Huerta Alta



Unión Europea

Fondo Social Europeo
"El FSE invierte en tu futuro"



INDICE

1.- Introducción.

2.- Objetivos y Competencias.

3.- Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos.

4.- Metodología.

5.- La evaluación, medios y criterios de calificación.

6.- Medidas para el alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo.

7.- Transversalidad.

8.- Materiales y recursos didácticos.

9.- Actividades complementarias y extraescolares.

10- Aportación del módulo al proyecto intermodular

1.- Introducción

Perfil del alumnado

El alumnado procede del mismo Alhaurín de la Torre y zonas colindantes, enclavado el IES en la Urbanización Fuensanguinea, el municipio limita con Málaga, Cártama, Torremolinos, Mijas, Benalmádena y Alhaurín el Grande.

Sobre el rendimiento académico del alumnado en los ciclos, el alumnado suele dedicar tiempo estudio muy dispar, por ello es importante tener en cuenta los resultados de las evaluaciones iniciales que llevaremos a cabo a principio de curso.

La implicación de las familias y el entorno y su efecto positivo o negativo en la repercusión académica de los alumnos/as no es muy notable para los ciclos de grado medio y prácticamente inexistente para los alumnos de grado superior debido a las edades avanzadas de estos alumnos, no obstante se mantiene tutoría con los mayores de edad y con los tutores legales de los menores de edad durante todo el curso para intentar incentivarlo.

La convivencia en el centro para los ciclos formativos es ejemplar, salvo algún caso atípico los grupos cohesionan bien y el clima es muy bueno.

El centro tiene diversidad de edades y perfiles de alumnado y está muy bien organizado en este aspecto, al ser solo los ciclos destinados al horario de tarde con exclusividad este aspecto de heterogeneidad no influye al normal desarrollo de la convivencia.

Los alumnos/as del ciclo proceden de este mismo centro educativo tras cursar bachillerato, de otros centros de Alhaurín de la Torre, Alhaurín el Grande, Málaga, Fuengirola y Marbella. También existen alumnos/as que han accedido tras cursar el grado medio de Actividades comerciales.

Contexto socio-cultural

La población de Alhaurín de la Torre la componen 45.531 habitantes, los sexos son bastante equiparados 21.153 hombres y 21.378 mujeres, siendo la edad media 39,8 años de manera que no es un núcleo urbano excesivamente envejecido, propio de una ciudad dormitorio a solo unos 16 km de la capital malagueña.

Alhaurín de la Torre es uno de los municipios con más rápido crecimiento de la Costa del Sol, gracias en gran medida a su cercanía a Málaga y a la carretera costera A7 / N-340, así como al entusiasmo de sus habitantes por modernizar su municipio. Se trata de un área progresista que ha aprovechado plenamente las oportunidades comerciales que se le han presentado y que son vitales para el desarrollo profesional de los ciclos de actividades comerciales y marketing y publicidad de nueva implantación en el centro.

Con respecto a las comunicaciones Alhaurín de la Torre es accesible de las siguientes maneras: por el desvío de la N-340 Málaga-Cádiz: la A-404 dirección a Coín, a través de la autovía

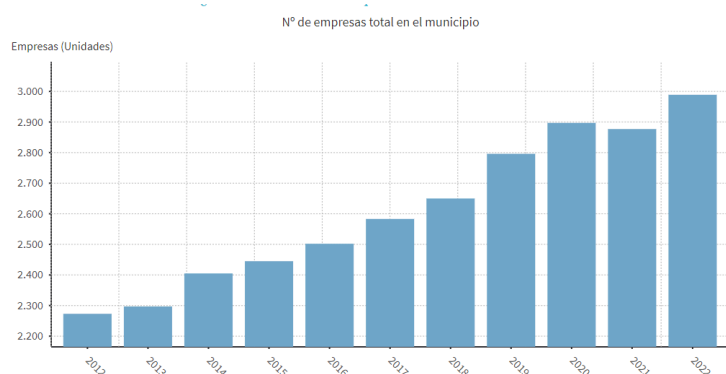
Campanillas-Parque Tecnológico sentido Cártama: salida a Churriana. y a través de la hiperronda de Málaga (MA-30), inaugurada en noviembre de 2011 que parte desde el Enlace de las Virreinas a Torremolinos y que conecta con la circunvalación del municipio.

Con respecto al mercado de trabajo el desempleo es de 2.137 mujeres frente a 1.160 hombres, no siendo uno de los municipios dónde existe mayor desigualdad de género en este aspecto. La tasa de paro de un 14 % se sitúa por debajo del 18 % de la capital, no obstante es la quinta con mayor tasa dentro de los municipios de más de 40.000 habitantes de la provincia.

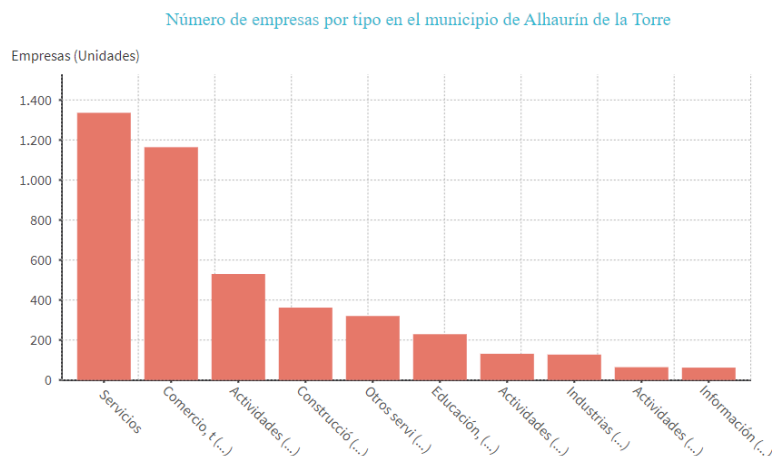
La renta bruta media del municipio ha experimentado crecimientos constantes en los últimos años de manera paralela al crecimiento de la población, siendo la mayor de la comarca del Guadalhorce.

El nivel educativo refleja bajo analafabetismo solo 390 personas según el IAE, y siendo el mayor porcentaje el de personas que tienen la enseñanza secundaria o bachillerato, no existiendo gran número de licenciados (si muchos más diplomados) equiparando las cifras de licenciados a los titulados como técnicos y técnicos superiores de formación profesional.

El número de empresas totales en el municipio ha presentado un ascenso progresivo en los últimos años rozando las 3.000 como puede observarse en el siguiente gráfico (INE).



Del total de empresas de la zona la gran mayoría se dedica a actividades relacionadas con el comercio y los servicios, siendo un dato positivo de cara a la inserción laboral de nuestros ciclos. Además se prevé la apertura en un año de un centro comercial en la localidad que desencadenará centenares de puestos de trabajo de la rama de comercio y marketing



NORMATIVA:

1. Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional
2. Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional.
3. Orden EFD/659/2024, de 25 de junio, por la que se determina el currículo y se regulan determinados aspectos organizativos para los ciclos formativos de grado superior en el ámbito de gestión del Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes
4. Orden EFD/657/2024, de 25 de junio, por la que se determina el currículo y se regulan determinados aspectos organizativos para los ciclos formativos de grado medio en el ámbito de gestión del Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes.
5. Resolución de 26 de junio de 2024, de la Dirección General de Formación Profesional, por la que se dictan Instrucciones para regular aspectos relativos a la organización y al funcionamiento del curso 2024/2025 en la Comunidad Autónoma de Andalucía
6. Real Decreto 499/2024, de 21 de mayo, por el que se modifican determinados reales decretos por los que se establecen títulos de Formación Profesional de grado medio y se fijan sus enseñanzas mínimas.
7. Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación
8. 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.
9. Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía.
10. ORDEN de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
11. Real Decreto 39/1997, de 17 de enero por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención.
12. Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas
13. Orden de 28 de julio de 2015, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales.
14. Decreto 327/2010, de 13 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria

2.- Objetivos y Competencias

La **competencia general de este título** consiste en desarrollar actividades de distribución y comercialización de bienes y/o servicios, y en gestionar un pequeño establecimiento comercial, aplicando las normas de calidad y seguridad establecidas y respetando la legislación vigente.

La formación del módulo ayudará a alcanzar los siguientes **objetivos generales del título**,

enunciados en el Anexo I de la Orden de 28 de julio de 2015:

k) Seleccionar datos e introducirlos en la página web de la empresa, realizando su mantenimiento y buscando un buen posicionamiento, la facilidad de uso y la máxima persuasión para realizar acciones de comercio electrónico.

l) Fomentar las interrelaciones con otros usuarios de la red, utilizando estrategias de marketing digital en las redes sociales, para realizar acciones de comercio electrónico.

q) Analizar y utilizar los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación para aprender y actualizar sus conocimientos, reconociendo las posibilidades de mejora profesional y personal, para adaptarse a diferentes situaciones profesionales y laborales.

r) Desarrollar trabajos en equipo y valorar su organización, participando con tolerancia y respeto, y tomar decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía.

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

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

La formación del módulo contribuye a alcanzar las **competencias profesionales, personales y sociales** de este título que se relacionan a continuación:

g) Realizar acciones de comercio electrónico, manteniendo la página web de la empresa y los sistemas sociales de comunicación a través de Internet, para cumplir con los objetivos de comercio electrónico de la empresa definidos en el plan de marketing digital.

m) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.

n) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.

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

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

p) Aplicar los protocolos y las medidas preventivas de riesgos laborales y protección ambiental durante el proceso productivo, para evitar daños en las personas y en el entorno laboral y ambiental.

q) Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de «diseño para todos» en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

3.- Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos.

RA: 1. Maneja a nivel de usuario sistemas informáticos empleados habitualmente en el comercio, utilizando el hardware y el software más común.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS: Manejo de la maquinaria y los programas habituales en el comercio
a) Se han examinado los componentes físicos de un ordenador. b) Se han considerado las características y funcionamiento de los equipos informático-electrónicos específicos para el comercio. c) Se ha manejado un sistema operativo basado en el uso de ventanas. d) Se han gestionado los archivos de información mediante sistemas operativos. e) Se han descargado y utilizado aplicaciones de visualización e impresión de datos. f) Se ha configurado una red doméstica. g) Se han protegido los equipos de virus, correo basura y otros elementos indeseables. h) Se han realizado operaciones rutinarias de mantenimiento de los equipos.	- Cómo funciona un ordenador personal. Componentes y piezas principales. Periféricos, clasificación y tipos. - El Terminal Punto de Venta (TPV). Definición y componentes principales. - o Monitores táctiles. Cajones. Datáfono. Detectores de billetes falsos. - o La impresora, el escáner y tipos de lectores de tiques. - Sistema operativo de gestión de ventanas (Windows). Principales SO. Windows, Linux, Os, entre otros. - Trabajar con archivos y carpetas. Exploración de carpetas. Copiar, mover y borrar archivos. - Trabajar con carpetas y archivos comprimidos. - o Software específico de compresión y descompresión de archivos. - o El formato PDF. Características, creación y edición. - Funcionamiento y configuración de una red doméstica, cableadas e inalámbricas. - o Administrar la red. - o Compartir archivos e impresoras. - Seguridad y Mantenimiento. - o Protocolos de seguridad. Seguridad inalámbrica. - o Malware. Los virus informáticos y el software antivirus. - o Operaciones rutinarias de mantenimiento. - o Copia de seguridad de los datos y restauración.

RA: 2. Utiliza la red Internet y los servicios que la componen, manejando programas de navegación, correo electrónico y transferencia de archivos, entre otros.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS: Utilización de la red Internet
a) Se han identificado los conceptos esenciales de funcionamiento y uso de la red y las características propias de las intranets y las extranets. b) Se han evaluado y configurado los distintos sistemas de conexión a la red. c) Se ha identificado el protocolo de red para la transferencia de archivos (FTP) desde un equipo cliente a un servidor. d) Se han utilizado los principales programas navegadores para moverse por la red. e) Se ha utilizado el correo electrónico directamente desde la web. f) Se han empleado programas de cliente de correo electrónico para gestionar el envío y recepción de mensajes. g) Se han realizado búsquedas selectivas de información mediante aplicaciones específicas y buscadores especializados por temas. h) Se han implantado medidas de seguridad para proteger los equipos de intrusiones externas.	- Introducción a Internet. - Concepto y uso de las intranets y extranets. Similitudes y diferencias. - Conectarse a Internet. Tipos de conexión. Protocolo TCP/IP. Dirección IP. - Transferencia y gestión remota de ficheros (FTP). - La web. Navegación web utilizando los navegadores. - Correo electrónico. - o Configuración de una cuenta de correo electrónico y correo web frente al correo POP. - o Redactar, enviar y recibir mensajes. Adjuntar archivos a un mensaje. - o Los grupos de noticias. - Buscar en Internet. Los buscadores, directorios o índices temáticos y los motores de búsqueda. - Seguridad. Zonas y niveles de seguridad. - o Cortafuegos y antimalware. - o Bloqueador de ventanas emergentes. Pop-ups y pop-unders. Agregar un sitio a la lista de confianza o de restringidos. Ajustar el nivel del filtro de bloqueo. - o Filtro de suplantación de identidad (phishing). - o Privacidad. Configurar opciones de privacidad.

RA: 3. Confecciona materiales informativos y publicitarios, utilizando técnicas de diseño gráfico.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS: Confección de materiales gráficos
a) Se han diseñado materiales de comunicación en soportes gráficos. b) Se ha realizado la composición y formato del material, respetando principios de armonía, proporción, equilibrio y simetría, entre otros. c) Se han aplicado principios de asociación psicológica de imágenes, contenidos, semejanza, continuidad y simetría, entre otros. d) Se han empleado técnicas de diseño y autoedición relativas a percepción visual, legibilidad y contrastes de color, entre otros. e) Se han diseñado materiales gráficos de imágenes, manteniendo una distribución equilibrada de todos los elementos. f) Se ha utilizado diverso software multimedia para la edición de imágenes y sonidos y para la grabación de sonidos. g) Se han efectuado trabajos publicitarios y promocionales en Internet.	- Publicidad y técnicas de diseño gráfico. Normas básicas de diseño. Usos en los distintos soportes gráficos publicitarios. - Trabajo con imágenes vectoriales y en mapa de bits. Resolución de imagen. - El color. Concepto y significado de los colores. - o Gammas de color. - o Modos de color y cambios entre distintos modos. RGB, CYMK, HSB y Lab entre otros. Convertir imágenes a mapa de bits, métodos. - o Profundidad de color. - Utilidades de edición de gráficos. Aplicación práctica. - o Obtención de imágenes. Crear nueva imagen, utilizar existentes y conseguirlas con un escáner o cámara digital. Bibliotecas de imagen en Internet. - o Herramientas de selección, máscara, relleno, pintura, texto entre otras. - o Trabajar con capas. - o Herramientas de retoque. - o Trabajar con textos. Legibilidad y contraste. - o Efectos especiales y plugins. - Guardar imágenes. Tipos de compresión. Tipos de formato. Exportar archivos. Guardar para la web. - Opciones de impresión. - Edición de vídeo y audio. - o Edición de imágenes, cortes, planos y movimientos de cámara. - o Agregar movimientos, transiciones y títulos a las imágenes. Efectos en la edición de vídeo y audio. - o Grabación de vídeos en DVD o en archivo. Grabación de sonido. - Diseño publicitario en Internet. El banner.

RA: 4. Realiza tareas de manipulación de textos y de presentación de textos, imágenes y gráficos en forma continua, empleando programas para la automatización de los trabajos y actividades específicas del comercio.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS: Empleo de aplicaciones informáticas de uso general en el comercio
a) Se han editado todo tipo de escritos informativos y publicitarios, por medio de aplicaciones específicas de tratamiento y corrección de textos. b) Se han utilizado herramientas especializadas de generación de textos a través de utilidades de edición. c) Se han elaborado índices temáticos, alfabéticos y de ilustraciones. d) Se han ordenado los textos e ilustraciones para efectuar una correcta maquetación de los contenidos. e) Se han manejado aplicaciones de autoedición que nos permiten diseñar y maquetar páginas con textos y elementos gráficos diversos, destinados a servir como material de marketing. f) Se han diseñado presentaciones publicitarias y de negocios con texto esquematizado, animaciones de texto e imágenes importadas. g) Se han diseñado presentaciones maestras que sirvan de base para la creación de otras presentaciones.	- El procesador de textos. Usos principales en marketing. Normas básicas para elaboración de textos publicitarios e informativos. - Escritura de textos. - o Estilos y plantillas. - o Revisión ortográfica y gramatical. - o Índices temáticos, alfabéticos y de ilustraciones. - Formatear el texto de un documento de trabajo. - o Configurar página. - o Fuentes, efectos de texto. - o Inserción de elementos automáticos. Saltos, números de página, fechas y símbolos, entre otros. - o Tabulaciones, viñetas, columnas y tablas. - o Encabezados y pies de página. - Maquetación conjunta de textos, imágenes y gráficos. Importación y diseño. Aplicaciones publicitarias básicas. - Mailing (carta comercial y listas e-mail). Combinar correspondencia. - Programas de presentación. Crear una presentación con diapositivas. - o Animaciones. Efectos diversos y agregación de sonidos. - o Transiciones. Configurar y visualizar una presentación. - o Diseño de plantillas para presentaciones. Plantilla de presentación personalizada e imagen corporativa.

RA: 5. Realiza cálculos matemáticos con hoja de cálculo y tratamiento de datos con gestores de bases de datos, utilizando programas para la automatización de las actividades comerciales.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS: Realización de cálculos matemáticos con hoja de cálculo y tratamiento de datos con gestores de bases de datos
a) Se han realizado cálculos matemáticos en diversas áreas de la empresa como administración, finanzas y producción, entre otras. b) Se han definido las fórmulas para automatizar la confección de diversos documentos administrativos, tales como albaranes y facturas, entre otros. c) Se han utilizado funciones matemáticas para calcular ingresos, costes, y resultados económico-financieros. d) Se han tratado y filtrado listas de datos con la hoja de cálculo. e) Se han creado ficheros de bases de datos relacionales que pueden ser fácilmente consultadas. f) Se han extraído informaciones a través de la consulta combinada de varias tablas de datos. g) Se ha diseñado formularios para la inclusión de datos en sus tablas correspondientes. h) Se han elaborado informes personalizados de los registros de la base de datos para imprimirlos.	- Introducción a las operaciones básicas de hoja de cálculo. - Introducir y editar datos en las celdas. Textos, números, fechas y fórmulas. - o Manipulación de las celdas de datos. Insertar y eliminar celdas, filas y columnas. - o Formato de celdas, filas, columnas y hojas. - o Rango de datos. Copiar y pegar, buscar y reemplazar datos. - Fórmulas de la hoja de cálculo. Referencias relativas, absolutas y mixtas. Introducción de fórmulas. - Operaciones básicas con hojas de cálculo. - o Aplicaciones en áreas específicas de la empresa, finanzas, administración y producción, entre otras. - o Aplicaciones en documentos de empresa, albarán, factura, entre otros. - Funciones matemáticas, lógicas y estadísticas. Aplicación en cálculo de tablas de ingresos, costes y resultados económico-financieros. - Representaciones gráficas de los datos. Manipular series de datos. Editar el diseño del gráfico. - Listas de datos. Introducción, ordenación y validación de datos en una lista. Filtros de datos. Subtotales. - Gestores de bases de datos. Registros y campos. - Crear y utilizar tablas en un gestor de base de datos. Propiedades de los campos. - Índices y relaciones entre las tablas. - Ordenar y filtrar la información. Tipos de filtros. - Consultas de datos de las tablas. Criterios de búsqueda. Tipos. Consultas de tablas combinadas. - Formularios de toma de datos. - Informes extraídos de las tablas de datos y de las consultas. - o Etiquetas de correo.

RA: 6. Realiza la facturación electrónica y otras tareas administrativas, de forma telemática, utilizando en cada caso el software específico.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS: Realización de la facturación electrónica y otras tareas administrativas, de forma telemática
a) Se han identificado los formatos electrónicos de factura. b) Se ha establecido la transmisión telemática entre ordenadores. c) Se han utilizado aplicaciones específicas de emisión de facturas electrónicas. d) Se ha garantizado la integridad y autenticidad de las transmisiones telemáticas a través de una firma electrónica reconocida. e) Se han realizado tareas administrativas online con organismos públicos y privados. f) Se han cumplimentado documentos con las obligaciones fiscales a las que están sujetas las operaciones de compraventa de productos o servicios. g) Se han realizado simulaciones de tramites online con la Seguridad Social. h) Se han realizado prácticas con simuladores de banca online.	- Factura electrónica. Aspectos generales, condiciones para su utilización y normativa legal. Formatos más usuales. - Programas de facturación electrónica. Aplicaciones on line, de escritorio y complementos de programas. - Seguridad. Firma electrónica reconocida y DNI electrónico. - Los tributos online. Sede electrónica de la Agencia Tributaria. - o Obligaciones censales. - o Impuestos de la empresa. Presentación, plazos y liquidación. - o El IVA. Presentación, plazos y liquidación. - Trámites con la Seguridad Social online. Sede electrónica de la S.S. - o Altas y bajas de trabajadores y trabajadoras. - o Presentación modelos de cotización, entre otros. - Banca online. - o Consulta de cuentas. Transferencias. Recibos. Tarjetas virtuales. Préstamos y créditos. Otros servicios. - o Medidas de seguridad.

Temporalización de los Resultados de Aprendizaje

RESULTADO DE APRENDIZAJE	1T	2T	3T
RA: 1. Maneja a nivel de usuario sistemas informáticos empleados habitualmente en el comercio, utilizando el hardware y el software más común.	X		
RA: 2. Utiliza la red Internet y los servicios que la componen, manejando programas de navegación, correo electrónico y transferencia de archivos, entre otros.	X		
RA: 3. Confecciona materiales informativos y publicitarios, utilizando técnicas de diseño gráfico.			X
RA: 4. Realiza tareas de manipulación de textos y de presentación de textos, imágenes y gráficos en forma continua, empleando programas para la automatización de los trabajos y actividades específicas del comercio.	X		
RA: 5. Realiza cálculos matemáticos con hoja de cálculo y tratamiento de datos con gestores de bases de datos, utilizando programas para la automatización de las actividades comerciales.		X RA a EMPRESA	
RA: 6. Realiza la facturación electrónica y otras tareas administrativas, de forma telemática, utilizando en cada caso el software específico.			X

4.- Metodología.

Orientaciones pedagógicas:

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones relacionadas con el uso de herramientas informáticas tales como:

- Manejo de equipos informáticos.
- Utilización de sistemas operativos y gestión de ficheros de datos.
- Administración de redes domésticas.
- Configuración de la red Internet y uso de la misma.
- Búsqueda avanzada de información.
- Gestión del correo electrónico como medio de comunicación y como herramienta de venta.
- Transferencias de información.
- Utilización de aplicaciones informáticas de diseño gráfico.
- Elaboración de textos con programas específicos de proceso de textos.
- Utilización y creación de presentaciones publicitarias y de negocios en general.
- Manejo de programas para la realización de todo tipo de cálculos por medio de aplicaciones de hoja de cálculo.
- Gestión de la información de la empresa a través de programas gestores de bases de datos.
- Facturar electrónicamente.
- Enviar y recibir datos de organismos públicos.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Las tareas de control y gestión de cualquier empresa comercial de productos y/o servicios.
- El diseño de materiales gráficos y publicitarios.
- El uso de herramientas ofimáticas de carácter general.
- El uso de herramientas informáticas necesarias en la gestión de un comercio.

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

- Utilización de equipos informáticos.
- Uso de Internet.
- Utilización de aplicaciones informáticas de diseño gráfico.
- Utilización de programas ofimáticos de uso general.
- Utilización de programas ofimáticos de uso específico de empresas comerciales.
- Manejo de programas informáticos de traspaso de datos a otras empresas y a la administración.
- Facturación electrónica.

Se establecerán **estrategias didácticas** de tipo expositivo y de investigación. Para establecerlas,

es útil conocer los tipos de aprendizaje según el autor David. P. Ausubel:

- Receptivo. Por explicación del profesor, material impreso, medios audiovisuales.
- Por descubrimiento. Descubre el material por sí mismo: guiado por el profesor o de forma autónoma.
- Memorístico. Memorización de datos, hechos, conceptos, aprendizaje mecánico.
- Significativo. Relaciona los conceptos nuevos con los poseídos, con la experiencia y modifica esquemas conceptuales.

Métodos didácticos:

Aplicación combinada de los siguientes métodos didácticos para el desarrollo de las sesiones formativas:

- **Método constructivista del aprendizaje**, de forma que el alumnado sea participe del proceso y partiendo de sus conocimientos previos, la investigación personal y/o profesional, el contacto con la realidad de su entorno y las experiencias del grupo clase, puedan plantearse cuestiones de investigación centrándose en el interés del alumnado y que estos se conviertan en participantes totalmente activos de su propia formación. ¿Cómo lo haremos? Gracias a la evaluación inicial del curso y la valoración al final de la unidad de lo que van aprendiendo los alumnos por parte del profesor, poniendo de manifiesto los conocimientos y experiencias previas de los alumnos gracias a la puesta en común mediante actividades, casos prácticos introductorios, vídeos o documentales. Posteriormente se llevarán a cabo tareas de investigación relacionadas con los aspectos que se hayan puesto de manifiesto en la puesta en común, siendo mi labor como profesor orientarlos hacia aquellos aspectos necesarios para la adquisición de las competencias. Durante todas las sesiones el alumnado podrá realizar aportaciones que sirvan para enriquecer el desarrollo de estas y que servirán para profundizar en la unidad, en aspectos concretos de la misma o en su aplicación en el ámbito profesional específico o del entorno. Por ello siempre se hará referencia a los aspectos que ya conocen o hayan trabajado. El objetivo es que el proceso de aprendizaje tenga significado para los alumnos y en todo momento sientan que lo que aprenden les sirve realmente en el entorno donde quieren desarrollarse profesionalmente (aprendizaje significativo).
- **Método de trabajo en grupo**, donde el aprendizaje colaborativo está presente en todo momento. Este método cobra mucha importancia en este módulo donde el alumnado tiene que aprender a dirigir y a formar parte de un equipo para la gestión de eventos de marketing. ¿Cómo lo haremos? Por medio de trabajos con grupos permanentes y esporádicos de carácter heterogéneo, fomentando la interacción entre profesor-alumnos, entre alumnos del mismo grupo, pero también entre alumnos de otros cursos y ciclos, así como con el resto de la comunidad educativa. Para ello se le facilitará herramientas para poder llevar a cabo sus objetivos de forma óptima y favoreciendo las habilidades sociales y emocionales.

Se destaca la configuración de entre grupos heterogéneos de manera que los alumnos puedan aprender unos de otros, fomentando la tutorización entre iguales o la tutorización entre expertos en el caso de que encontremos alumnos especialmente hábiles o conocedores de ciertas disciplinas, tal y como puede ocurrir en un entorno de trabajo real.

Buena parte de los métodos de trabajo serán en grupo, sin embargo, también se trabajará de manera individual en base a poder reconocer el esfuerzo y aprendizaje individual.

- **Método expositivo**, en el que por medio de presentaciones y explicaciones se pueda ayudar al alumnado al inicio de cada acto didáctico sobre los objetivos a alcanzar, conjuntamente con los contenidos específicos a tratar. Igualmente, este método me permitirá resumir y reforzar los puntos esenciales de cada módulo, unidad didáctica o contenidos tratados en el día a día. Muy útil también la resolución de dudas.

Este método expositivo siempre irá acompañado de pequeños ejercicios prácticos que ayuden y hagan participar al alumno, evitando la comunicación unidireccional y que la sesión sea sólo teórica.

Tipos de actividades

Actividades de enseñanza:

Se basan en captar la atención del alumnado en todo momento, explicando los contenidos acercándose a su entorno. Igualmente, y para conseguir autonomía en el desarrollo de sus funciones, se plantean actividades en las que tienen que realizar búsquedas o investigación para encontrar la solución a determinados casos expuestos. La puesta en común de todas las acciones que llevemos a cabo será vital.

Actividades de aprendizaje:

- Actividades de **inicio** como casos prácticos, dinámicas, debates, búsquedas, artículos o lluvias de ideas, vídeos, gamificación...
- Actividades de **desarrollo**: como las demostrativas (docencia directa o visita de expertos), las de investigación y aplicación (actividades de clase, casos prácticos, problemas, retos, trabajos prácticos)
- Actividades de **síntesis** como resúmenes y esquemas, en algunas ocasiones los casos recopilatorios de algunos RA constituyen en sí una actividad de síntesis, así como de relación entre los contenidos de cada RA.
- Actividades **digitales**; Incorporando el uso de las TAC (tecnología aplicada al aprendizaje y el conocimiento), con la utilización de dispositivos digitales (PC). Nuestro alumnado deberá dominar perfectamente las estrategias de búsqueda de información en la red, tanto a lo largo del curso para su aprendizaje como una vez finalizado el curso en su vida laboral, ya que están en contacto directo y continuo con las nuevas tecnologías, principalmente con Internet y su uso en dispositivos, además la mayoría de las actividades evaluables serán seguidas a través de la plataforma **Classroom** del centro. Estas actividades pueden ser de inicio, desarrollo, síntesis, refuerzo o ampliación.
- Actividades de **refuerzo y ampliación**. Las actividades de refuerzo estarán centradas en aquellas capacidades que el alumnado no haya podido conseguir. Las actividades de ampliación estarán enfocadas al alumnado que ha ido adquiriendo las capacidades necesarias durante la unidad y al que se le encomienda la investigación, profundización o resolución de tareas que lograrán enriquecer su conocimiento.

Para alcanzar los objetivos y competencias se desarrollarán las siguientes unidades:

UNIDAD	HORAS	TRIMESTRE	RA Y CE s
UD 1. EL ORDENADOR, COMPONENTES Y PERIFÉRICOS	12 horas	PRIMER TRIMESTRE	1 a, b, c, d, e, f, g, h
UD 2. SISTEMAS OPERATIVOS DE VENTANAS. WINDOWS	12 horas	PRIMER TRIMESTRE	1 a, b, c, d, e, f, g, h
UD 3. REDES LOCALES E INTERNET	12 horas	PRIMER TRIMESTRE	2 a, b, c, d, e, f, g, h
UD 4. HOJAS DE CÁLCULO	20 horas	PRIMER TRIMESTRE	5 a, b, c, d, e, f, g, h
UD 5. BASES DE DATOS	20 horas	SEGUNDO TRIMESTRE	5 a, b, c, d, e, f, g, h
UD 6. PROCESADORES DE TEXTO	20 horas	SEGUNDO TRIMESTRE	4 a, b, c, d, e, f, g
UD7. DISEÑO DE MATERIALES DE COMUNICACIÓN	18 horas	TERCER TRIMESTRE	3 a, b, c, d, e, f, g
UD 8. FACTURACIÓN ELECTRÓNICA	14 horas	TERCER TRIMESTRE	6 a, b, c, d, e, f, g, h
TOTAL, HORAS	128 horas		

Planteamiento metodológico y actividades.

Como se ha expuesto anteriormente la programación se ha organizado en 5 unidades didácticas. La duración de cada una de ellas será flexible y estará en función del grado de complejidad de los contenidos y del ritmo de aprendizaje del grupo.

La temporalización de las actividades programadas en cada unidad didáctica variará en función del tipo de actividad, agrupamiento de los alumnos y alumnas y de los recursos utilizados teniendo en cuenta que será necesario adaptar la actividad al tiempo disponible, como es el caso de alguna actividad especial; y si existe alguna salida fuera del centro, actividad que habrá que programar con tiempo.

En cualquier caso, independientemente del número de sesiones de cada unidad de trabajo, el orden metodológico general a seguir será el siguiente (salvo para la unidad que va a empresa):

1. **Introducción** al tema en clase sobre los conceptos, la estructura y procedimientos fundamentales de la unidad didáctica.
2. **Exploración inicial** para determinar qué grado de conocimiento tienen sobre lo que se tratará en la nueva unidad, verificando los conocimientos a través de cuestionarios, debates, gamificaciones.
3. **Desarrollo** de los contenidos. Es deseable que los contenidos sean fáciles de seguir por el alumno, que estén fuertemente estructurados y escritos con un lenguaje sencillo pero preciso. Las palabras y conceptos clave de la unidad didáctica deben

señalarse, explicarse y definirse. Al terminar la explicación de cada epígrafe, o aspecto destacado de la unidad didáctica, se debería potenciar la asimilación de conocimientos mediante la realización de ejercicios y actividades prácticas. La explicación del profesor se realizará de forma presencial.

4. Realización de **casos prácticos, simulaciones y actividades** sobre los temas objeto de estudio, lo más cercanos a la realidad, con un grado creciente de dificultad. Se realizarán tareas tanto en clase como en casa y se subirán a la plataforma Classroom para su evaluación. Los casos prácticos de tipo proyecto siempre incluyen un debate con el grupo completo y en ocasiones la presentación al resto de compañeros, cuando el interés didáctico lo requiera.

5. Realización de **trabajos de investigación**, valorando la capacidad de trabajo en equipo y la exposición de resultados en público, así como ser capaces de obtener información relevante y saber utilizarla para diseñar cambios o mejoras en un entorno de trabajo de empresa.

6. **Recuperación, refuerzo y ampliación.** A lo largo de la unidad o después de las mismas para reforzar/ ampliar conocimientos.

5.- La evaluación, medios y criterios de calificación.

Dentro del marco legal de la ORDEN de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía. Se evaluará cada uno de los siguientes resultados de aprendizaje mediante las evidencias descritas en las siguientes tablas:

NOTA: el apartado “Evidencia” puede sufrir modificaciones por el carácter flexible de la programación, según vayan planteándose el curso para adaptarnos al grupo de clase.

NOTA: En el apartado “Evidencia” las entregas se refieren a casos prácticos individuales o grupales, trabajos de exposición o trabajos de investigación, las pruebas son teórica-prácticas y de carácter individual.

RA: 1 Maneja a nivel de usuario sistemas informáticos empleados habitualmente en el comercio, utilizando el hardware y el software más común.		
Criterio de evaluación	Evidencia	Peso 10%
a) Se han examinado los componentes físicos de un ordenador.	Prueba	1%
b) Se han considerado las características y funcionamiento de los equipos informático-electrónicos específicos para el comercio.	Prueba	1%
c) Se ha manejado un sistema operativo basado en el uso de ventanas.	Prueba	2%
d) Se han gestionado los archivos de información mediante sistemas operativos.	Prueba	1%
e) Se han descargado y utilizado aplicaciones de visualización e impresión de datos.	Prueba	2%
f) Se ha configurado una red doméstica.	Prueba	1%
g) Se han protegido los equipos de virus, correo basura y otros elementos indeseables.	Prueba	1%
h) Se han realizado operaciones rutinarias de mantenimiento de los equipos.	Prueba	1%

RA: 2. Utiliza la red Internet y los servicios que la componen, manejando programas de navegación, correo electrónico y transferencia de archivos, entre otros.		
Criterio de evaluación	Evidencia	Peso 15%
a) Se han identificado los conceptos esenciales de funcionamiento y uso de la red y las características propias de las intranets y las extranets.	Prueba	1%
b) Se han evaluado y configurado los distintos sistemas de conexión a la red.	Prueba	2%
c) Se ha identificado el protocolo de red para la transferencia de archivos (FTP) desde un equipo cliente a un servidor.	Prueba	2%
d) Se han utilizado los principales programas navegadores para moverse por la red.	Prueba	2%
e) Se ha utilizado el correo electrónico directamente desde la web.	Prueba	2%
f) Se han empleado programas de cliente de correo electrónico para gestionar el envío y recepción de mensajes.	Prueba	2%
g) Se han realizado búsquedas selectivas de información mediante aplicaciones específicas y buscadores especializados por temas.	Prueba	2%
h) Se han implantado medidas de seguridad para proteger los equipos de intrusiones externas.	Prueba	2%

RA: 3. Confecciona materiales informativos y publicitarios, utilizando técnicas de diseño gráfico.		
Criterio de evaluación	Evidencia	Peso 20%
a) Se han diseñado materiales de comunicación en soportes gráficos.	Entrega	3%
b) Se ha realizado la composición y formato del material, respetando principios de armonía, proporción, equilibrio y simetría, entre otros.	Entrega	3%
c) Se han aplicado principios de asociación psicológica de imágenes, contenidos, semejanza, continuidad y simetría, entre otros.	Entrega	3%
d) Se han empleado técnicas de diseño y autoedición relativas a percepción visual, legibilidad y contrastes de color, entre otros.	Entrega	2%
e) Se han diseñado materiales gráficos de imágenes, manteniendo una distribución equilibrada de todos los elementos.	Entrega	3%
f) Se ha utilizado diverso software multimedia para la edición de imágenes y sonidos y para la grabación de sonidos.	Entrega	3%
g) Se han efectuado trabajos publicitarios y promocionales en Internet.	Taller	3%

RA: 4 Realiza tareas de manipulación de textos y de presentación de textos, imágenes y gráficos en forma continua, empleando programas para la automatización de los trabajos y actividades específicas del comercio.		
Criterio de evaluación	Evidencia	Peso 20%
a) Se han editado todo tipo de escritos informativos y publicitarios, por medio de aplicaciones específicas de tratamiento y corrección de textos.	Entrega	3%
b) Se han utilizado herramientas especializadas de generación de textos a través de utilidades de edición.	Entrega	2%
c) Se han elaborado índices temáticos, alfabéticos y de ilustraciones.	Entrega	3%
d) Se han ordenado los textos e ilustraciones para efectuar una correcta maquetación de los contenidos.	Entrega	3%
e) Se han manejado aplicaciones de autoedición que nos permiten diseñar y maquetar páginas con textos y elementos gráficos diversos, destinados a servir como material de marketing.	Entrega	3%
f) Se han diseñado presentaciones publicitarias y de negocios con texto esquematizado, animaciones de texto e imágenes importadas.	Entrega	3%
g) Se han diseñado presentaciones maestras que sirvan de base para la creación de otras presentaciones.	Entrega	3%

RA: 5. Realiza cálculos matemáticos con hoja de cálculo y tratamiento de datos con gestores de bases de datos, utilizando programas para la automatización de las actividades comerciales.		
Criterio de evaluación	Evidencia	Peso 20%
a) Se han realizado cálculos matemáticos en diversas áreas de la empresa como administración, finanzas y producción, entre otras.	Evaluado por la empresa	2%
b) Se han definido las fórmulas para automatizar la confección de diversos documentos administrativos, tales como albaranes y facturas, entre otros.		3%
c) Se han utilizado funciones matemáticas para calcular ingresos, costes, y resultados económico– financieros.		3%
d) Se han tratado y filtrado listas de datos con la hoja de cálculo.		3%
e) Se han creado ficheros de bases de datos relacionales que pueden ser fácilmente consultadas.		2%
f) Se han extraído informaciones a través de la consulta combinada de varias tablas de datos.		2%
g) Se ha diseñado formularios para la inclusión de datos en sus tablas correspondientes.		2%
h) Se han elaborado informes personalizados de los registros de la base de datos para imprimirlos.		3%

RA: 6. Realiza la facturación electrónica y otras tareas administrativas, de forma telemática, utilizando en cada caso el software específico.		
Criterio de evaluación	Evidencia	Peso 15%
a) Se han identificado los formatos electrónicos de factura.	Entrega	2%
b) Se ha establecido la transmisión telemática entre ordenadores.	Entrega	2%
c) Se han utilizado aplicaciones específicas de emisión de facturas electrónicas.	Entrega	2%
d) Se ha garantizado la integridad y autenticidad de las transmisiones telemáticas a través de una firma electrónica reconocida.	Entrega	2%
e) Se han realizado tareas administrativas online con organismos públicos y privados.	Entrega	2%
f) Se han cumplimentado documentos con las obligaciones fiscales a las que están sujetas las operaciones de compraventa de productos o servicios.	Entrega	2%
g) Se han realizado simulaciones de tramites online con la Seguridad Social.	Entrega	2%
h) Se han realizado prácticas con simuladores de banca online.	Entrega	1%

PROCESO DE EVALUACIÓN EN LOS CICLOS FORMATIVOS DE GRADO MEDIO Y SUPERIOR.

Todos los módulos de los ciclos formativos se rigen por la **ORDEN de 29 de septiembre de 2010**, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Los porcentajes que corresponden a cada criterio de evaluación en los que se basan los exámenes prácticos así como el resto de actividades formativas, se encuentran detallados en las programaciones de los distintos módulos, disponibles en la web del centro.

Este proceso de evaluación es válido para todos los módulos profesionales impartidos por el departamento de Comercio y Marketing.

Aspectos a tener en cuenta:

A) Para superar las pruebas teórico-prácticas:

1. Se necesitará obtener como mínimo una puntuación de **5 puntos, utilizando una evaluación criterial para aprobar cada una de ellas**

2. Si el alumno/a no asiste y presenta documentación justificativa **oficial** (máximo 3 días lectivos tras la falta), podrá realizar de nuevo esa prueba el día fijado para la recuperación de la correspondiente evaluación. Si no superase esta prueba, podría realizar la recuperación de la misma, que se realizaría antes de la celebración de la evaluación correspondiente.

3. Las pruebas teórico-prácticas tienen carácter individual y cualquier ayuda que pudiera tener el alumno/a, ya sea de un compañero/a o a través de algún instrumento de apoyo no permitido, supondrá la retirada de la prueba y su inmediata **anulación**, teniendo que realizarla en el periodo de recuperación de junio el alumnado de primer curso y antes de realizar la evaluación previa del módulo de formación en centros de trabajo, el alumnado de segundo curso.

4. Para superar el módulo se han de aprobar todas las pruebas teórico-prácticas.

5. Se abrirá un plazo de recuperación antes de cada evaluación cuando su calificación criterial sea menor de cinco y para los no presentados según tiempo y forma, y otro plazo de recuperación más adicional en el periodo de recuperación de junio en el caso de que aún no se hubieran superado algunas de las pruebas.

B) Para superar las entregas (actividades, proyectos...):

1. Para aprobar el módulo deberán estar presentados **TODAS en tiempo y forma** y tener una **puntuación criterial mínima de 5 puntos en cada una de ellas**.

2. Deben realizarse en clase o en el taller, dentro de la organización normal de las clases. También pueden ser realizadas por el alumnado en casa y colgadas en la plataforma Moodle /Classroom dentro del plazo y forma indicadas.

3. En ningún caso, corresponde al profesor/a la tarea de recordar al alumnado que no haya presentado alguna de sus actividades, proyectos y entregas que proceda a subsanar dicha situación. Se considera que el alumnado, tiene la madurez personal y profesional suficiente como para ser conscientes de lo que no haya entregado puntualmente. El propio alumnado deberá llevar un sistema adecuado de control de esto, así como de las calificaciones obtenidas en las pruebas realizadas a lo largo del curso.

4. Se abrirá un plazo de recuperación antes de cada evaluación cuando su calificación criterial sea menor de cinco y para las no presentadas según tiempo y forma, y otro plazo de recuperación más adicional en el periodo de recuperación de junio en el caso de que aún no se hubieran superado algunas de las entregas.

C) Evaluación continua: de acuerdo con la **ORDEN de 29 de septiembre de 2010** en su artículo 2.2 la aplicación de la evaluación continua requiere la asistencia regular a clase y participación en las actividades programadas del ciclo formativo, aquellos alumnos/as que incumplan esto no podrán ser evaluados mediante dicha evaluación continua y tendrán que superar **TODAS las entregas, actividades, proyectos y pruebas teórico-prácticas** directamente en el periodo de recuperaciones de junio. Concretamente se ha establecido que más de un 20 % de faltas injustificadas del total de horas en un módulo supone la pérdida de la evaluación continua para dicha materia.

D) Evaluación de la formación DUAL: algunos de los resultados de aprendizaje y sus criterios de evaluación para cada uno de los módulos, se imparten/aprenden en las empresas dónde el alumnado realiza las prácticas, para evaluar estos resultados de aprendizaje se tomará en cuenta lo siguiente:

- Se realizará de forma criterial con las rúbricas que los profesores/as de este departamento entregarán a los centros de trabajo que devolverán al centro educativo marcando los grados de desempeño de los criterios de evaluación de los alumnos/as para dichos resultados de aprendizaje.
- El profesor responsable de cada módulo asignará una nota numérica criterial para los criterios de evaluación de dicho resultado de aprendizaje en base a lo marcado por el centro de trabajo para cada alumno.
- Para poder realizar la formación dual en empresa por parte de un alumno/a, este tiene que haber superado el resultado de aprendizaje sobre prevención de riesgos laborales impartido en el primer trimestre del módulo Itinerario Personal para la Empleabilidad I.
- Los resultados de aprendizaje en empresa de cada módulo han de ser superados como cualquier otro para poder aprobar cada uno de los módulos profesionales.
- En base a la Orden EFD/657/2024 y Orden EFD/659/2024 de 25 de junio, por la que se determina el currículo y se regulan determinados aspectos organizativos para los ciclos formativos de grado medio/superior en el ámbito de gestión del Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes, el equipo docente podrá adoptar la decisión de que un o una estudiante no se incorpore al periodo de formación en empresa u organismo equiparado durante el primer curso, cuando la trayectoria del o de la estudiante sea incompatible con el aprovechamiento del periodo de formación en empresa. En tal circunstancia, dicho alumnado desarrollará el primer curso completo en el centro educativo y realizará, durante dicho periodo, actividades complementarias y/o de refuerzo de los resultados de aprendizaje no vinculados a la empresa. Será evaluado por el profesorado responsable de cada módulo y cuya calificación será provisional hasta tanto no desarrolle el periodo en 2º curso, con los resultados de aprendizaje de 1º y 2º curso.

- Concretamente la rúbrica para evaluar este módulo por la empresa es la siguiente:

Ítem (describe detalladamente)	CEV	% RA	Excelente	Muy bien	Aceptable	Mejorable	Muy mejorable
1. El alumno/a consultará y aplicará formulas matemáticas sencillas que permitan facilitar las tareas administrativas y de gestión de facturas y albaranes de la empresa.	a, b, c	30%	☐	☐	☐	☐	☐
2. El alumno/a deberá saber realizar filtros de la información de la base de datos de la empresa por clientes/proveedores/surtido de productos ...	d	20%	☐	☐	☐	☐	☐
2. El alumno/a participará activamente en la creación/mejora de la base de datos de la empresa para su fácil manejo y consulta actualizada de la información	e, f	25%	☐	☐	☐	☐	☐
4. El alumno/a participará en el diseño y elaboración de informes personalizados de clientes/proveedores/referencias, necesarios en cada momento para su análisis.	g, h	25%	☐	☐	☐	☐	☐

Nota Competencias Personales y Sociales

La participación activa y positiva en clase, colaboración y participación en entregas grupales o la entrega de trabajos en tiempo y forma pueden ser evaluados de manera conjunta con los criterios de evaluación de cada uno de los resultados de aprendizaje por el profesor, se trabajan y evalúan en consonancia a estos criterios.

Nota para entregas con exposición

En el caso de entregas de tareas con exposición bien sean grupales o individuales, los alumnos que no expongan en el día y horas indicadas (salvo justificación documentada) no superan estas y tendrán que realizar de nuevo la entrega (nuevo trabajo también en el caso de trabajo entregado pero no expuesto) y también exponerlo/a en el periodo indicado por el profesor para recuperar las entregas suspensas.

Los alumnos que justifiquen esta y entregan en tiempo y forma el trabajo, tendrán la posibilidad de cerrar con el profesor un día y hora para realizar la exposición y si es superada no van con dicha entrega a recuperaciones.

Nota coevaluación de actividades grupales

En las actividades grupales, si algún miembro del grupo lo solicita los alumnos reflejarán el trabajo que ha realizado cada uno y su porcentaje de implicación mediante un documento firmado de acuerdo por todos los integrantes del grupo, estos aspectos repercutirán en la nota del trabajo de manera individual para cada alumno/a de manera que se garantice la participación de todos los integrantes del grupo de trabajo.

Nota entregas plan de marketing y otros proyectos

Al ser un trabajo por proyectos en los que tras la entrega de una fase los alumnos/as deben corregir sus fallos para poder avanzar a la siguiente fase, la no entrega de dos entregas parciales del proyecto o la no corrección de los errores tras dos entregas corregidas por el profesor

conlleve que ese proyecto va al periodo de recuperación de junio. En estos trabajos al ser continuos, un alumno/a tiene la opción de separarse del compañero/a en el caso de que su otro compañero/s no rindan (siempre tiene que quedar constancia en varios documentos de coevaluación de entregas previas firmadas por todos los miembros del grupo) y depende del avance que lleven los proyectos el profesor decidirá si continúa solo o con otro grupo en las siguientes entregas del mismo.

Periodo entre la 3ª evaluación parcial y la evaluación final

Este periodo que está regulado en la normativa vigente será dedicado prioritariamente a la adquisición de aprendizajes no adquiridos por parte del alumnado con evaluación negativa. Si fuera necesario el profesor planteará actividades de síntesis con el fin de garantizar que el alumnado que no ha superado todos los RAs pueda hacerlo ahora y el poco tiempo disponible en este periodo no sea un inconveniente.

En este periodo el alumno debe realizar aquellas pruebas, proyectos, actividades y prácticas que no hayan superado, no alcanzando sus competencias profesionales, personales y/o sociales previstas ni consiguiendo por tanto los objetivos del módulo.

Una vez realizada la propuesta de nota final del módulo, los alumnos que hayan superado el módulo y que deseen mejorar su nota final, deberán realizar la petición en el plazo estimado y deberán realizar aquellas prácticas, pruebas o actividades en las que haya obtenido más baja puntuación y que le serán indicadas (un máximo de 6 evidencias), para decidir cuáles se hacen mantendrán una reunión previa con el profesor.

6.- Medidas de atención al alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo.

Aquellos alumnos que presenten problemas de aprendizaje o algún tipo de deficiencia se les garantizará el acceso a las pruebas de evaluación, proporcionándoles materiales específicos que les facilite la comprensión de los contenidos y realización de prácticas.

Las actividades estarán diseñadas para atender a todo el alumnado, si se detectara cualquier necesidad educativa se dará respuesta de inmediato según el protocolo n.e.a.e. (necesidades específicas de apoyo educativo). Así, nuestra actuación se centrará básicamente en:

- ❖ Atención a la diversidad de ritmos, aptitudes, intereses, expectativas y motivaciones del alumnado. Para dar respuesta a los distintos ritmos de aprendizaje, aptitudes, intereses, expectativas y motivaciones del alumnado al que hemos hecho referencia anteriormente y con los que nos encontramos inevitablemente en todos los cursos, estableceré dos tipos de actividades concretas, unas serán de refuerzo y otras de ampliación:
 - Si se aprecia la existencia de alumnos con un ritmo más acelerado de aprendizaje, se les propondrá **actividades de ampliación**, que generalmente consistirán en la realización de alguna investigación referente a los contenidos que se estén trabajando para motivarlos y que se impliquen en su proceso de enseñanza-aprendizaje.
 - Si se aprecia alumnos con posibles dificultades de aprendizaje (ritmo más lento) o con problemas de motivación o falta de interés, se les propondrá la realización de **actividades de refuerzo**, que los introduzca en los contenidos de la materia y les ayude a seguir el ritmo de la clase con menor dificultad, así como la selección de actividades y el desarrollo de una metodología motivadora y que despierte su interés.
- ❖ Atención a alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo. Se contemplan las siguientes medidas de atención a la diversidad para atender a este alumnado que lo necesite cuando se detecte la necesidad:
 - Situarlo en primera fila o un lugar dónde pueda tener un compañero de apoyo, a no ser que el alumno progrese bien en el sitio dónde se encuentre.

- Actividades muy pautadas con instrucciones claras y concisas.
- Supervisión constante: Si la tarea es muy larga fragmentarla. Para facilitar su implicación en las tareas incrementar el número de veces que se supervisa su trabajo. Apoyo en las explicaciones y más atención en su consecución de los estándares.
- Actividades variadas con diferente nivel de dificultad con intención de desarrollarlas con el alumnado en clase. Para aquellos alumnos/as que no tienen problemas en realizar las actividades básicas propuestas para todos/as, se pueden diseñar actividades más complejas (actividades de ampliación), y, por otra parte, para aquellos/as que se ha detectado que tienen problemas para la consecución de las actividades básicas, se plantea otras más sencillas que presentan menor nivel de dificultad (actividades de refuerzo).
- Flexibilidad en los tiempos asignados a las actividades en función de las dificultades encontradas por el alumnado.
- Se podrán crear si se ve conveniente, grupos de cooperación en el que los/as alumnos/as más aventajados orientarán y ayudarán a aquellos/as compañeros/as que necesiten más tiempo y refuerzo en la ejecución de las tareas, cuando la profesora esté ocupada trabajando con el resto del grupo.

Para concluir, destacar que la planificación de esta programación y su puesta en práctica va a tener en cuenta la diversidad del alumnado y las consiguientes necesidades educativas con el fin de:

- Prevenir la aparición o evitar la consolidación de dificultades de aprendizaje.
- Facilitar el proceso de maduración y autonomía del alumnado.
- Fomentar actitudes de respeto a las diferencias individuales.

7.- Transversalidad.

Expresamente, en nuestra programación estableceremos los siguientes elementos transversales para el fomento y desarrollo de la educación en valores:

- Fomentar el emprendimiento y la innovación.
- La educación moral y cívica: fomentando actitudes de respeto hacia el compañero, otras culturas y tolerancia con otras ideas. Esto se llevará a cabo con actividades en grupo y debate.
- Las Tics.: la creciente importancia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, conocidas como TIC, que agrupan elementos y técnicas utilizadas en el tratamiento y transmisión de información, en general informática, Internet y telecomunicaciones, con búsqueda de definiciones para términos claves, así como el uso habitual de Moodle.
- Cultura andaluza: siempre que sea posible, con especial hincapié en datos de investigación la cultura empresarial andaluza.
- Libertades individuales (raza, sexo...) al tratarse de investigación podemos hacer llegar estudios sobre ello a los alumnos/as

Los anteriores elementos tendrán su concreción en los contenidos transversales establecidos a través de las unidades didácticas y cuyo fin será la búsqueda de la asimilación y el desarrollo de la educación en los valores seleccionados en nuestro alumnado.

8.- Materiales y recursos didácticos.

Se hace necesario tanto para el profesor como para el alumno disponer continuamente de un dispositivo informático adecuado para trabajar en la plataforma Classroom y realizar trabajos con implicación de TICS en el campo del Comercio y Marketing. En el centro existen ordenadores portátiles para poder trabajar

A modo de resumen podemos indicar los siguientes:

1. Cuaderno de clase online: los alumnos deberán reflejar en él todas las actividades que se realicen en clase y en casa, de forma ordenada y limpia, y subirlo en la plataforma Classroom en su correspondiente unidad.
2. Recursos impresos: complementarán el trabajo diario de clase. Algunos de estos materiales son: libros, prensa, catálogos, tickets, fotocopias. Podemos señalar los apuntes en PDF subidos a la plataforma como una guía para el trabajo diario de clase, sin perder de vista la base de la programación.
3. Encerado: la pizarra será un apoyo a las explicaciones del profesor y para las exposiciones de los alumnos, así como algunas correcciones de ejercicios. Podrá ser una aplicación del ordenador cuando haya videoconferencias.
4. Material audiovisual y visual: actualmente es un recurso importante por la motivación y el interés que suscita en el alumno, por lo que se intentará usar regularmente alguno de los siguientes materiales: fotografías, carteles, proyector/videoprojector, vídeos, programas televisivos, fragmentos de películas, emisiones radiofónicas.
5. Material informático: como parte fundamental de las Nuevas Tecnologías el alumno deberá manejar la herramienta de Internet para realizar diversas actividades de búsqueda de información. En general deberán usar el ordenador para trabajar en la plataforma Classroom, realizar búsquedas de información, actividades, trabajos, etc.

En este módulo además es relevante el uso de programas informáticos asociados al marketing.

9.- Actividades complementarias y extraescolares.

A lo largo del curso se intentarán adaptar todas las posibles, realizando las charlas de especialistas o de organismos a través de videoconferencia.

No obstante, se llevarán a cabo diferentes visitas a empresas con el fin de observar en la práctica los contenidos vistos en el aula. Así mismo, se recibirán visitas de especialistas en el centro que impartirán charlas y talleres al alumnado relacionados con los contenidos del módulo.

En la siguiente tabla se recogen las planteadas a principio de curso:

Actividad	Temporización
Empresas/ Entidades dedicadas al marketing	Todo el curso
Charlas de especialistas del sector en clase	Todo el curso
Charlas en diferentes localizaciones relacionadas con la materia	Todo el curso
Charlas de temáticas transversales	Todo el curso
Charlas sobre Analítica Digital	Todo el curso
Días mundiales señalados	Todo el curso
Visita a departamentos de Comercio y Marketing de empresas	Todo el curso
Visita a agencias de publicidad y marketing	Todo el curso

10.- Aportación del módulo al proyecto intermodular

De vital importancia para el proyecto intermodular de segundo curso son los siguientes resultados de aprendizaje:

- ✓ RA: 6. Realiza la facturación electrónica y otras tareas administrativas, de forma telemática, utilizando en cada caso el software específico.

El alumno en el proyecto deberá utilizar un software específico para la realización de la facturación electrónica y para llevar a cabo de forma telemática las distintas tareas administrativas que sean necesarias.

Programación didáctica

Módulo	Dinamización del Punto de Venta (1231)
Ciclo	T.M. Actividades Comerciales
Curso	Primero
Familia	Comercio y marketing
Profesor/a	Cristina Bautista Benítez
Curso	2024/25



IES Huerta Alta



Unión Europea

Fondo Social Europeo
"El FSE invierte en tu futuro"



Índice:

- 1.- Introducción.**
- 2.- Objetivos y Competencias.**
- 3.- Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos.**
- 4.- Metodología.**
- 5.- La evaluación, medios y criterios de calificación.**
- 6.- Medidas para el alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo.**
- 7.- Transversalidad.**
- 8.- Materiales y recursos didácticos.**
- 9.- Actividades complementarias y extraescolares.**
- 10- Aportación del módulo al proyecto intermodular**

1.- Introducción

Perfil del alumnado

El alumnado procede del mismo Alhaurín de la Torre y zonas colindantes, enclavado el IES en la Urbanización Fuensanguinea, el municipio limita con Málaga, Cártama, Torremolinos, Mijas, Benalmádena y Alhaurín el Grande.

Sobre el rendimiento académico del alumnado en los ciclos, el alumnado suele dedicar tiempo estudio muy dispar, por ello es importante tener en cuenta los resultados de las evaluaciones iniciales que llevaremos a cabo a principio de curso.

La implicación de las familias y el entorno y su efecto positivo o negativo en la repercusión académica de los alumnos/as no es muy notable para los ciclos de grado medio y prácticamente inexistente para los alumnos de grado superior debido a las edades avanzadas de estos alumnos, no obstante se mantiene tutoría con los mayores de edad y con los tutores legales de los menores de edad durante todo el curso para intentar incentivarlo.

La convivencia en el centro para los ciclos formativos es ejemplar, salvo algún caso atípico los grupos cohesionan bien y el clima es muy bueno.

El centro tiene diversidad de edades y perfiles de alumnado y está muy bien organizado en este aspecto, al ser solo los ciclos destinados al horario de tarde con exclusividad este aspecto de heterogeneidad no influye al normal desarrollo de la convivencia.

Los alumnos/as del ciclo proceden de este mismo centro educativo tras cursar bachillerato, de otros centros de Alhaurín de la Torre, Alhaurín el Grande, Málaga, Fuengirola y Marbella. También existen alumnos/as que han accedido tras cursar el grado medio de Actividades comerciales.

Contexto socio-cultural

La población de Alhaurín de la Torre la componen 45.531 habitantes, los sexos son bastante equiparados 21.153 hombres y 21.378 mujeres, siendo la edad media 39,8 años de manera que no es un núcleo urbano excesivamente envejecido, propio de una ciudad dormitorio a solo unos 16 km de la capital malagueña.

Alhaurín de la Torre es uno de los municipios con más rápido crecimiento de la Costa del Sol, gracias en gran medida a su cercanía a Málaga y a la carretera costera A7 / N-340, así como al entusiasmo de sus habitantes por modernizar su municipio. Se trata de un área progresista que ha aprovechado plenamente las oportunidades comerciales que se le han presentado y que son vitales para el desarrollo profesional de los ciclos de actividades comerciales y marketing y publicidad de nueva implantación en el centro.

Con respecto a las comunicaciones Alhaurín de la Torre es accesible de las siguientes maneras: por el desvío

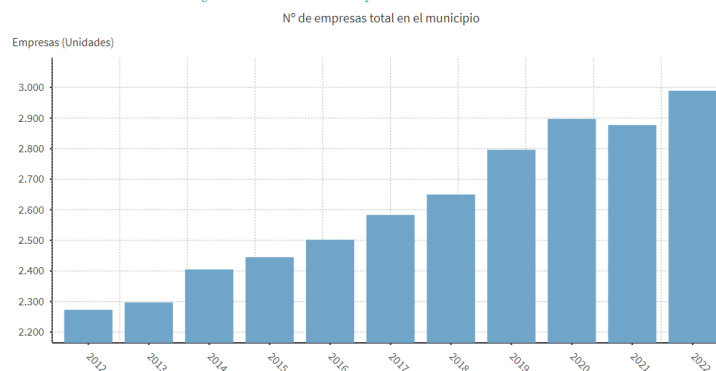
de la N-340 Málaga-Cádiz: la A-404 dirección a Coín, a través de la autovía Campanillas-Parque Tecnológico sentido Cártama: salida a Churriana. y a través de la hiperronda de Málaga (MA-30), inaugurada en noviembre de 2011 que parte desde el Enlace de las Virreinas a Torremolinos y que conecta con la circunvalación del municipio.

Con respecto al mercado de trabajo el desempleo es de 2.137 mujeres frente a 1.160 hombres, no siendo uno de los municipios dónde existe mayor desigualdad de género en este aspecto. La tasa de paro de un 14 % se sitúa por debajo del 18 % de la capital, no obstante es la quinta con mayor tasa dentro de los municipios de más de 40.000 habitantes de la provincia.

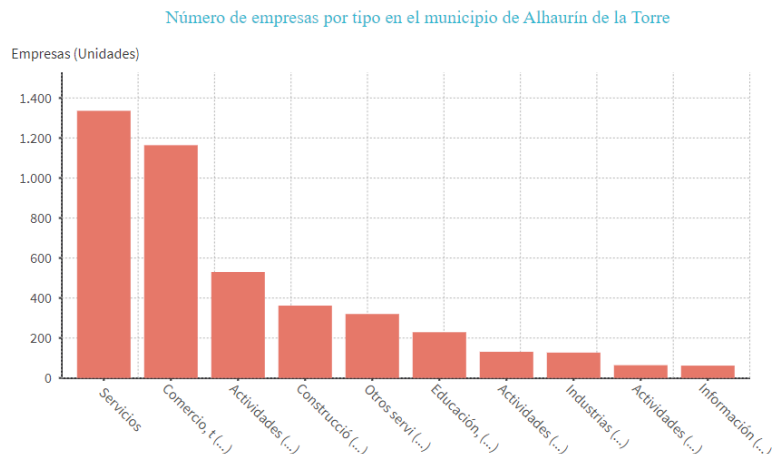
La renta bruta media del municipio ha experimentado crecimientos constantes en los últimos años de manera paralela al crecimiento de la población, siendo la mayor de la comarca del Guadalhorce.

El nivel educativo refleja bajo analafabetismo solo 390 personas según el IAE, y siendo el mayor porcentaje el de personas que tienen la enseñanza secundaria o bachillerato, no existiendo gran número de licenciados (si muchos más diplomados) equiparando las cifras de licenciados a los titulados como técnicos y técnicos superiores de formación profesional.

El número de empresas totales en el municipio ha presentado un ascenso progresivo en los últimos años rozando las 3.000 como puede observarse en el siguiente gráfico (INE).



Del total de empresas de la zona la gran mayoría se dedica a actividades relacionadas con el comercio y los servicios, siendo un dato positivo de cara a la inserción laboral de nuestros ciclos. Además se prevé la apertura en un año de un centro comercial en la localidad que desencadenará centenares de puestos de trabajo de la rama de comercio y marketing



NORMATIVA:

1. Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional
2. Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional.
3. Orden EFD/659/2024, de 25 de junio, por la que se determina el currículo y se regulan determinados aspectos organizativos para los ciclos formativos de grado superior en el ámbito de gestión del Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes
4. Orden EFD/657/2024, de 25 de junio, por la que se determina el currículo y se regulan determinados aspectos organizativos para los ciclos formativos de grado medio en el ámbito de gestión del Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes.
5. Resolución de 26 de junio de 2024, de la Dirección General de Formación Profesional, por la que se dictan Instrucciones para regular aspectos relativos a la organización y al funcionamiento del curso 2024/2025 en la Comunidad Autónoma de Andalucía
6. Real Decreto 499/2024, de 21 de mayo, por el que se modifican determinados reales decretos por los que se establecen títulos de Formación Profesional de grado medio y se fijan sus enseñanzas mínimas.
7. Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación
8. 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.
9. Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía.
10. ORDEN de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
11. Real Decreto 39/1997, de 17 de enero por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención.
12. Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas
13. Orden de 28 de julio de 2015, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales.
14. Decreto 327/2010, de 13 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria

2.- Objetivos y Competencias

La **competencia general de este título** consiste en desarrollar actividades de distribución y comercialización de bienes y/o servicios, y en gestionar un pequeño establecimiento comercial, aplicando las normas de calidad y seguridad establecidas y respetando la legislación vigente.

La formación del módulo ayudará a alcanzar los siguientes **objetivos generales del título**, enunciados en el Anexo I de la Orden de 28 de julio de 2015:

- i) Crear imagen de tienda, combinando los elementos exteriores e interiores del establecimiento comercial con criterios comerciales, para realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios.
- j) Analizar las políticas de venta y fidelización de clientes, organizando la exposición y promoción del surtido, para realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios.
- q) Analizar y utilizar los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación para aprender y actualizar sus conocimientos, reconociendo las posibilidades de mejora profesional y personal, para adaptarse a diferentes situaciones profesionales y laborales.
- r) Desarrollar trabajos en equipo y valorar su organización, participando con tolerancia y respeto, y tomar decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía.
- s) Adoptar y valorar soluciones creativas ante problemas y contingencias que se presentan en el desarrollo de los procesos de trabajo, para resolver de forma responsable las incidencias de su actividad.
- t) Aplicar técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a su finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia del proceso.
- u) Analizar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional, relacionándolos con las causas que los producen, a fin de fundamentar las medidas preventivas que se van a adoptar, y aplicar los protocolos correspondientes para evitar daños en uno mismo, en las demás personas, en el entorno y en el medio ambiente.
- v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todos».
- w) Aplicar y analizar las técnicas necesarias para mejorar los procedimientos de calidad del trabajo en el proceso de aprendizaje y del sector productivo de referencia.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las **competencias profesionales, personales y sociales** de este título que se relacionan a continuación:

- f) Realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios, aplicando técnicas de merchandising, de acuerdo con los objetivos establecidos en el plan de comercialización de la empresa.

- m) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.
- n) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.
- ñ) Resolver de forma responsable las incidencias relativas a su actividad, identificando las causas que las provocan, dentro del ámbito de su competencia y autonomía.
- o) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.
- p) Aplicar los protocolos y las medidas preventivas de riesgos laborales y protección ambiental durante el proceso productivo, para evitar daños en las personas y en el entorno laboral y ambiental.
- q) Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de «diseño para todos» en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

3.- Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos.

RA 1. Organiza la superficie comercial, aplicando técnicas de optimización de espacios y criterios de seguridad e higiene.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se han identificado los trámites oportunos para la obtención de licencias y autorizaciones de elementos externos en la vía pública. b) Se han dispuesto los elementos de la tienda, mobiliario y exposición, según las necesidades de la superficie de venta. c) Se han determinado las principales técnicas de merchandising que se utilizan en la distribución de una superficie de venta. d) Se han definido las características de una zona fría y de una zona caliente en un establecimiento comercial. e) Se han determinado métodos para reducir barreras psicológicas y físicas de acceso al establecimiento comercial. f) Se han descrito las medidas que se aplican en los establecimientos comerciales para conseguir que la circulación de la clientela sea fluida y pueda permanecer el máximo tiempo posible en el interior. g) Se han descrito los criterios que se utilizan en la distribución lineal del suelo por familia de productos, explicando ventajas e inconvenientes. h) Se ha identificado la normativa de seguridad e higiene vigente referida a la distribución en planta de una superficie comercial.	Organización de la superficie comercial: - Normativa y trámites administrativos en la apertura e implantación. - Recursos humanos y materiales en el punto de venta. - Técnicas de merchandising. - Distribución de los pasillos. - Implantación de las secciones. - Comportamiento del cliente en el punto de venta. - Determinantes del comportamiento del consumidor. - Condicionantes externos del comportamiento del consumidor. - Zonas calientes y zonas frías. - Normativa aplicable al diseño de espacios comerciales.

RA: 2. Coloca, expone y repone los productos en la zona de venta, atendiendo a criterios comerciales, condiciones de seguridad y normativa vigente.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se han delimitado las dimensiones del surtido de productos. b) Se ha establecido el número de referencias según características de los productos, espacio disponible y tipo de lineal. c) Se han realizado simulaciones de rotación de los productos en los lineales de un establecimiento comercial. d) Se han analizado los efectos que producen en el consumidor los diferentes modos de ubicación de productos en lineales. e) Se han clasificado los productos en familias, observando la normativa vigente. f) Se han identificado los parámetros físicos y comerciales que determinan la colocación de los productos en los distintos niveles, zonas del lineal y posición. g) Se han interpretado planogramas de implantación y reposición de productos en el lineal. h) Se ha realizado la distribución y colocación de los productos en el lineal, aplicando técnicas de merchandising.	Colocación, exposición y reposición de los productos en la zona de venta: - Estructura del surtido. - Caracterización del surtido. - Objetivos, criterios de clasificación y tipos de surtido. - Métodos de determinación del surtido. - La amplitud del surtido. - La anchura del surtido. - La profundidad del surtido. - Elección de referencias. - Umbral de supresión de referencias. - Disposición del mobiliario. - Clasificación de productos por familias, gamas, categorías, posicionamiento, acondicionamiento y codificación. - Definición y funciones del lineal. - Zonas y niveles del lineal. - Sistemas de reparto del lineal. - Sistemas de reposición del lineal. - Tipos de exposiciones del lineal. - Lineal óptimo. - Lineal mínimo. - Características técnicas, comerciales y psicológicas de los productos. - Tiempos de exposición. - Los facings. Reglas de implantación. - Normativa vigente..

RA: 3. Realiza trabajos de decoración, señalética, rotulación y cartelería, aplicando técnicas de publicidad y animación en el punto de venta.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se ha animado y decorado el establecimiento según la planificación anual, dinamizándolo según la política comercial del establecimiento. b) Se ha realizado papelería según el libro de estilo corporativo de un establecimiento. c) Se han asociado diferentes tipografías con los efectos que producen en el consumidor. d) Se han elaborado formas de cartelería acordes a cada posicionamiento y señalética. e) Se han creado mensajes que se quieren transmitir al cliente, mediante las técnicas de rotulación, combinando diferentes materiales que consigan la armonización entre forma, textura y color. f) Se han utilizado programas informáticos de edición, realizando carteles para el establecimiento. g) Se han montado los elementos decorativos en condiciones de seguridad y prevención de riesgos laborales.	Realización de publicidad en el lugar de venta: - La publicidad en el lugar de venta (PLV). - Formas publicitarias específicas de la publicidad en el lugar de venta (PLV). - Cartelería en el punto de venta. - Tipos de elementos de publicidad: stoppers, pancartas, displays y carteles, entre otros. - Normativa de seguridad y prevención de riesgos laborales.

RA: 4. Realiza los escaparates adecuados a las características esenciales de los establecimientos y cuida los elementos exteriores, aplicando técnicas profesionales.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se ha analizado un estudio en el que se analiza el diseño y montaje de escaparates en diferentes tipos de establecimientos comerciales. b) Se han explicado los efectos psicológicos que producen en el consumidor las distintas técnicas utilizadas en escaparatismo. c) Se han argumentado las funciones y objetivos que puede tener un escaparate. d) Se han definido los criterios de valoración del impacto que puede producir un escaparate en el volumen de ventas. e) Se han especificado los criterios de selección de los materiales que se van a utilizar y el presupuesto disponible. f) Se han definido los criterios de composición y montaje de los escaparates, atendiendo a criterios comerciales. g) Se han diseñado escaparates, aplicando los métodos adecuados y las técnicas precisas, según un boceto. h) Se han montado escaparates con diferentes objetivos comerciales.	Realización de escaparates y cuidado de elementos exteriores: - Elementos exteriores. - Normativa y trámites administrativos en la implantación externa. - El escaparate: clases de escaparates. - Presupuesto de implantación de escaparate. - Cronograma. - Criterios económicos y comerciales en la implantación. - Incidencias en la implantación. Medidas correctoras. - El escaparate y la comunicación. - La percepción y la memoria selectiva. - La imagen. - La asimetría y la simetría. - Las formas geométricas. - Eficacia del escaparate: ratios de control. - El color en la definición del escaparate: psicología y fisiología del color. - Iluminación en escaparatismo. - Elementos para la animación del escaparate: módulos, carteles, señalización y otros. - Aspectos esenciales del escaparate. - Principios de utilización y reutilización de materiales de campañas de escaparates. - Bocetos de escaparates. - Programas informáticos de diseño y distribución de espacios. - Planificación de actividades. - Materiales y medios. - Normativa de seguridad en el montaje de un escaparate y elementos exteriores.

RA: 5. Determina acciones promocionales para rentabilizar los espacios de establecimientos comerciales, aplicando técnicas para incentivar la venta y para la captación y fidelización de clientes.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se han descrito los distintos medios promocionales que habitualmente se utilizan en un pequeño establecimiento comercial. b) Se han enumerado las principales técnicas psicológicas que se aplican en una acción promocional. c) Se han considerado las situaciones susceptibles de introducir una acción promocional. d) Se han programado, según las necesidades comerciales y el presupuesto, las acciones más adecuadas. e) Se ha seleccionado la acción promocional más adecuada para los diferentes objetivos comerciales	Determinación de acciones promocionales: - El proceso de comunicación comercial. Elementos básicos. - El mix de comunicación: tipos y formas. - Políticas de comunicación. - Promociones de fabricante. - Promociones de distribuidor. - Promociones dirigidas al consumidor. - Productos gancho y productos estrella. - La publicidad en el lugar de venta. - La promoción de ventas. - Relaciones públicas. - Elaboración de informes sobre política de comunicación utilizando aplicaciones informáticas. - Ejecución de las campañas. - Efectos psicológicos y sociológicos de las promociones en el consumidor. - Normativa de seguridad e higiene en la realización de promociones de ventas.

RA: 6. Aplica métodos de control de acciones de merchandising, evaluando los resultados obtenidos.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se ha establecido el procedimiento de obtención del valor de los ratios de control. b) Se han descrito los instrumentos de medida que se utilizan para valorar la eficacia de una acción promocional. c) Se han calculado los ratios que se utilizan para el control de las acciones de merchandising. d) Se ha evaluado la eficacia de la acción promocional, utilizando los principales ratios que la cuantifican. e) Se han realizado informes, interpretando y argumentando los resultados obtenidos.	Aplicación de métodos de control de acciones de merchandising: - Adecuación promocional al establecimiento y a la planificación anual, mensual o semanal. - Criterios de control de las acciones promocionales. - Índices y ratios económico financieros: margen bruto, tasa de marca, stock medio, rotación del stock y rentabilidad bruta, entre otros. - Análisis de resultados. - Ratios de control de eficacia de acciones promocionales. - Aplicación de medidas correctoras.

Temporalización de los Resultados de Aprendizaje

RESULTADO DE APRENDIZAJE	1T	2T	3T
1. Organiza la superficie comercial, aplicando técnicas de optimización de espacios y criterios de seguridad e higiene.		X (antes prácticas)	
2. Coloca, expone y repone los productos en la zona de venta, atendiendo a criterios comerciales, condiciones de seguridad y normativa vigente.		X RA en empresa	
3. Realiza trabajos de decoración, señalética, rotulación y cartelería, aplicando técnicas de publicidad y animación en el punto de venta.	X		
4. Realiza los escaparates adecuados a las características esenciales de los establecimientos y cuida los elementos exteriores, aplicando técnicas profesionales.	X		
5. Determina acciones promocionales para rentabilizar los espacios de establecimientos comerciales, aplicando técnicas para incentivar la venta y para la captación y fidelización de clientes.			X (después prácticas)
6. Aplica métodos de control de acciones de merchandising, evaluando los resultados obtenidos.			X

4.- Metodología.

Orientaciones pedagógicas:

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones de diseño de espacios comerciales y escaparates.

La función de organización de espacios comerciales y diseño de escaparates incluye aspectos como:

- La organización y diseño de espacios comerciales.
- El diseño de escaparates.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Distribución y organización de un espacio comercial, analizando los elementos básicos que lo conforman.
- Selección de elementos interiores y exteriores de la implantación comercial.
- Fijación de criterios de composición y montaje de escaparates.
- Análisis de información sobre psicología del consumidor, tendencias, criterios estéticos y criterios comerciales.
- Diseño de distintos tipos de escaparate.
- Organización del montaje de un escaparate.

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

- Organización de la superficie comercial aplicando técnicas de merchandising
- Colocación, exposición y reposición de los productos en la zona de venta, atendiendo a criterios comerciales.
- Aplicación de técnicas de publicidad en el lugar de venta (PLV) y animación del establecimiento.
- Realización de los escaparates y cuidado de los elementos exteriores, aplicando las técnicas profesionales.
- Aplicación de acciones promocionales para rentabilizar los espacios de establecimientos comerciales.
- Aplicación de métodos de control de acciones de merchandising

Se establecerán **estrategias didácticas** de tipo expositivo y de investigación. Para establecerlas, es útil conocer los tipos de aprendizaje según el autor David. P. Ausubel:

- Receptivo. Por explicación del profesor, material impreso, medios audiovisuales.
- Por descubrimiento. Descubre el material por sí mismo: guiado por el profesor en principio y después de manera autónoma.
- Memorístico de conceptos clave en los que después aplicar la práctica.
- Significativo. Relaciona los conceptos nuevos con los poseídos, con la experiencia y modifica esquemas conceptuales. Como el estudio del surtido y su posterior aplicación al lineal o el control de las acciones promocionales una vez entendidas estas.

Métodos didácticos:

Aplicación combinada de los siguientes métodos didácticos para el desarrollo de las sesiones formativas:

- **Método constructivista del aprendizaje**, de forma que el alumnado sea partícipe del proceso y partiendo de sus conocimientos previos, la investigación personal y/o profesional, el contacto con la realidad de su entorno y las experiencias del grupo clase, puedan plantearse cuestiones de investigación centrándose en el interés del alumnado y que estos se conviertan en participantes totalmente activos de su propia formación. ¿Cómo lo haremos? Gracias a la evaluación inicial del curso y la valoración al final de la unidad de lo que van aprendiendo los alumnos por parte del profesor, poniendo de manifiesto los conocimientos y experiencias previas de los alumnos gracias a la puesta en común mediante actividades, casos prácticos introductorios, vídeos o documentales. Posteriormente se llevarán a cabo tareas de investigación relacionadas con los aspectos que se hayan puesto de manifiesto en la puesta en común, siendo mi labor como profesor orientarlos hacia aquellos aspectos necesarios para la adquisición de las competencias. Durante todas las sesiones el alumnado podrá realizar aportaciones que sirvan para enriquecer el desarrollo de estas y que servirán para profundizar en la unidad, en aspectos concretos de la misma o en su aplicación en el ámbito profesional específico o del entorno. Por ello siempre se hará referencia a los aspectos que ya conocen o hayan trabajado. El objetivo es que el proceso de aprendizaje tenga significado para los alumnos y en todo momento sientan que lo que aprenden les sirve realmente en el entorno donde quieren desarrollarse profesionalmente (aprendizaje significativo).
- **Método de trabajo en grupo**, donde el aprendizaje colaborativo está presente en todo momento. Este método cobra mucha importancia en este módulo donde el alumnado tiene que aprender a dirigir y a formar parte de un grupo de marketing en el ámbito comercial. ¿Cómo lo haremos? Por medio de trabajos con grupos permanentes y esporádicos de carácter heterogéneo, fomentando la interacción entre profesor-alumnos, entre alumnos del mismo grupo, pero también entre alumnos de otros cursos y ciclos, así como con el resto de la comunidad educativa. Para ello se le facilitará herramientas para poder llevar a cabo sus objetivos de forma óptima y favoreciendo las habilidades sociales y emocionales.

Se destaca la configuración de entre grupos heterogéneos de manera que los alumnos puedan aprender unos de otros, fomentando la tutorización entre iguales o la tutorización entre expertos en el caso de que encontremos alumnos especialmente hábiles o conocedores de ciertas disciplinas, tal y como puede ocurrir en un entorno de trabajo real.

Buena parte de los métodos de trabajo serán en grupo, sin embargo, también se trabajará de manera individual en base a poder reconocer el esfuerzo y aprendizaje individual.

- **Método expositivo**, en el que por medio de presentaciones y explicaciones se pueda ayudar al alumnado al inicio de cada acto didáctico sobre los objetivos a alcanzar, conjuntamente con los contenidos específicos a tratar. Igualmente, este método me permitirá resumir y reforzar los puntos esenciales de cada módulo, unidad didáctica o contenidos tratados en el día a día. Muy útil también la resolución de dudas.

Este método expositivo siempre irá acompañado de pequeños ejercicios prácticos que ayuden y hagan participar al alumno, evitando la comunicación unidireccional y que la sesión sea sólo teórica.

Tipos de actividades

Actividades de enseñanza:

Se basan en captar la atención del alumnado en todo momento, explicando los contenidos acercándose a su entorno. Igualmente, y para conseguir autonomía en el desarrollo de sus funciones, se plantean actividades en las que tienen que realizar búsquedas o investigación para encontrar la solución a determinados casos expuestos. La puesta en común de todas las acciones que llevemos a cabo será vital.

Actividades de aprendizaje:

- Actividades de **inicio** como casos prácticos, dinámicas, debates, búsquedas, artículos o lluvias de ideas, vídeos, gamificación...
- Actividades de **desarrollo**: como las demostrativas (docencia directa o visita de expertos), las de investigación y aplicación (actividades de clase, casos prácticos, problemas, retos, trabajos prácticos)
- Actividades de **síntesis** como resúmenes y esquemas, en algunas ocasiones los casos recopilatorios de algunos RA constituyen en sí una actividad de síntesis, así como de relación entre los contenidos de cada RA. El propio plan de marketing que desarrollen en sí constituye un ejercicio de síntesis global del módulo.
- Actividades **digitales**; Incorporando el uso de las TAC (tecnología aplicada al aprendizaje y el conocimiento), con la utilización de dispositivos digitales (PC). Nuestro alumnado deberá dominar perfectamente las estrategias de búsqueda de información en la red, tanto a lo largo del curso para su aprendizaje como una vez finalizado el curso en su vida laboral, ya que están en contacto directo y continuo con las nuevas tecnologías, principalmente con Internet y su uso en dispositivos, además la mayoría de las actividades evaluables serán seguidas a través de la plataforma **Classroom** del centro. Estas actividades pueden ser de inicio, desarrollo, síntesis, refuerzo o ampliación.
- Actividades de **refuerzo y ampliación**. Las actividades de refuerzo estarán centradas en aquellas capacidades que el alumnado no haya podido conseguir. Las actividades de ampliación estarán enfocadas al alumnado que ha ido adquiriendo las capacidades necesarias durante la unidad y al que se le encomienda la investigación, profundización o resolución de tareas que lograrán enriquecer su conocimiento.
- Actividades **en empresa**: al tener el módulo un carácter DUAL, en la empresa se realizarán actividades en el entorno real de trabajo, serán evaluadas por los tutores del centro de trabajo y tendrán que ser superadas como cualquier otra que se establezca en el resto del módulo.

Para alcanzar los objetivos y competencias se desarrollarán las siguientes unidades:

UNIDAD	HORAS	TRIMESTRE	RA Y CE _s
UD 1. PUBLICIDAD Y ANIMACIÓN EN EL PUNTO DE VENTA	28 horas	PRIMER TRIMESTRE	3. a, b, c, d, e, f, g
UD 2 ESCAPARATES	30 horas	PRIMER TRIMESTRE	4. a, b, c, d, e, f, g,h
UD3. LA SUPERFICIE COMERCIAL	24 horas	SEGUNDO TRIMESTRE	1. a, b, c, d, e, f g,h
UD 4. EL SURTIDO Y EL LINEAL DE VENTAS	24 horas Duales	SEGUNDO TRIMESTRE	2. a, b, c, d, e, f, g, h
UD 5.ACCIONES PROMOCIONALES	18 horas	TERCER TRIMESTRE	5. a, b, c, d, e
UD6. CONTROL DE ACCIONES DE MERCHANDISING	18 horas	TERCER TRIMESTRE	6. a, b, c, d, e
TOTAL HORAS	140 horas		

*Este módulo se ha visto reducido en 1 hora semanal con la entrada de la nueva legislación.

Planteamiento metodológico y actividades.

Como se ha expuesto anteriormente la programación se ha organizado en 6 unidades didácticas. La duración de cada una de ellas será flexible y estará en función del grado de complejidad de los contenidos y del ritmo de aprendizaje del grupo.

La temporalización de las actividades programadas en cada unidad didáctica variará en función del tipo de actividad, agrupamiento de los alumnos y alumnas y de los recursos utilizados teniendo en cuenta que será necesario adaptar la actividad al tiempo disponible, como es el caso de alguna actividad especial; y si existe alguna salida fuera del centro, actividad que habrá que programar con tiempo.

En cualquier caso, independientemente del número de sesiones de cada unidad de trabajo, el orden metodológico general (salvo para la unidad dual que se desarrolla en empresa) a seguir será el siguiente:

1. **Introducción** al tema en clase sobre los conceptos, la estructura y procedimientos fundamentales de la unidad didáctica.

2. **Exploración inicial** para determinar qué grado de conocimiento tienen sobre lo que se tratará en la nueva unidad, verificando los conocimientos a través de cuestionarios, debates, gamificaciones.
3. **Desarrollo** de los contenidos. Es deseable que los contenidos sean fáciles de seguir por el alumno, que estén fuertemente estructurados y escritos con un lenguaje sencillo pero preciso. Las palabras y conceptos clave de la unidad didáctica deben señalarse, explicarse y definirse. Al terminar la explicación de cada epígrafe, o aspecto destacado de la unidad didáctica, se debería potenciar la asimilación de conocimientos mediante la realización de ejercicios y actividades prácticas. La explicación del profesor se realizará de forma presencial.
4. Realización de **casos prácticos, simulaciones y actividades** sobre los temas objeto de estudio, lo más cercanos a la realidad, con un grado creciente de dificultad. Se realizarán tareas tanto en clase como en casa y se subirán a la plataforma Classroom para su evaluación. Los casos prácticos de tipo recopilatorio siempre incluyen un debate con el grupo completo y en ocasiones la presentación al resto de compañeros, a veces cuando el interés didáctico lo requiera.
5. Realización de **trabajos de investigación**, valorando la capacidad de trabajo en equipo y la exposición de resultados en público, así como ser capaces de obtener información relevante y saber utilizarla para diseñar cambios o mejoras en un entorno de trabajo de empresa.
6. **Recuperación, refuerzo y ampliación**. A lo largo de la unidad o después de las mismas para reforzar/ ampliar conocimientos.

5.- La evaluación, medios y criterios de calificación.

Dentro del marco legal de la ORDEN de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía. Se evaluará cada uno de los siguientes resultados de aprendizaje mediante las evidencias descritas en las siguientes tablas:

NOTA: el apartado “Evidencia” puede sufrir modificaciones por el carácter flexible de la programación, según vayan planteándose el curso para adaptarnos al grupo de clase.

NOTA: En el apartado “Evidencia” las entregas se refieren a casos prácticos individuales o grupales, trabajos de exposición o trabajos de investigación, las pruebas son teórica-prácticas y de carácter individual.

RA: 3 Realiza trabajos de decoración, señalética, rotulación y cartelería, aplicando técnicas de publicidad y animación en el punto de venta.			
Criterio de evaluación	Estándar evaluable	Evidencia	Peso 20%
b) Se ha realizado papelería según el libro de estilo corporativo de un establecimiento.	Sabe realizar un logotipo junto con los elementos de papelería corporativa	Entrega 1 (5%)	20 %
c) Se han asociado diferentes tipografías con los efectos que producen en el consumidor.	Sabe elaborar diferentes tipografías según el efecto que se quiera producir en el consumidor	Entrega 2 (2%)	

d) Se han elaborado formas de cartelería acordes a cada posicionamiento y señalética.	Elabora distintas formas de cartelería para transmitir un mensaje.	Entrega 3 (3%)	
e) Se han creado mensajes que se quieren transmitir al cliente, mediante las técnicas de rotulación, combinando diferentes materiales que consigan la armonización entre forma, textura y color.			
f) Se han utilizado programas informáticos de edición, realizando carteles para el establecimiento			
a) Se ha animado y decorado el establecimiento según la planificación anual, dinamizándolo según la política comercial del establecimiento.	Sabe animar y decorar un establecimiento siguiendo una planificación anual.	Montaje 1 (5%) Prueba 1 (2%)	
g) Se han montado los elementos decorativos en condiciones de seguridad y prevención de riesgos laborales			
h) Se han aplicado las normas correspondientes a buenas prácticas publicitarias, evitando la publicidad engañosa.	Identifica la publicidad engañosa y aplica buenas prácticas	Entrega 4 (3%)	

RA: 4 Realiza los escaparates adecuados a las características esenciales de los establecimientos y cuida los elementos exteriores, aplicando técnicas profesionales.			
Criterio de evaluación	Estándar evaluable	Evidencia	Peso 30%
a) Se han argumentado las funciones y objetivos que puede tener un escaparate.	Sabe identificar los objetivos y criterios de composición y montaje en base a un presupuesto y el uso de materiales para valorar la realización y montaje de un escaparate.	Entrega 5 (10%)	30%
b) Se han explicado los efectos psicológicos que producen en el consumidor las distintas técnicas utilizadas en escaparatismo.			
f) Se han definido los criterios de composición y montaje de los escaparates, atendiendo a criterios comerciales.			
e) Se han especificado los criterios de selección de los materiales que se van a utilizar y el presupuesto disponible.			
c) Se han definido los criterios de valoración del impacto que puede producir un escaparate en el volumen de ventas.	Reconoce el impacto de un escaparate en el volumen de ventas de una tienda	Prueba 2 (2%)	
d) Se han diseñado escaparates, aplicando los métodos adecuados y las técnicas precisas, según un boceto.	Sabe diseñar un escaparate en base a un boceto y una maqueta	Entrega 6 (3%)	

g) Se ha analizado un estudio en el que se analiza el diseño y montaje de escaparates en diferentes tipos de establecimientos comerciales.	Analiza el diseño y montaje de escaparates de diferentes establecimientos comerciales	Entrega 7 (5%)	
h) Se han montado escaparates con diferentes objetivos comerciales.	Realiza montajes de escaparates con diferentes objetivos comerciales	Montaje 2 (10%)	

RA: 1 Organiza la superficie comercial, aplicando técnicas de optimización de espacios y criterios de seguridad e higiene.

Criterio de evaluación	Estándar evaluable	Evidencia	Peso 15%
a) Se han identificado los trámites oportunos para la obtención de licencias y autorizaciones de elementos externos en la vía pública.	Conoce y reconoce las características de disposición de los elementos y del mobiliario en un punto de venta.	Prueba 3 (10 %) Entrega 8 (5%)	15 %
b) Se han determinado métodos para reducir barreras psicológicas y físicas de acceso al establecimiento comercial.			
c) Se han determinado las principales técnicas de merchandising que se utilizan en la distribución de una superficie de venta.			
d) Se han definido las características de una zona fría y de una zona caliente en un establecimiento comercial.			
e) Se han dispuesto los elementos de la tienda, mobiliario y exposición, según las necesidades de la superficie de venta.			

f) Se han descrito las medidas que se aplican en los establecimientos comerciales para conseguir que la circulación de la clientela sea fluida y pueda permanecer el máximo tiempo posible en el interior			
g) Se han descrito los criterios que se utilizan en la distribución lineal del suelo por familia de productos, explicando ventajas e inconvenientes.			
h) Se han determinado las distintas formas de colocación del mobiliario comercial.			
i) Se ha identificado la normativa de seguridad e higiene vigente referida a la distribución en planta de una superficie comercial.			

RA: 2 Coloca, expone y repone los productos en la zona de venta, atendiendo a criterios comerciales, condiciones de seguridad y normativa vigente. (RA dualizado, va a empresa)			
Criterio de evaluación	Estándar evaluable	Evidencia	Peso 15%
a) Se han clasificado los productos en familias, observando la normativa vigente	Sabe identificar los productos, las referencias y las distintas familias de un punto de venta, así como su codificación y etiquetado.	Rúbrica de tutor de empresa sobre la colocación, exposición y reposición de los productos en la zona de ventas	15%
b) Se han delimitado las dimensiones del surtido de productos.			
c) Se ha establecido el número de referencias según características de los productos, espacio disponible y tipo de lineal.			
d) Se han identificado los principales tipos de codificación y etiquetado comercial.			
e) Se han realizado simulaciones de rotación de los productos en los lineales de un establecimiento comercial.	Sabe colocar, exponer y reponer productos en la zona de ventas		
f) Se han analizado los efectos que producen en el consumidor los diferentes modos de ubicación de productos en lineales.			
g) Se han identificado los parámetros físicos y comerciales que determinan la colocación de los productos en los distintos niveles, zonas del lineal y posición.			

h) Se han interpretado planogramas de implantación y reposición de productos en el lineal.	Sabe interpretar planogramas de implantación y reposición de productos en el lineal		
i) Se ha realizado la distribución y colocación de los productos en el lineal, aplicando técnicas de merchandising.			

RA: 5 Determina acciones promocionales para rentabilizar los espacios de establecimientos comerciales, aplicando técnicas para incentivar la venta y para la captación y fidelización de clientes.

Criterio de evaluación	Estándar evaluable	Evidencia	Peso 10%
a) Se han descrito los distintos medios promocionales que habitualmente se utilizan en un pequeño establecimiento comercial.	Realiza acciones promocionales aplicando técnicas de venta para la captación y fidelización de clientes.	Entrega 9 (4 %) Prueba 4 (6 %)	10 %
b) Se han enumerado las principales técnicas psicológicas que se aplican en una acción promocional.			
c) Se han considerado las situaciones susceptibles de introducir una acción promocional.			
d) Se han programado, según las necesidades comerciales y el presupuesto, las acciones más adecuadas.			
e) Se ha seleccionado la acción promocional más adecuada para los diferentes objetivos comerciales			

RA: 6 Aplica métodos de control de acciones de merchandising, evaluando los resultados obtenidos.			
Criterio de evaluación	Estándar evaluable	Evidencia	Peso 10%
a) Se ha establecido el procedimiento de obtención del valor de los ratios de control.	Sabe calcular y evaluar la eficacia de las acciones promocionales realizadas.	Prueba 5 (10%)	10%
b) Se han calculado los ratios que se utilizan para el control de las acciones de merchandising.			
c) Se han descrito los instrumentos de medida que se utilizan para valorar la eficacia de una acción promocional.			
d) Se ha evaluado la eficacia de la acción promocional, utilizando los principales ratios que la cuantifican.			
e) Se han realizado informes, interpretando y argumentando los resultados obtenidos.			

PROCESO DE EVALUACIÓN EN LOS CICLOS FORMATIVOS DE GRADO MEDIO Y SUPERIOR.

Todos los módulos de los ciclos formativos se rigen por la **ORDEN de 29 de septiembre de 2010**, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Los porcentajes que corresponden a cada criterio de evaluación en los que se basan los exámenes prácticos así como el resto de actividades formativas, se encuentran detallados en las programaciones de los distintos módulos, disponibles en la web del centro.

Este proceso de evaluación es válido para todos los módulos profesionales impartidos por el departamento de Comercio y Marketing.

Aspectos a tener en cuenta:**A) Para superar las pruebas teórico-prácticas:**

1. Se necesitará obtener como mínimo una puntuación de **5 puntos, utilizando una evaluación criterial para aprobar cada una de ellas**
2. Si el alumno/a no asiste y presenta documentación justificativa **oficial** (máximo 3 días lectivos tras la falta), podrá realizar de nuevo esa prueba el día fijado para la recuperación de la correspondiente evaluación. Si no superase esta prueba, podría realizar la recuperación de la misma, que se realizaría antes de la celebración de la evaluación correspondiente.
3. Las pruebas teórico-prácticas tienen carácter individual y cualquier ayuda que pudiera tener el alumno/a, ya sea de un compañero/a o a través de algún instrumento de apoyo no permitido, supondrá la retirada de la prueba y su inmediata **anulación**, teniendo que realizarla en el periodo de recuperación de junio el alumnado de primer curso y antes de realizar la evaluación previa del módulo de formación en centros de trabajo, el alumnado de segundo curso.
4. Para superar el módulo se han de aprobar todas las pruebas teórico-prácticas.
5. Se abrirá un plazo de recuperación antes de cada evaluación cuando su calificación criterial sea menor de cinco y para los no presentados según tiempo y forma, y otro plazo de recuperación más adicional en el periodo de recuperación de junio en el caso de que aún no se hubieran superado algunas de las pruebas.

B) Para superar las entregas (actividades, proyectos...):

1. **Para aprobar el módulo deberán estar presentados TODAS en tiempo y forma y tener una puntuación criterial mínima de 5 puntos en cada una de ellas.**
2. Deben realizarse en clase o en el taller, dentro de la organización normal de las clases. También pueden ser realizadas por el alumnado en casa y colgadas en la plataforma Moodle /Classroom dentro del plazo y forma indicadas.
3. En ningún caso, corresponde al profesor/a la tarea de recordar al alumnado que no haya presentado alguna de sus actividades, proyectos y entregas que proceda a subsanar dicha situación. Se considera que el alumnado, tiene la madurez personal y profesional suficiente como para ser conscientes de lo que no haya entregado puntualmente. El propio alumnado deberá llevar un sistema adecuado de control de esto, así como de las calificaciones obtenidas en las pruebas realizadas a lo largo del curso.
4. Se abrirá un plazo de recuperación antes de cada evaluación cuando su calificación criterial sea menor de cinco y para las no presentadas según tiempo y forma, y otro plazo de recuperación más adicional en el periodo de recuperación de junio en el caso de que aún no se hubieran superado algunas de las entregas.

C) Evaluación continua: de acuerdo con la **ORDEN de 29 de septiembre de 2010** en su artículo 2.2 la aplicación de la evaluación continua requiere la asistencia regular a clase y participación en las actividades programadas del ciclo formativo, aquellos alumnos/as que incumplan esto no podrán ser evaluados mediante dicha evaluación continua y tendrán que superar **TODAS las entregas, actividades, proyectos y pruebas teórico-prácticas** directamente en el periodo de recuperaciones de junio. Concretamente se ha establecido que más de un 20 % de faltas injustificadas del total de horas en un módulo supone la pérdida de la evaluación continua para dicha materia.

D) Evaluación de la formación DUAL: algunos de los resultados de aprendizaje y sus criterios de evaluación para cada uno de los módulos, se imparten/aprenden en las empresas dónde el alumnado realiza las prácticas, para evaluar estos resultados de aprendizaje se tomará en cuenta lo siguiente:

- Se realizará de forma criterial con las rúbricas que los profesores/as de este departamento entregarán a los centros de trabajo que devolverán al centro educativo marcando los grados de desempeño de los criterios de evaluación de los alumnos/as para dichos resultados de aprendizaje.
- El profesor responsable de cada módulo asignará una nota numérica criterial para los criterios de evaluación de dicho resultado de aprendizaje en base a lo marcado por el centro de trabajo para cada alumno.
- Para poder realizar la formación dual en empresa por parte de un alumno/a, este tiene que haber superado el resultado de aprendizaje sobre prevención de riesgos laborales impartido en el primer trimestre del módulo Itinerario Personal para la Empleabilidad I.
- Los resultados de aprendizaje en empresa de cada módulo han de ser superados como cualquier otro para poder aprobar cada uno de los módulos profesionales.
- En base a la Orden EFD/657/2024 y Orden EFD/659/2024 de 25 de junio, por la que se determina el currículo y se regulan determinados aspectos organizativos para los ciclos formativos de grado medio/superior en el ámbito de gestión del Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes, el equipo docente podrá adoptar la decisión de que un o una estudiante no se incorpore al periodo de formación en empresa u organismo equiparado durante el primer curso, cuando la trayectoria del o de la estudiante sea incompatible con el aprovechamiento del periodo de formación en empresa. En tal circunstancia, dicho alumnado desarrollará el primer curso completo en el centro educativo y realizará, durante dicho periodo, actividades complementarias y/o de refuerzo de los resultados de aprendizaje no vinculados a la empresa. Será evaluado por el profesorado responsable de cada módulo y cuya calificación será provisional hasta tanto no desarrolle el periodo en 2º curso, con los resultados de aprendizaje de 1º y 2º curso.
- Concretamente la rúbrica para evaluar este módulo por la empresa es la siguiente:

Ítem (describe detalladamente)	CEV	% RA	Excelente	Muy bien	Aceptable	Mejorable	Muy mejorable
1. El alumno/a conoce la amplitud y la profundidad del surtido, así como las referencias de los diferentes productos que se comercializan en la tienda.	a, b	25%	☐	☐	☐	☐	☐
2. El alumno/a realiza reposiciones y colocación de los productos en el lineal de venta atendiendo a criterios de imagen	c, d, h	25%	☐	☐	☐	☐	☐
4. El alumno/a reconoce e identifica qué productos tienen una mayor rotación	e, f	25%	☐	☐	☐	☐	☐
5. El alumno/a sabe identificar planogramas de implantación y reposición de productos en el lineal.	g	25%	☐	☐	☐	☐	☐

Nota Competencias Personales y Sociales

La participación activa y positiva en clase, colaboración y participación en entregas grupales o la entrega de trabajos en tiempo y forma pueden ser evaluados de manera conjunta con los criterios de evaluación de cada uno de los resultados de aprendizaje por el profesor, se trabajan y evalúan en consonancia a estos criterios.

Nota para entregas con exposición

En el caso de entregas de tareas con exposición bien sean grupales o individuales, los alumnos que no expongan en el día y horas indicadas (salvo justificación documentada) no superan estas y tendrán que realizar de nuevo la entrega (nuevo trabajo también en el caso de trabajo entregado pero no expuesto) y también exponerlo/a en el periodo indicado por el profesor para recuperar las entregas suspensas.

Los alumnos que justifiquen esta y entregan en tiempo y forma el trabajo, tendrán la posibilidad de cerrar con el profesor un día y hora para realizar la exposición y si es superada no van con dicha entrega a recuperaciones.

Nota coevaluación de actividades grupales

En las actividades grupales, si algún miembro del grupo lo solicita los alumnos reflejarán el trabajo que ha realizado cada uno y su porcentaje de implicación mediante un documento firmado de acuerdo por todos los integrantes del grupo, estos aspectos repercutirán en la nota del trabajo de manera individual para cada alumno/a de manera que se garantice la participación de todos los integrantes del grupo de trabajo.

Nota entregas de otros proyectos

En los trabajos por proyectos en los que tras la entrega de una fase los alumnos/as deben corregir sus fallos para poder avanzar a la siguiente fase, la no entrega de dos entregas parciales del proyecto o la no corrección de los errores tras dos entregas corregidas por el profesor conlleva que ese proyecto va al periodo de recuperación de junio. En estos trabajos al ser continuos, un alumno/a tiene la opción de separarse del compañero/a en el caso de que su otro compañero/s no rindan (siempre tiene que quedar constancia en varios documentos de coevaluación de entregas previas firmadas por todos los miembros del grupo) y depende del avance que lleven los proyectos el profesor decidirá si continúa solo o con otro grupo en las siguientes entregas del mismo.

Periodo entre la 3ª evaluación parcial y la evaluación final

Este periodo que está regulado en la normativa vigente será dedicado prioritariamente a la adquisición de aprendizajes no adquiridos por parte del alumnado con evaluación negativa. Si fuera necesario el profesor planteará actividades de síntesis con el fin de garantizar que el alumnado que no ha superado todos los RAs pueda hacerlo ahora y el poco tiempo disponible en este periodo no sea un inconveniente.

En este periodo el alumno debe realizar aquellas pruebas, proyectos, actividades y prácticas que no hayan superado, no alcanzando sus competencias profesionales, personales y/o sociales previstas ni consiguiendo por tanto los objetivos del módulo.

Una vez realizada la propuesta de nota final del módulo, los alumnos que hayan superado el módulo y que deseen mejorar su nota final, deberán realizar la petición en el plazo estimado y deberán realizar aquellas prácticas, pruebas o actividades en las que haya obtenido más baja puntuación y que le serán indicadas (un máximo de 6 evidencias), para decidir cuáles se hacen se mantendrá una reunión previa con el profesor.

6.- Medidas de atención al alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo.

Aquellos alumnos que presenten problemas de aprendizaje o algún tipo de deficiencia se les garantizará el acceso a las pruebas de evaluación, proporcionándoles materiales específicos que les facilite la comprensión de los contenidos y realización de prácticas.

Las actividades estarán diseñadas para atender a todo el alumnado, si se detectara cualquier necesidad educativa se dará respuesta de inmediato según el protocolo n.e.a.e. (necesidades específicas de apoyo educativo). Así, nuestra actuación se centrará básicamente en:

- ❖ Atención a la diversidad de ritmos, aptitudes, intereses, expectativas y motivaciones del alumnado. Para dar respuesta a los distintos ritmos de aprendizaje, aptitudes, intereses, expectativas y motivaciones del alumnado al que hemos hecho referencia anteriormente y con los que nos encontramos inevitablemente en todos los cursos, estableceré dos tipos de actividades concretas, unas serán de refuerzo y otras de ampliación:
 - Si se aprecia la existencia de alumnos con un ritmo más acelerado de aprendizaje, se les propondrá **actividades de ampliación**, que generalmente consistirán en la realización de alguna investigación referente a los contenidos que se estén trabajando para motivarlos y que se impliquen en su proceso de enseñanza-aprendizaje.
 - Si se aprecia alumnos con posibles dificultades de aprendizaje (ritmo más lento) o con problemas de motivación o falta de interés, se les propondrá la realización de **actividades de refuerzo**, que los introduzca en los contenidos de la materia y les ayude a seguir el ritmo de la clase con menor dificultad, así como la selección de actividades y el desarrollo de una metodología motivadora y que despierte su interés.
- ❖ Atención a alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo. Se contemplan las siguientes medidas de atención a la diversidad para atender a este alumnado que lo necesite cuando se detecte la necesidad:
 - Situarlo en primera fila o un lugar dónde pueda tener un compañero de apoyo, a no ser que el alumno progrese bien en el sitio dónde se encuentre.
 - Actividades muy pautadas con instrucciones claras y concisas.

- Supervisión constante: Si la tarea es muy larga fragmentarla. Para facilitar su implicación en las tareas incrementar el número de veces que se supervisa su trabajo. Apoyo en las explicaciones y más atención en su consecución de los estándares.
- Actividades variadas con diferente nivel de dificultad con intención de desarrollarlas con el alumnado en clase. Para aquellos alumnos/as que no tienen problemas en realizar las actividades básicas propuestas para todos/as, se pueden diseñar actividades más complejas (actividades de ampliación), y, por otra parte, para aquellos/as que se ha detectado que tienen problemas para la consecución de las actividades básicas, se plantea otras más sencillas que presentan menor nivel de dificultad (actividades de refuerzo).
- Flexibilidad en los tiempos asignados a las actividades en función de las dificultades encontradas por el alumnado.
- Se podrán crear si se ve conveniente, grupos de cooperación en el que los/as alumnos/as más aventajados orientarán y ayudarán a aquellos/as compañeros/as que necesiten más tiempo y refuerzo en la ejecución de las tareas, cuando la profesora esté ocupada trabajando con el resto del grupo.

Para concluir, destacar que la planificación de esta programación y su puesta en práctica va a tener en cuenta la diversidad del alumnado y las consiguientes necesidades educativas con el fin de:

- Prevenir la aparición o evitar la consolidación de dificultades de aprendizaje.
- Facilitar el proceso de maduración y autonomía del alumnado.
- Fomentar actitudes de respeto a las diferencias individuales.

7.- Transversalidad.

Expresamente, en nuestra programación estableceremos los siguientes elementos transversales para el fomento y desarrollo de la educación en valores:

- Fomentar el emprendimiento y la innovación.
- La educación moral y cívica: fomentando actitudes de respeto hacia el compañero, otras culturas y tolerancia con otras ideas. Esto se llevará a cabo con actividades en grupo y debate.
- Las Tics.: la creciente importancia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, conocidas como TIC, que agrupan elementos y técnicas utilizadas en el tratamiento y transmisión de información, en general informática, Internet y telecomunicaciones, con búsqueda de definiciones para términos claves, así como el uso habitual de Moodle.
- Cultura andaluza: siempre que sea posible, con especial hincapié en datos de investigación la cultura empresarial andaluza.
- Libertades individuales (raza, sexo...) al tratarse de investigación podemos hacer llegar estudios sobre ello a los alumnos/as

Los anteriores elementos tendrán su concreción en los contenidos transversales establecidos a través de las unidades didácticas y cuyo fin será la búsqueda de la asimilación y el desarrollo de la educación en los valores seleccionados en nuestro alumnado.

8.- Materiales y recursos didácticos.

Se hace necesario tanto para el profesor como para el alumno disponer continuamente de un dispositivo informático adecuado para trabajar en la plataforma Classroom y realizar trabajos con implicación de TICS en el campo del Comercio y Marketing. En el centro existen ordenadores portátiles para poder trabajar

A modo de resumen podemos indicar los siguientes:

1. Cuaderno de clase online: los alumnos deberán reflejar en él todas las actividades que se realicen en clase y en casa, de forma ordenada y limpia, y subirlo en la plataforma Classroom en su correspondiente unidad.
2. Recursos impresos: complementarán el trabajo diario de clase. Algunos de estos materiales son: libros, prensa, catálogos, tickets, fotocopias. Podemos señalar los apuntes en PDF subidos a la plataforma como una guía para el trabajo diario de clase, sin perder de vista la base de la programación.
3. Encerado: la pizarra será un apoyo a las explicaciones del profesor y para las exposiciones de los alumnos, así como algunas correcciones de ejercicios. Podrá ser una aplicación del ordenador cuando haya videoconferencias.
4. Material audiovisual y visual: actualmente es un recurso importante por la motivación y el interés que suscita en el alumno, por lo que se intentará usar regularmente alguno de los siguientes materiales: fotografías, carteles, proyector/videoprojector, vídeos, programas televisivos, fragmentos de películas, emisiones radiofónicas.
5. Material informático: como parte fundamental de las Nuevas Tecnologías el alumno deberá manejar la herramienta de Internet para realizar diversas actividades de búsqueda de información. En general deberán usar el ordenador para trabajar en la plataforma Classroom, realizar búsquedas de información, actividades, trabajos, etc.

En este módulo además es relevante el uso de programas informáticos asociados al marketing.

9.- Actividades complementarias y extraescolares.

A lo largo del curso se intentarán adaptar todas las posibles, realizando las charlas de especialistas o de organismos a través de videoconferencia.

No obstante, se llevarán a cabo diferentes visitas a empresas con el fin de observar en la práctica los contenidos vistos en el aula. Así mismo, se recibirán visitas de especialistas en el centro que impartirán charlas y talleres al alumnado relacionados con los contenidos del módulo.

En la siguiente tabla se recogen las planteadas a principio de curso:

Actividad	Temporización
Empresas/ Entidades dedicadas al marketing	Todo el curso
Charlas de especialistas del sector en clase	Todo el curso
Charlas en diferentes localizaciones relacionadas con la materia	Todo el curso
Charlas de temáticas transversales	Todo el curso
Charlas sobre Analítica Digital	Todo el curso
Días mundiales señalados	Todo el curso
Visita a departamentos de Comercio y Marketing de empresas	Todo el curso
Visita a agencias de publicidad y marketing	Todo el curso

10.- Aportación del módulo al proyecto intermodular

De vital importancia para el proyecto intermodular de segundo curso son los siguientes resultados de aprendizaje:

RA3. Realiza trabajos de decoración, señalética, rotulación y cartelería, aplicando técnicas de publicidad y animación en el punto de venta.

RA5. Determina acciones promocionales para rentabilizar los espacios de establecimientos comerciales, aplicando técnicas para incentivar la venta y para la captación y fidelización de clientes.

El alumno deberá, dentro del proyecto intermodular, realizar carteles y acciones promocionales de diversa índole como técnicas de comercialización de su establecimiento como parte principal del proyecto intermodular.

Programación didáctica

Módulo	Técnicas de Almacén (1228)
Ciclo	T.M. Actividades Comerciales
Curso	Primero
Familia	Comercio y marketing
Profesor/a	Cristina Bautista Benítez
Curso	2024/25



IES Huerta Alta



Unión Europea

Fondo Social Europeo
"El FSE invierte en tu futuro"



Índice:

- 1.- Introducción.**
- 2.- Objetivos y Competencias.**
- 3.- Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos.**
- 4.- Metodología.**
- 5.- La evaluación, medios y criterios de calificación.**
- 6.- Medidas para el alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo.**
- 7.- Transversalidad.**
- 8.- Materiales y recursos didácticos.**
- 9.- Actividades complementarias y extraescolares.**
- 10- Aportación del módulo al proyecto intermodular**

1.- Introducción

Perfil del alumnado

El alumnado procede del mismo Alhaurín de la Torre y zonas colindantes, enclavado el IES en la Urbanización Fuensanguinea, el municipio limita con Málaga, Cártama, Torremolinos, Mijas, Benalmádena y Alhaurín el Grande.

Sobre el rendimiento académico del alumnado en los ciclos, el alumnado suele dedicar tiempo estudio muy dispar, por ello es importante tener en cuenta los resultados de las evaluaciones iniciales que llevaremos a cabo a principio de curso.

La implicación de las familias y el entorno y su efecto positivo o negativo en la repercusión académica de los alumnos/as no es muy notable para los ciclos de grado medio y prácticamente inexistente para los alumnos de grado superior debido a las edades avanzadas de estos alumnos, no obstante se mantiene tutoría con los mayores de edad y con los tutores legales de los menores de edad durante todo el curso para intentar incentivarlo.

La convivencia en el centro para los ciclos formativos es ejemplar, salvo algún caso atípico los grupos cohesionan bien y el clima es muy bueno.

El centro tiene diversidad de edades y perfiles de alumnado y está muy bien organizado en este aspecto, al ser solo los ciclos destinados al horario de tarde con exclusividad este aspecto de heterogeneidad no influye al normal desarrollo de la convivencia.

Los alumnos/as del ciclo proceden de este mismo centro educativo tras cursar bachillerato, de otros centros de Alhaurín de la Torre, Alhaurín el Grande, Málaga, Fuengirola y Marbella. También existen alumnos/as que han accedido tras cursar el grado medio de Actividades comerciales.

Contexto socio-cultural

La población de Alhaurín de la Torre la componen 45.531 habitantes, los sexos son bastante equiparados 21.153 hombres y 21.378 mujeres, siendo la edad media 39,8 años de manera que no es un núcleo urbano excesivamente envejecido, propio de una ciudad dormitorio a solo unos 16 km de la capital malagueña.

Alhaurín de la Torre es uno de los municipios con más rápido crecimiento de la Costa del Sol, gracias en gran medida a su cercanía a Málaga y a la carretera costera A7 / N-340, así como al entusiasmo de sus habitantes por modernizar su municipio. Se trata de un área progresista que ha aprovechado plenamente las oportunidades comerciales que se le han presentado y que son vitales para el desarrollo profesional de los ciclos de actividades comerciales y marketing y publicidad de nueva implantación en el centro.

Con respecto a las comunicaciones Alhaurín de la Torre es accesible de las siguientes maneras: por el desvío

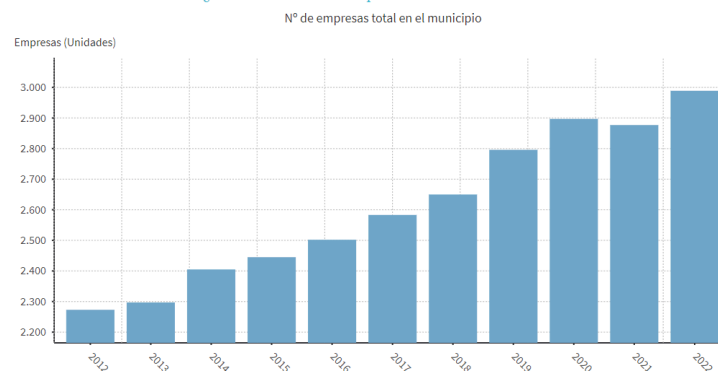
de la N-340 Málaga-Cádiz: la A-404 dirección a Coín, a través de la autovía Campanillas-Parque Tecnológico sentido Cártama: salida a Churriana. y a través de la hiperronda de Málaga (MA-30), inaugurada en noviembre de 2011 que parte desde el Enlace de las Virreinas a Torremolinos y que conecta con la circunvalación del municipio.

Con respecto al mercado de trabajo el desempleo es de 2.137 mujeres frente a 1.160 hombres, no siendo uno de los municipios dónde existe mayor desigualdad de género en este aspecto. La tasa de paro de un 14 % se sitúa por debajo del 18 % de la capital, no obstante es la quinta con mayor tasa dentro de los municipios de más de 40.000 habitantes de la provincia.

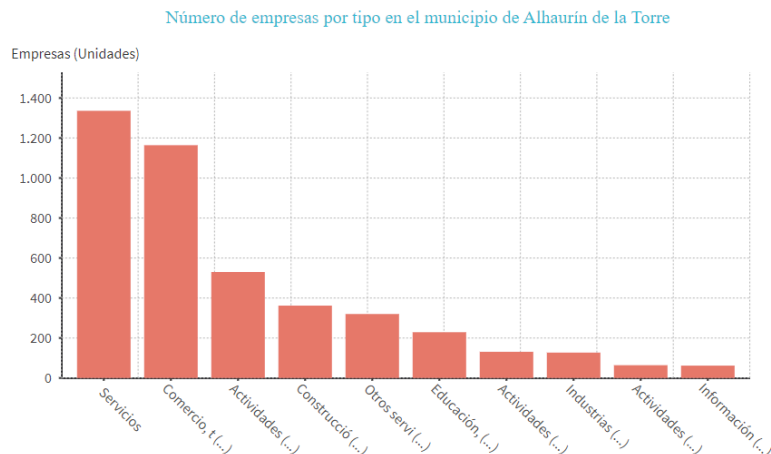
La renta bruta media del municipio ha experimentado crecimientos constantes en los últimos años de manera paralela al crecimiento de la población, siendo la mayor de la comarca del Guadalhorce.

El nivel educativo refleja bajo analafabetismo solo 390 personas según el IAE, y siendo el mayor porcentaje el de personas que tienen la enseñanza secundaria o bachillerato, no existiendo gran número de licenciados (si muchos más diplomados) equiparando las cifras de licenciados a los titulados como técnicos y técnicos superiores de formación profesional.

El número de empresas totales en el municipio ha presentado un ascenso progresivo en los últimos años rozando las 3.000 como puede observarse en el siguiente gráfico (INE).



Del total de empresas de la zona la gran mayoría se dedica a actividades relacionadas con el comercio y los servicios, siendo un dato positivo de cara a la inserción laboral de nuestros ciclos. Además se prevé la apertura en un año de un centro comercial en la localidad que desencadenará centenares de puestos de trabajo de la rama de comercio y marketing



NORMATIVA:

1. Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional
2. Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional.
3. Orden EFD/659/2024, de 25 de junio, por la que se determina el currículo y se regulan determinados aspectos organizativos para los ciclos formativos de grado superior en el ámbito de gestión del Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes
4. Orden EFD/657/2024, de 25 de junio, por la que se determina el currículo y se regulan determinados aspectos organizativos para los ciclos formativos de grado medio en el ámbito de gestión del Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes.
5. Resolución de 26 de junio de 2024, de la Dirección General de Formación Profesional, por la que se dictan Instrucciones para regular aspectos relativos a la organización y al funcionamiento del curso 2024/2025 en la Comunidad Autónoma de Andalucía
6. Real Decreto 499/2024, de 21 de mayo, por el que se modifican determinados reales decretos por los que se establecen títulos de Formación Profesional de grado medio y se fijan sus enseñanzas mínimas.
7. Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación
8. 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.
9. Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía.
10. ORDEN de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
11. Real Decreto 39/1997, de 17 de enero por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención.
12. Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas
13. Orden de 28 de julio de 2015, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales.
14. Decreto 327/2010, de 13 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria

2.- Objetivos y Competencias

La **competencia general de este título** consiste en desarrollar actividades de distribución y comercialización de bienes y/o servicios, y en gestionar un pequeño establecimiento comercial, aplicando las normas de calidad y seguridad establecidas y respetando la legislación vigente.

La formación del módulo ayudará a alcanzar los siguientes **objetivos generales del título**, enunciados en el Anexo I de la Orden de 28 de julio de 2015:

- f) Reconocer las tareas de recepción, ubicación y expedición de mercancías en el almacén, asignando medios materiales y humanos, controlando los stocks de mercancías y aplicando la normativa vigente en materia de seguridad e higiene, para organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías.
- q) Analizar y utilizar los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación para aprender y actualizar sus conocimientos, reconociendo las posibilidades de mejora profesional y personal, para adaptarse a diferentes situaciones profesionales y laborales.
- r) Desarrollar trabajos en equipo y valorar su organización, participando con tolerancia y respeto, y tomar decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía.
- s) Adoptar y valorar soluciones creativas ante problemas y contingencias que se presentan en el desarrollo de los procesos de trabajo, para resolver de forma responsable las incidencias de su actividad.
- t) Aplicar técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a su finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia del proceso.
- u) Analizar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional, relacionándolos con las causas que los producen, a fin de fundamentar las medidas preventivas que se van adoptar, y aplicar los protocolos correspondientes para evitar daños en uno mismo, en las demás personas, en el entorno y en el medio ambiente.
- v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todos».
- w) Aplicar y analizar las técnicas necesarias para mejorar los procedimientos de calidad del trabajo en el proceso de aprendizaje y del sector productivo de referencia.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las **competencias profesionales, personales y sociales** de este título que se relacionan a continuación:

- d) Organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías en las condiciones que garanticen su conservación, mediante la optimización de medios humanos, materiales y de espacio, de acuerdo con procedimientos establecidos.
- m) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.

- n) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.
- ñ) Resolver de forma responsable las incidencias relativas a su actividad, identificando las causas que las provocan, dentro del ámbito de su competencia y autonomía.
- o) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.
- p) Aplicar los protocolos y las medidas preventivas de riesgos laborales y protección ambiental durante el proceso productivo, para evitar daños en las personas y en el entorno laboral y ambiental.
- q) Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de «diseño para todos» en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

3.- Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos.

RA 1. Planifica las tareas diarias necesarias para realizar las operaciones y flujos de mercancías del almacén, optimizando los recursos disponibles	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se ha organizado la información de las operaciones y flujos previstos en el almacén durante un determinado periodo de tiempo. b) Se han asignado las tareas diarias del almacén al personal, de acuerdo con los tiempos asignados a cada actividad. c) Se han transmitido correctamente las órdenes y/o instrucciones de trabajo al personal correspondiente. d) Se han registrado las entradas y salidas de mercancías previstas del almacén en el sistema de gestión de stocks. e) Se ha realizado el control diario del stock del almacén, garantizando las necesidades de los clientes internos o externos. f) Se han utilizado medios de comunicación y transmisión electrónicos (EDI) para la coordinación y seguimiento de mercancías en el almacén.	Planificación de las tareas diarias de las operaciones y flujos de mercancías del almacén: - La logística en la empresa. Funciones y objetivos. - Las operaciones de un almacén. - Tipos de almacenes. - Clasificaciones según la mercancía almacenada, la red logística, su régimen jurídico, la estructura, su grado de automatización, y otros. - Implantación del almacén. Ubicación. Diseño de almacenes. Zonificación. Lay Out o distribución en planta. Personal de almacén. - Clases de mercancías almacenadas. - Clasificaciones según su estado físico, sus propiedades, la unidad de medida, su rotación y otros. - Codificación de mercancías. Tipos. Estándares de codificación. - Sistemas de almacenaje. - Sistema de bloques apilados. Convencional. Compacto (Drive in). Dinámico. Móvil. Otros. - Unidades de almacenaje. - Equipos de manipulación y almacenamiento. - Estáticos. - Dinámicos. Transpaletas, apiladores, carretillas, transelevadores, equipos guiados, y otros. - Sistemas de seguimiento de las mercancías en el almacén.

RA: 2. Aplica técnicas de recepción y disposición de mercancías en el almacén, controlando los tiempos de manipulación y las condiciones de almacenamiento en función de las características de la mercancía.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se ha organizado la descarga de las mercancías de los vehículos, asignándole el muelle correspondiente del almacén. b) Se han identificado las instrucciones de descarga y manipulación que contienen las fichas de cada mercancía, de forma que se asegure su integridad y trazabilidad. c) Se ha verificado la correspondencia entre la mercancía descargada y la documentación que la acompaña. d) Se han investigado las causas por las cuales se ha devuelto mercancía al almacén. e) Se han calculado los tiempos de manipulación de las mercancías, optimizando las operaciones y cumpliendo con la normativa de seguridad y prevención de riesgos laborales. f) Se ha organizado la desconsolidación de la carga y el desembale de las mercancías. g) Se ha asignado la ubicación adecuada a la mercancía recepcionada, teniendo en cuenta sus características de caducidad y rotación, entre otras.	Aplicación de técnicas de recepción y disposición de mercancías en el almacén: - Muelles de carga y descarga. - Documentos de acompañamiento de la mercancía. El albarán. - La trazabilidad de las mercancías. - La inspección de la mercancía. La hoja de recepción. - Manipulación de mercancías. - La logística inversa. Reutilización, reciclado o destrucción. - Cronogramas de manipulación. - Consolidación y desconsolidación de mercancías. - Caducidad de las mercancías. - Mercancías especiales. - Zonificación de almacenes. Zona de recepción, de almacenamiento, de expedición, auxiliares, y otras. - Rotación de mercancías en el almacén.

RA: 3. Determina las condiciones de preparación de pedidos y la expedición de las mercancías del almacén, optimizando tiempos y recursos de acuerdo con la normativa vigente en materia de manipulación y transporte.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se ha determinado el método de preparación de pedidos y/o embalaje más adecuado a las características de la mercancía y del almacén. b) Se han transmitido las instrucciones de preparación de pedidos por el sistema de gestión implantado. c) Se ha optimizado la colocación de mercancías en las unidades de carga, minimizando huecos y asegurando la estiba de las mismas. d) Se ha diseñado el sistema de abastecimiento de mercancías a la zona de preparación de pedidos, optimizando las operaciones necesarias. e) Se ha realizado la señalización, rotulación, codificación y etiquetado, entre otras tareas, de las mercancías que van a ser expedidas. f) Se ha confeccionado la documentación que acompaña a la mercancía expedida. g) Se han considerado las condiciones del seguro más favorables para la empresa, en el transporte de la mercancía expedida. h) Se ha elegido el medio transporte más adecuado para la mercancía expedida. i) Se ha tenido en cuenta la normativa medioambiental y de gestión de residuos.	Determinación de las condiciones de preparación de pedidos y la expedición de la mercancía: - Órdenes de pedido. Sistemas de preparación de pedidos. - Preparación individual de cada pedido. - Preparación simultánea de varios pedidos. Fases en la preparación de pedidos. - Localización de mercancías en el almacén. Extracción. - El embalaje de la mercancía. Factores que determinan el tipo de embalaje. Materiales y equipos de embalaje. Normativa legal aplicable a envases y embalajes. - Señalización y rotulado del pedido. Normativa de señalización. Recomendaciones reconocidas sobre señalización y rotulado. - El etiquetado. Codificación. La consolidación de mercancías. Documentación de envíos. Albarán, carta de porte, y otros. El transporte de mercancías. - Medios de transporte. - Los costes de los diferentes medios de transporte. - La externalización de los medios de transporte. - Comparativa de medios de transporte. Elección del transporte. - Los seguros sobre mercancías. Tipos. Gestión de residuos de almacén. Normativa medioambiental en materia de almacenaje y gestión de residuos

RA: 4. Aplica técnicas de gestión de stocks de mercancías en el almacén, analizando parámetros de control y realizando inventarios.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se han calculado los parámetros de gestión y control de inventarios utilizados habitualmente en el almacén. b) Se han establecido criterios de cuantificación de las variables que detecten las desviaciones y roturas de stock. c) Se han establecido sistemas de control de inventarios realizados por medios convencionales o informáticos. d) Se han establecido normas o protocolos de funcionamiento de almacén que regularicen las diferencias encontradas, en su caso, en la realización de inventarios. e) Se han identificado las causas por las que pueden existir descuadres entre el stock físico y el contable. f) Se han propuesto medidas que corrijan los descuadres de almacén, transmitiendo las incidencias de acuerdo con las especificaciones establecidas.	Aplicación de técnicas de gestión de stocks de mercancías: - Los stocks de mercancías. - Clases de stocks. - Clasificaciones según su duración, su aplicación, su función, su valor, y otros. - Método ABC de clasificación de artículos en stock. - Análisis del stock. Comportamiento del stock, stock máximo, stock mínimo, stock de seguridad, rotura de stock. - Índices de gestión de stocks. Nivel de servicio al cliente, previsión de ventas, y otros. - Costes de la gestión de stocks. Coste de adquisición, de almacenamiento o mantenimiento, de emisión de pedidos o de reaprovisionamiento y de rotura de stocks. - Rotación del stock. Técnica Just in time. - Sistemas de reposición de stocks. - Sistema de revisión continua. Punto de pedido. El lote económico. - Sistema de revisión periódica. - Valoración de existencias. - Criterios de valoración. Precio de adquisición. Coste de producción. Precio del mercado. - Métodos de valoración. PMP, FIFO, y otros. - Las fichas de almacén. - Los inventarios. Concepto. Tipos. Proceso de elaboración. Tratamiento de incidencias. - Pérdida de mercancía por deterioro, rotura, robo u otros. - Variaciones del precio de compra posteriores a la entrada de las mercancías - Devoluciones de compras y ventas.

RA: 5. Programa las actividades diarias del personal del almacén, garantizando el desarrollo efectivo y eficaz de las actividades del almacén.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se ha determinado el número de trabajadores y trabajadoras asignado a cada operación de almacén en función de las órdenes y especificaciones recibidas. b) Se han asignado trabajadores y trabajadoras a cada tarea del almacén, respetando la normativa laboral y de seguridad y prevención de riesgos laborales. c) Se han caracterizado las necesidades de información y formación del personal del almacén. d) Se han incorporado técnicas de comunicación que promuevan en el personal de almacén su integración y trabajo en equipo. e) Se han establecido sistemas de comunicación de las instrucciones de las órdenes y actividades diarias que tiene que realizar el personal del almacén. f) Se han establecido métodos de control de desarrollo de órdenes y actividades del personal de almacén, de acuerdo con los sistemas de calidad implantados por la organización. g) Se han establecido cronogramas para realizar las operaciones habituales del almacén que mejoren la productividad.	Programación de las actividades del personal del almacén: - El departamento de logística. Funciones. Objetivos. - Principales ocupaciones dentro del almacén. Funciones de los puestos de trabajo. - Necesidades de formación del equipo del almacén. - El trabajo en equipo dentro del almacén. - Interdependencia en las relaciones profesionales en el almacén. - Coordinación de equipos de trabajo en el almacén. - Técnicas de comportamiento asertivo en equipo dentro del almacén. La comunicación efectiva en la transmisión de instrucciones. - Control de la comunicación. - Técnicas de comunicación en el trabajo en equipo del almacén. - Comunicación verbal y no verbal. - La escucha activa. Cronogramas de actuación.

RA: 6. Maneja aplicaciones informáticas de gestión y organización de almacenes que mejoren el sistema de calidad.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se han determinado las principales tareas del almacén que pueden ser gestionadas de forma eficiente mediante aplicaciones informáticas. b) Se han determinado cuáles son las aplicaciones informáticas existentes en el mercado que pueden gestionar las tareas del almacén. c) Se han utilizado aplicaciones informáticas adecuadas para realizar la gestión comercial del almacén. d) Se han utilizado simuladores adecuados para la optimización de cargas, paletización, embalajes y medios de transporte. e) Se han determinado soluciones logísticas para la automatización y la eficiencia de las tareas del almacén. f) Se han utilizado aplicaciones informáticas para la mejora continua del sistema de calidad de la empresa.	Manejo de aplicaciones informáticas de gestión y organización de almacenes: - La informática en los almacenes. - Tareas informatizadas del almacén. Aprovisionamiento, gestión de inventarios, gestión de pedidos, administración y documentación, otros posibles. - Aplicaciones informáticas específicas utilizadas en la gestión de almacenes. De gestión comercial, para el control de la distribución, para la gestión de almacenes y otros. - Simuladores de tareas. - Automatización de almacenes. Programas informáticos, transelevadores y estanterías dinámicas, terminales de control de radiofrecuencias, plataformas automáticas de expedición y otros. - Sistemas informáticos de ubicación y seguimiento de la mercancía en el almacén. - Sistemas de información y comunicación en el almacén. - La calidad del servicio de almacenamiento de mercancías.

RA: 7. Aplica la normativa de seguridad e higiene en las operaciones de almacén mediante procedimientos de previsión de accidentes laborales.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se han determinado las incidencias y accidentes más comunes en el trabajo diario dentro de un almacén. b) Se ha determinado la normativa aplicable en materia de seguridad, higiene y prevención de riesgos laborales en las actividades propias del almacenamiento de mercancías. c) Se han caracterizado las medidas que hay que adoptar en caso de accidente producido en la manipulación de la mercancía dentro del almacén. d) Se ha establecido el procedimiento que se debe seguir en el caso de accidentes en el almacén. e) Se han descrito las cargas físicas y mentales que se producen en las actividades del almacén. f) Se han descrito las medidas de seguridad que hay que adoptar y los medios de protección necesarios en caso de incendios menores en el almacén.	Aplicación de la normativa de seguridad, higiene y prevención de riesgos laborales en el almacén: - Riesgos laborales en el almacenamiento de mercancías. Derivados de las instalaciones, de los sistemas fijos de almacenaje, del manejo de equipos, de la naturaleza de las mercancías almacenadas, del levantamiento de cargas y otros. - Accidentes de trabajo en la manipulación y el movimiento de mercancías y enfermedades profesionales. Protocolos en caso de accidente. - Normativa de seguridad e higiene y prevención de riesgos laborales en el almacén. - Normativa y recomendaciones de trabajo y seguridad en equipos e instalaciones del almacén. Ventilación, temperatura, humedad e Iluminación. - Normativa de seguridad en el almacenamiento de mercancías peligrosas. - Normativa de seguridad e higiene en el almacenamiento de mercancías perecederas. - Señales de seguridad. - Visuales. Señales con forma y color, de panel, luminosas, gestuales y otras. - Acústicas. Alarmas, sirenas, megafonía y otras. - Prevención de riesgos en las operaciones de manipulación y transporte interno. - Manejo manual de cargas. - Manejo de cargas con medios de manipulación. - Riesgos de incendios en el almacén. Prevención, detección y extinción.

Temporalización de los Resultados de Aprendizaje.

RESULTADO DE APRENDIZAJE	1T	2T	3T
1. Planifica las tareas diarias necesarias para realizar las operaciones y flujos de mercancías del almacén, optimizando los recursos disponibles.		X RA en empresa	
2. Aplica técnicas de recepción y disposición de mercancías en el almacén, controlando los tiempos de manipulación y las condiciones de almacenamiento en función de las características de la mercancía	X		
3. Determina las condiciones de preparación de pedidos y la expedición de las mercancías del almacén, optimizando tiempos y recursos de acuerdo con la normativa vigente en materia de manipulación y transporte.	X		
4. Aplica técnicas de gestión de stocks de mercancías en el almacén, analizando parámetros de control y realizando inventarios.	X (antes prácticas)		
5. Programa las actividades diarias del personal del almacén, garantizando el desarrollo efectivo y eficaz de las actividades del almacén.			X (después prácticas)
6. Maneja aplicaciones informáticas de gestión y organización de almacenes que mejoren el sistema de calidad.			X
7. Aplica la normativa de seguridad e higiene en las operaciones de almacén mediante procedimientos de previsión de accidentes laborales.			X

4.- Metodología.

Orientaciones pedagógicas:

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones de gestionar y coordinar las operaciones del almacén, optimizando los recursos disponibles.

La función de gestionar y coordinar las operaciones del almacén incluye aspectos como:

- La determinación de necesidades de recursos humanos y técnicos.
- La selección de equipos, medios y herramientas de almacén.
- Realizar planos de distribución interna de mercancías según métodos y técnicas de almacenamiento.
- El cálculo de coeficientes de utilización e índices de capacidad.
- Realizar y seguir protocolos de almacenaje.
- Realizar presupuestos de almacenaje de mercancías.
- Llevar a cabo la programación de mantenimiento del almacén.
- Relación con el equipo de trabajo.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- El almacenamiento y distribución de mercancías en empresas logísticas y en empresas comerciales, tanto mayoristas como minoristas.

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

- Realizar tareas diarias de las operaciones y flujos de mercancías del almacén.
- Recepcionar la mercancía, inspeccionarla y colocarla en el espacio destinado en el almacén.
- Preparar los pedidos de mercancías realizando las actividades complementarias necesarias.
- Realizar la gestión de las mercancías almacenadas.
- Utilizar el sistema de gestión del almacén implantado por la empresa para la gestión diaria de las operaciones y flujos del almacén.
- Conocer y cumplir las normas de seguridad e higiene en las tareas diarias del almacén.

Se establecerán **estrategias didácticas** de tipo expositivo y de investigación. Para establecerlas, es útil conocer los tipos de aprendizaje según el autor David. P. Ausubel:

- Receptivo. Por explicación del profesor, material impreso, medios audiovisuales.
- Por descubrimiento. Descubre el material por sí mismo: guiado por el profesor en principio y después de manera autónoma.
- Memorístico de conceptos clave en los que después aplicar la práctica.
- Significativo. Relaciona los conceptos nuevos con los poseídos, con la experiencia y modifica esquemas conceptuales. Como el estudio del surtido y su posterior aplicación al lineal o el control de las acciones promocionales una vez entendidas esta

Métodos didácticos:

Aplicación combinada de los siguientes métodos didácticos para el desarrollo de las sesiones formativas:

- **Método constructivista del aprendizaje**, de forma que el alumnado sea partícipe del proceso y partiendo de sus conocimientos previos, la investigación personal y/o profesional, el contacto con la realidad de su entorno y las experiencias del grupo clase, puedan plantearse cuestiones de investigación centrándose en el interés del alumnado y que estos se conviertan en participantes totalmente activos de su propia formación. ¿Cómo lo haremos? Gracias a la evaluación inicial del curso y la valoración al final de la unidad de lo que van aprendiendo los alumnos por parte del profesor, poniendo de manifiesto los conocimientos y experiencias previas de los alumnos gracias a la puesta en común mediante actividades, casos prácticos introductorios, vídeos o documentales. Posteriormente se llevarán a cabo tareas de investigación relacionadas con los aspectos que se hayan puesto de manifiesto en la puesta en común, siendo mi labor como profesor orientarlos hacia aquellos aspectos necesarios para la adquisición de las competencias. Durante todas las sesiones el alumnado podrá realizar aportaciones que sirvan para enriquecer el desarrollo de estas y que servirán para profundizar en la unidad, en aspectos concretos de la misma o en su aplicación en el ámbito profesional específico o del entorno. Por ello siempre se hará referencia a los aspectos que ya conocen o hayan trabajado. El objetivo es que el proceso de aprendizaje tenga significado para los alumnos y en todo momento sientan que lo que aprenden les sirve realmente en el entorno donde quieren desarrollarse profesionalmente (aprendizaje significativo).
- **Método de trabajo en grupo**, donde el aprendizaje colaborativo está presente en todo momento. Este método cobra mucha importancia en este módulo donde el alumnado tiene que aprender a dirigir y a formar parte de un grupo de marketing en el ámbito comercial. ¿Cómo lo haremos? Por medio de trabajos con grupos permanentes y esporádicos de carácter heterogéneo, fomentando la interacción entre profesor-alumnos, entre alumnos del mismo grupo, pero también entre alumnos de otros cursos y ciclos, así como con el resto de la comunidad educativa. Para ello se le facilitará herramientas para poder llevar a cabo sus objetivos de forma óptima y favoreciendo las habilidades sociales y emocionales.

Se destaca la configuración de entre grupos heterogéneos de manera que los alumnos puedan aprender unos de otros, fomentando la tutorización entre iguales o la tutorización entre expertos en el caso de que encontremos alumnos especialmente hábiles o conocedores de ciertas disciplinas, tal y como puede ocurrir en un entorno de trabajo real.

Buena parte de los métodos de trabajo serán en grupo, sin embargo, también se trabajará de manera individual en base a poder reconocer el esfuerzo y aprendizaje individual.

- **Método expositivo**, en el que por medio de presentaciones y explicaciones se pueda ayudar al alumnado al inicio de cada acto didáctico sobre los objetivos a alcanzar, conjuntamente con los contenidos específicos a tratar. Igualmente, este método me permitirá resumir y reforzar los puntos esenciales de cada módulo, unidad didáctica o contenidos tratados en el día a día. Muy útil también la resolución de dudas.

Este método expositivo siempre irá acompañado de pequeños ejercicios prácticos que ayuden y hagan participar al alumno, evitando la comunicación unidireccional y que la sesión sea sólo teórica.

Tipos de actividades

Actividades de enseñanza:

Se basan en captar la atención del alumnado en todo momento, explicando los contenidos acercándose a su entorno. Igualmente, y para conseguir autonomía en el desarrollo de sus funciones, se plantean actividades en las que tienen que realizar búsquedas o investigación para encontrar la solución a determinados casos expuestos. La puesta en común de todas las acciones que llevemos a cabo será vital.

Actividades de aprendizaje:

- Actividades de **inicio** como casos prácticos, dinámicas, debates, búsquedas, artículos o lluvias de ideas, vídeos, gamificación...
- Actividades de **desarrollo**: como las demostrativas (docencia directa o visita de expertos), las de investigación y aplicación (actividades de clase, casos prácticos, problemas, retos, trabajos prácticos)
- Actividades de **síntesis** como resúmenes y esquemas, en algunas ocasiones los casos recopilatorios de algunos RA constituyen en sí una actividad de síntesis, así como de relación entre los contenidos de cada RA. El propio plan de marketing que desarrollen en sí constituye un ejercicio de síntesis global del módulo.
- Actividades **digitales**; Incorporando el uso de las TAC (tecnología aplicada al aprendizaje y el conocimiento), con la utilización de dispositivos digitales (PC). Nuestro alumnado deberá dominar perfectamente las estrategias de búsqueda de información en la red, tanto a lo largo del curso para su aprendizaje como una vez finalizado el curso en su vida laboral, ya que están en contacto directo y continuo con las nuevas tecnologías, principalmente con Internet y su uso en dispositivos, además la mayoría de las actividades evaluables serán seguidas a través de la plataforma **Classroom** del centro. Estas actividades pueden ser de inicio, desarrollo, síntesis, refuerzo o ampliación.
- Actividades de **refuerzo** y **ampliación**. Las actividades de refuerzo estarán centradas en aquellas capacidades que el alumnado no haya podido conseguir. Las actividades de ampliación estarán enfocadas al alumnado que ha ido adquiriendo las capacidades necesarias durante la unidad y al que se le encomienda la investigación, profundización o resolución de tareas que lograrán enriquecer su conocimiento.

- Actividades **en empresa**: al tener el módulo un carácter DUAL, en la empresa se realizarán actividades en el entorno real de trabajo, serán evaluadas por los tutores del centro de trabajo y tendrán que ser superadas como cualquier otra que se establezca en el resto del módulo.

Para alcanzar los objetivos y competencias se desarrollarán las siguientes unidades:

UNIDAD	HORAS	TRIMESTRE	RA Y CE _s
UD 1. OPERACIONES Y FLUJOS DE MERCANCÍAS DEL ALMACÉN	24 horas Duales	SEGUNDO TRIMESTRE	1. a, b, c, d, e, f
UD 2. RECEPCIÓN DE MERCANCÍAS EN EL ALMACÉN	25 horas	PRIMER TRIMESTRE	2. a, b, c, d, e, f, g
UD3. EXPEDICIÓN DE MERCANCÍAS EN EL ALMACÉN	25 horas	PRIMER TRIMESTRE	3. a, b, c, d, e, f g,h, i
UD 4. GESTIÓN DE STOCKS DE MERCANCÍAS EN EL ALMACÉN	20 horas	PRIMER TRIMESTRE	4. a, b, c, d, e, f
UD 5. ORGANIZACIÓN DEL PERSONAL DEL ALMACÉN	12 horas	TERCER TRIMESTRE	5. a, b, c, d, e, f, g
UD6. APLICACIONES INFORMÁTICAS DE GESTIÓN Y ORGANIZACIÓN DE ALMACENES	12 horas	TERCER TRIMESTRE	6. a, b, c, d, e, f
UD7. NORMATIVA DE SEGURIDAD E HIGIENE EN LAS OPERACIONES DE ALMACÉN	10 horas	TERCER TRIMESTRE	7. a, b, c, d, e, f
TOTAL HORAS	128 horas		

Planteamiento metodológico y actividades.

Como se ha expuesto anteriormente la programación se ha organizado en 7 unidades didácticas. La duración de cada una de ellas será flexible y estará en función del grado de complejidad de los contenidos y del ritmo de aprendizaje del grupo.

La temporalización de las actividades programadas en cada unidad didáctica variará en función del tipo de actividad, agrupamiento de los alumnos y alumnas y de los recursos utilizados teniendo en cuenta que será necesario adaptar la actividad al tiempo disponible, como es el caso de alguna actividad especial; y si existe alguna salida fuera del centro, actividad que habrá que programar con tiempo.

En cualquier caso, independientemente del número de sesiones de cada unidad de trabajo, el orden metodológico general (salvo para la unidad dual que se desarrolla en empresa) será el siguiente:

1. **Introducción** al tema en clase sobre los conceptos, la estructura y procedimientos fundamentales de la unidad didáctica.
2. **Exploración inicial** para determinar qué grado de conocimiento tienen sobre lo que se tratará en la nueva unidad, verificando los conocimientos a través de cuestionarios, debates, gamificaciones.
3. **Desarrollo** de los contenidos. Es deseable que los contenidos sean fáciles de seguir por el alumno, que estén fuertemente estructurados y escritos con un lenguaje sencillo pero preciso. Las palabras y conceptos clave de la unidad didáctica deben señalarse, explicarse y definirse. Al terminar la explicación de cada epígrafe, o aspecto destacado de la unidad didáctica, se debería potenciar la asimilación de conocimientos mediante la realización de ejercicios y actividades prácticas. La explicación del profesor se realizará de forma presencial.
4. Realización de **casos prácticos, simulaciones y actividades** sobre los temas objeto de estudio, lo más cercanos a la realidad, con un grado creciente de dificultad. Se realizarán tareas tanto en clase como en casa y se subirán a la plataforma Classroom para su evaluación. Los casos prácticos de tipo recopilatorio siempre incluyen un debate con el grupo completo y en ocasiones la presentación al resto de compañeros, a veces cuando el interés didáctico lo requiera.
5. Realización de **trabajos de investigación**, valorando la capacidad de trabajo en equipo y la exposición de resultados en público, así como ser capaces de obtener información relevante y saber utilizarla para diseñar cambios o mejoras en un entorno de trabajo de empresa.
6. **Recuperación, refuerzo y ampliación.** A lo largo de la unidad o después de las mismas para reforzar/ ampliar conocimientos.

5.- La evaluación, medios y criterios de calificación.

Dentro del marco legal de la ORDEN de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía. Se evaluará cada uno de los siguientes resultados de aprendizaje mediante las evidencias descritas en las siguientes tablas:

NOTA: el apartado “Evidencia” puede sufrir modificaciones por el carácter flexible de la programación, según vayan planteándose el curso para adaptarnos al grupo de clase.

NOTA: En el apartado “Evidencia” las entregas se refieren a casos prácticos individuales o grupales, trabajos de exposición o trabajos de investigación, las pruebas son teórica-prácticas y de carácter individual.

RA: 1 Planifica las tareas diarias necesarias para realizar las operaciones y flujos de mercancías del almacén, optimizando los recursos disponibles.			
Criterio de evaluación	Estándar evaluable	Evidencia	Peso 10%
a) Se ha organizado la información de las operaciones y flujos previstos en el almacén durante un determinado periodo de tiempo	Sabe ejecutar correctamente las instrucciones de trabajo y las tareas, según el tiempo asignado a cada actividad.	Rúbrica de tutor de empresa sobre las operaciones que se realicen en el almacén de la tienda	10%
b) Se han asignado las tareas diarias del almacén al personal, de acuerdo con los tiempos asignados a cada actividad.			
c) Se han transmitido correctamente las órdenes y/o instrucciones de trabajo al personal correspondiente.			

d) Se han registrado las entradas y salidas de mercancías previstas del almacén en el sistema de gestión de stocks	Sabe realizar el control diario del stock mediante el uso de medios electrónicos (EDI).		
e) Se ha realizado el control diario del stock del almacén, garantizando las necesidades de los clientes internos o externos.			
f) Se han utilizado medios de comunicación y transmisión electrónicos (EDI) para la coordinación y seguimiento de mercancías en el almacén.			

RA: 2 Aplica técnicas de recepción y disposición de mercancías en el almacén, controlando los tiempos de manipulación y las condiciones de almacenamiento en función de las características de la mercancía.

Criterio de evaluación	Estándar evaluable	Evidencia	Peso 20%
a) Se ha organizado la descarga de las mercancías de los vehículos, asignándole el muelle correspondiente del almacén.	Sabe identificar el número de muelles necesarios para la descarga de la mercancía	Prueba 1 (5%)	20%

b) Se han identificado las instrucciones de descarga y manipulación que contienen las fichas de cada mercancía, de forma que se asegure su integridad y trazabilidad.	Comprende un albarán y los motivos por los que una mercancía ha de ser devuelta, así como la realización del mismo.	Entrega 1 (5%)	
c) Se ha verificado la correspondencia entre la mercancía descargada y la documentación que la acompaña.			
d) Se han investigado las causas por las cuales se ha devuelto mercancía al almacén.			
e) Se han calculado los tiempos de manipulación de las mercancías, optimizando las operaciones y cumpliendo con la normativa de seguridad y prevención de riesgos laborales.	Sabe calcular los tiempos de manipulación de la mercancía, así como su ubicación más adecuada en el almacén	Prueba 2 (10%)	
f) Se ha organizado la desconsolidación de la carga y el desembale de las mercancías.			
g) Se ha asignado la ubicación adecuada a la mercancía recepcionada, teniendo en cuenta sus características de caducidad y rotación, entre otras.			

RA: 3 Determina las condiciones de preparación de pedidos y la expedición de las mercancías del almacén, optimizando tiempos y recursos de acuerdo con la normativa vigente en materia de manipulación y transporte.

Criterio de evaluación	Estándar evaluable	Evidencia	Peso 20%
d) Se ha diseñado el sistema de abastecimiento de mercancías a la zona de preparación de pedidos, optimizando las operaciones necesarias.	Sabe preparar pedidos de forma óptima, asegurando la estiba	Prueba 3 (5%)	20%
b) Se han transmitido las instrucciones de preparación de pedidos por el sistema de gestión implantado.			
c) Se ha optimizado la colocación de mercancías en las unidades de carga, minimizando huecos y asegurando la estiba de las mismas.			
a) Se ha determinado el método de preparación de pedidos y/o embalaje más adecuado a las características de la mercancía y del almacén.	Sabe realizar el packaging y embalaje de los productos atendiendo a su codificación y etiquetado	Entrega 2 (5%)	
e) Se ha realizado la señalización, rotulación, codificación y etiquetado, entre otras tareas, de las mercancías que van a ser expedidas.			
f) Se ha confeccionado la documentación que acompaña a la mercancía expedida	Sabe confeccionar los documentos necesarios para la expedición de mercancías.	Entrega 3 (5%)	

g) Se han considerado las condiciones del seguro más favorables para la empresa, en el transporte de la mercancía expedida.	Sabe escoger el medio de transporte más adecuado según la mercancía expedida.	Prueba 4 (5%)	
h) Se ha elegido el medio transporte más adecuado para la mercancía expedida.			
i) Se ha tenido en cuenta la normativa medioambiental y de gestión de residuos.	Sabe interpretar la normativa legal respecto a la gestión de residuos.		

RA: 4 Aplica técnicas de gestión de stocks de mercancías en el almacén, analizando parámetros de control y realizando inventarios.			
Criterio de evaluación	Estándar evaluable	Evidencia	Peso 20%
a) Se han calculado los parámetros de gestión y control de inventarios utilizados habitualmente en el almacén	Sabe establecer criterios de gestión y control del inventario de un almacén.	Entrega 4 (5%) Prueba 5 (15%)	20%
b) Se han establecido criterios de cuantificación de las variables que detecten las desviaciones y roturas de stock.			
c) Se han establecido sistemas de control de inventarios realizados por medios convencionales o informáticos.			
d) Se han establecido normas o protocolos de funcionamiento de almacén que regularicen las diferencias encontradas, en su caso, en la realización de inventarios.	Sabe identificar las causas de descuadre del stock, anteponiendo medidas para ello.		
e) Se han identificado las causas por las que pueden existir descuadres entre el stock físico y el contable.			
f) Se han propuesto medidas que corrijan los descuadres de almacén, transmitiendo las incidencias de acuerdo con las especificaciones establecidas.			

RA: 5 Programa las actividades diarias del personal del almacén, garantizando el desarrollo efectivo y eficaz de las actividades del almacén.			
Criterio de evaluación	Estándar evaluable	Evidencia	Peso 10%
a) Se ha determinado el número de trabajadores y trabajadoras asignado a cada operación de almacén en función de las órdenes y especificaciones recibidas.	Sabe asignar el número de trabajadores adecuado a cada tarea del almacén	Entrega 5 (10%)	10 %
b) Se han asignado trabajadores y trabajadoras a cada tarea del almacén, respetando la normativa laboral y de seguridad y prevención de riesgos laborales.			
c) Se han caracterizado las necesidades de información y formación del personal del almacén.	Conoce las necesidades de información y formación del personal del almacén, así como las instrucciones diarias		
d) Se han incorporado técnicas de comunicación que promuevan en el personal de almacén su integración y trabajo en equipo			
e) Se han establecido sistemas de comunicación de las instrucciones de las órdenes y actividades diarias que tiene que realizar el personal del almacén.			
f) Se han establecido métodos de control de desarrollo de órdenes y actividades del personal de almacén, de acuerdo con los sistemas de calidad implantados por la organización.	Realiza métodos de control de órdenes y actividades del personal del almacén		

g) Se han establecido cronogramas para realizar las operaciones habituales del almacén que mejoren la productividad.	Sabe realizar cronogramas de las operaciones más habituales de un almacén		

RA: 6 Maneja aplicaciones informáticas de gestión y organización de almacenes que mejoren el sistema de calidad			
Criterio de evaluación	Estándar evaluable	Evidencia	Peso 10%
a) Se han determinado las principales tareas del almacén que pueden ser gestionadas de forma eficiente mediante aplicaciones informáticas.	Conoce las aplicaciones informáticas más habituales para gestionar un almacén	Entrega 6 (10%)	10%
b) Se han determinado cuáles son las aplicaciones informáticas existentes en el mercado que pueden gestionar las tareas del almacén.			
c) Se han utilizado aplicaciones informáticas adecuadas para realizar la gestión comercial del almacén.			
d) Se han utilizado simuladores adecuados para la optimización de cargas, paletización, embalajes y medios de transporte.			
e) Se han determinado soluciones logísticas para la automatización y la eficiencia de las tareas del almacén.			
f) Se han utilizado aplicaciones informáticas para la mejora continua del sistema de calidad de la empresa.			

RA: 7 Aplica la normativa de seguridad e higiene en las operaciones de almacén mediante procedimientos de previsión de accidentes laborales.			
Criterio de evaluación	Estándar evaluable	Evidencia	Peso 10%
a) Se han determinado las incidencias y accidentes más comunes en el trabajo diario dentro de un almacén.	Conoce la normativa de seguridad e higiene de un almacén, así como las medidas a adoptar en caso de prevención y reacción.	Entrega 7	10%
b) Se ha determinado la normativa aplicable en materia de seguridad, higiene y prevención de riesgos laborales en las actividades propias del almacenamiento de mercancías.			
c) Se han caracterizado las medidas que hay que adoptar en caso de accidente producido en la manipulación de la mercancía dentro del almacén.			
d) Se ha establecido el procedimiento que se debe seguir en el caso de accidentes en el almacén.			
e) Se han descrito las cargas físicas y mentales que se producen en las actividades del almacén.			
f) Se han descrito las medidas de seguridad que hay que adoptar y los medios de protección necesarios en caso de incendios menores en el almacén.			

PROCESO DE EVALUACIÓN EN LOS CICLOS FORMATIVOS DE GRADO MEDIO Y SUPERIOR.

Todos los módulos de los ciclos formativos se rigen por la **ORDEN de 29 de septiembre de 2010**, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Los porcentajes que corresponden a cada criterio de evaluación en los que se basan los exámenes prácticos así como el resto de actividades formativas, se encuentran detallados en las programaciones de los distintos módulos, disponibles en la web del centro.

Este proceso de evaluación es válido para todos los módulos profesionales impartidos por el departamento de Comercio y Marketing.

Aspectos a tener en cuenta:**A) Para superar las pruebas teórico-prácticas:**

1. Se necesitará obtener como mínimo una puntuación de **5 puntos, utilizando una evaluación criterial para aprobar cada una de ellas**
2. Si el alumno/a no asiste y presenta documentación justificativa **oficial** (máximo 3 días lectivos tras la falta), podrá realizar de nuevo esa prueba el día fijado para la recuperación de la correspondiente evaluación. Si no superase esta prueba, podría realizar la recuperación de la misma, que se realizaría antes de la celebración de la evaluación correspondiente.
3. Las pruebas teórico-prácticas tienen carácter individual y cualquier ayuda que pudiera tener el alumno/a, ya sea de un compañero/a o a través de algún instrumento de apoyo no permitido, supondrá la retirada de la prueba y su inmediata **anulación**, teniendo que realizarla en el periodo de recuperación de junio el alumnado de primer curso y antes de realizar la evaluación previa del módulo de formación en centros de trabajo, el alumnado de segundo curso.
4. Para superar el módulo se han de aprobar todas las pruebas teórico-prácticas.
5. Se abrirá un plazo de recuperación antes de cada evaluación cuando su calificación criterial sea menor de cinco y para los no presentados según tiempo y forma, y otro plazo de recuperación más adicional en el periodo de recuperación de junio en el caso de que aún no se hubieran superado algunas de las pruebas.

B) Para superar las entregas (actividades, proyectos...):

1. **Para aprobar el módulo deberán estar presentados TODAS en tiempo y forma y tener una puntuación criterial mínima de 5 puntos en cada una de ellas.**
2. Deben realizarse en clase o en el taller, dentro de la organización normal de las clases. También pueden ser realizadas por el alumnado en casa y colgadas en la plataforma Moodle /Classroom dentro del plazo y forma indicadas.
3. En ningún caso, corresponde al profesor/a la tarea de recordar al alumnado que no haya presentado alguna de sus actividades, proyectos y entregas que proceda a subsanar dicha situación. Se considera que el alumnado, tiene la madurez personal y profesional suficiente como para ser conscientes de lo que no haya entregado puntualmente. El propio alumnado deberá llevar un sistema adecuado de control de esto, así como de las calificaciones obtenidas en las pruebas realizadas a lo largo del curso.
4. Se abrirá un plazo de recuperación antes de cada evaluación cuando su calificación criterial sea menor de cinco y para las no presentadas según tiempo y forma, y otro plazo de recuperación más adicional en el periodo de recuperación de junio en el caso de que aún no se hubieran superado algunas de las entregas.

C) Evaluación continua: de acuerdo con la **ORDEN de 29 de septiembre de 2010** en su artículo 2.2 la aplicación de la evaluación continua requiere la asistencia regular a clase y participación en las actividades programadas del ciclo formativo, aquellos alumnos/as que incumplan esto no podrán ser evaluados mediante dicha evaluación continua y tendrán que superar **TODAS las entregas, actividades, proyectos y pruebas teórico-prácticas** directamente en el periodo de recuperaciones de junio. Concretamente se ha establecido que más de un 20 % de faltas injustificadas del total de horas en un módulo supone la pérdida de la evaluación continua para dicha materia.

D) Evaluación de la formación DUAL: algunos de los resultados de aprendizaje y sus criterios de evaluación para cada uno de los módulos, se imparten/aprenden en las empresas dónde el alumnado realiza las prácticas, para evaluar estos resultados de aprendizaje se tomará en cuenta lo siguiente:

- Se realizará de forma criterial con las rúbricas que los profesores/as de este departamento entregarán a los centros de trabajo que devolverán al centro educativo marcando los grados de desempeño de los criterios de evaluación de los alumnos/as para dichos resultados de aprendizaje.
- El profesor responsable de cada módulo asignará una nota numérica criterial para los criterios de evaluación de dicho resultado de aprendizaje en base a lo marcado por el centro de trabajo para cada alumno.
- Para poder realizar la formación dual en empresa por parte de un alumno/a, este tiene que haber superado el resultado de aprendizaje sobre prevención de riesgos laborales impartido en el primer trimestre del módulo Itinerario Personal para la Empleabilidad I.
- Los resultados de aprendizaje en empresa de cada módulo han de ser superados como cualquier otro para poder aprobar cada uno de los módulos profesionales.
- En base a la Orden EFD/657/2024 y Orden EFD/659/2024 de 25 de junio, por la que se determina el currículo y se regulan determinados aspectos organizativos para los ciclos formativos de grado medio/superior en el ámbito de gestión del Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes, el equipo docente podrá adoptar la decisión de que un o una estudiante no se incorpore al periodo de formación en empresa u organismo equiparado durante el primer curso, cuando la trayectoria del o de la estudiante sea incompatible con el aprovechamiento del periodo de formación en empresa. En tal circunstancia, dicho alumnado desarrollará el primer curso completo en el centro educativo y realizará, durante dicho periodo, actividades complementarias y/o de refuerzo de los resultados de aprendizaje no vinculados a la empresa. Será evaluado por el profesorado responsable de cada módulo y cuya calificación será provisional hasta tanto no desarrolle el periodo en 2º curso, con los resultados de aprendizaje de 1º y 2º curso.
- Concretamente la rúbrica para evaluar este módulo por la empresa es la siguiente:

Ítem (describe detalladamente)	CEV	% RA	Excelente	Muy bien	Aceptable	Mejorable	Muy mejorable
1. El alumno/a conoce y entiende cómo se organiza el almacén de la tienda y las tareas a realizar en él	a, b, c	35%	☐	☐	☐	☐	☐
2. El alumno/a conoce cómo funciona el Sistema de Gestión de Stocks de la tienda	d, e	35%	☐	☐	☐	☐	☐
3. El alumno/a conoce las tecnologías empleadas en la tienda para el seguimiento de la mercancía y el stock disponible en tienda.	f	30 %	☐	☐	☐	☐	☐

Nota Competencias Personales y Sociales

La participación activa y positiva en clase, colaboración y participación en entregas grupales o la entrega de trabajos en tiempo y forma pueden ser evaluados de manera conjunta con los criterios de evaluación de cada uno de los resultados de aprendizaje por el profesor, se trabajan y evalúan en consonancia a estos criterios.

Nota para entregas con exposición

En el caso de entregas de tareas con exposición bien sean grupales o individuales, los alumnos que no expongan en el día y horas indicadas (salvo justificación documentada) no superan estas y tendrán que realizar de nuevo la entrega (nuevo trabajo también en el caso de trabajo entregado pero no expuesto) y también exponerlo/a en el periodo indicado por el profesor para recuperar las entregas suspensas.

Los alumnos que justifiquen esta y entregan en tiempo y forma el trabajo, tendrán la posibilidad de cerrar con el profesor un día y hora para realizar la exposición y si es superada no van con dicha entrega a recuperaciones.

Nota coevaluación de actividades grupales

En las actividades grupales, si algún miembro del grupo lo solicita los alumnos reflejarán el trabajo que ha realizado cada uno y su porcentaje de implicación mediante un documento firmado de acuerdo por todos los integrantes del grupo, estos aspectos repercutirán en la nota del trabajo de manera individual para cada alumno/a de manera que se garantice la participación de todos los integrantes del grupo de trabajo.

Nota entregas plan de marketing y otros proyectos

En los trabajos por proyectos en los que tras la entrega de una fase los alumnos/as deben corregir sus fallos para poder avanzar a la siguiente fase, la no entrega de dos entregas parciales del proyecto o la no corrección de los errores tras dos entregas corregidas por el profesor conlleva que ese proyecto va al periodo de recuperación de junio. En estos trabajos al ser continuos, un alumno/a tiene la opción de separarse del compañero/a en el caso de que su otro compañero/s no rindan (siempre tiene que quedar constancia en varios documentos de coevaluación de entregas previas firmadas por todos los miembros del grupo) y depende del avance que lleven los proyectos el profesor decidirá si continúa solo o con otro grupo en las siguientes entregas del mismo.

Periodo entre la 3ª evaluación parcial y la evaluación final

Este periodo que está regulado en la normativa vigente será dedicado prioritariamente a la adquisición de aprendizajes no adquiridos por parte del alumnado con evaluación negativa. Si fuera necesario el profesor planteará actividades de síntesis con el fin de garantizar que el alumnado que no ha superado todos los RAs pueda hacerlo ahora y el poco tiempo disponible en este periodo no sea un inconveniente.

En este periodo el alumno debe realizar aquellas pruebas, proyectos, actividades y prácticas que no hayan superado, no alcanzando sus competencias profesionales, personales y/o sociales previstas ni consiguiendo por tanto los objetivos del módulo.

Una vez realizada la propuesta de nota final del módulo, los alumnos que hayan superado el módulo y que deseen mejorar su nota final, deberán realizar la petición en el plazo estimado y deberán realizar aquellas prácticas, pruebas o actividades en las que haya obtenido más baja puntuación y que le serán indicadas (un máximo de 6 evidencias), para decidir cuáles se hacen se mantendrá una reunión previa con el profesor.

6.- Medidas de atención al alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo.

Aquellos alumnos que presenten problemas de aprendizaje o algún tipo de deficiencia se les garantizará el acceso a las pruebas de evaluación, proporcionándoles materiales específicos que les facilite la comprensión de los contenidos y realización de prácticas.

Las actividades estarán diseñadas para atender a todo el alumnado, si se detectara cualquier necesidad educativa se dará respuesta de inmediato según el protocolo n.e.a.e. (necesidades específicas de apoyo educativo). Así, nuestra actuación se centrará básicamente en:

- ❖ Atención a la diversidad de ritmos, aptitudes, intereses, expectativas y motivaciones del alumnado. Para dar respuesta a los distintos ritmos de aprendizaje, aptitudes, intereses, expectativas y motivaciones del alumnado al que hemos hecho referencia anteriormente y con los que nos encontramos inevitablemente en todos los cursos, estableceré dos tipos de actividades concretas, unas serán de refuerzo y otras de ampliación:
 - Si se aprecia la existencia de alumnos con un ritmo más acelerado de aprendizaje, se les propondrá **actividades de ampliación**, que generalmente consistirán en la realización de alguna investigación referente a los contenidos que se estén trabajando para motivarlos y que se impliquen en su proceso de enseñanza-aprendizaje.
 - Si se aprecia alumnos con posibles dificultades de aprendizaje (ritmo más lento) o con problemas de motivación o falta de interés, se les propondrá la realización de **actividades de refuerzo**, que los introduzca en los contenidos de la materia y les ayude a seguir el ritmo de la clase con menor dificultad, así como la selección de actividades y el desarrollo de una metodología motivadora y que despierte su interés.
- ❖ Atención a alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo. Se contemplan las siguientes medidas de atención a la diversidad para atender a este alumnado que lo necesite cuando se detecte la necesidad:
 - Situarlo en primera fila o un lugar dónde pueda tener un compañero de apoyo, a no ser que el alumno progrese bien en el sitio dónde se encuentre.
 - Actividades muy pautadas con instrucciones claras y concisas.

- Supervisión constante: Si la tarea es muy larga fragmentarla. Para facilitar su implicación en las tareas incrementar el número de veces que se supervisa su trabajo. Apoyo en las explicaciones y más atención en su consecución de los estándares.
- Actividades variadas con diferente nivel de dificultad con intención de desarrollarlas con el alumnado en clase. Para aquellos alumnos/as que no tienen problemas en realizar las actividades básicas propuestas para todos/as, se pueden diseñar actividades más complejas (actividades de ampliación), y, por otra parte, para aquellos/as que se ha detectado que tienen problemas para la consecución de las actividades básicas, se plantea otras más sencillas que presentan menor nivel de dificultad (actividades de refuerzo).
- Flexibilidad en los tiempos asignados a las actividades en función de las dificultades encontradas por el alumnado.
- Se podrán crear si se ve conveniente, grupos de cooperación en el que los/as alumnos/as más aventajados orientarán y ayudarán a aquellos/as compañeros/as que necesiten más tiempo y refuerzo en la ejecución de las tareas, cuando la profesora esté ocupada trabajando con el resto del grupo.

Para concluir, destacar que la planificación de esta programación y su puesta en práctica va a tener en cuenta la diversidad del alumnado y las consiguientes necesidades educativas con el fin de:

- Prevenir la aparición o evitar la consolidación de dificultades de aprendizaje.
- Facilitar el proceso de maduración y autonomía del alumnado.
- Fomentar actitudes de respeto a las diferencias individuales.

7.- Transversalidad.

Expresamente, en nuestra programación estableceremos los siguientes elementos transversales para el fomento y desarrollo de la educación en valores:

- Fomentar el emprendimiento y la innovación.
- La educación moral y cívica: fomentando actitudes de respeto hacia el compañero, otras culturas y tolerancia con otras ideas. Esto se llevará a cabo con actividades en grupo y debate.
- Las Tics.: la creciente importancia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, conocidas como TIC, que agrupan elementos y técnicas utilizadas en el tratamiento y transmisión de información, en general informática, Internet y telecomunicaciones, con búsqueda de definiciones para términos claves, así como el uso habitual de Moodle.
- Cultura andaluza: siempre que sea posible, con especial hincapié en datos de investigación la cultura empresarial andaluza.
- Libertades individuales (raza, sexo...) al tratarse de investigación podemos hacer llegar estudios sobre ello a los alumnos/as

Los anteriores elementos tendrán su concreción en los contenidos transversales establecidos a través de las unidades didácticas y cuyo fin será la búsqueda de la asimilación y el desarrollo de la educación en los valores seleccionados en nuestro alumnado.

8.- Materiales y recursos didácticos.

Se hace necesario tanto para el profesor como para el alumno disponer continuamente de un dispositivo informático adecuado para trabajar en la plataforma Classroom y realizar trabajos con implicación de TICS en el campo del Comercio y Marketing. En el centro existen ordenadores portátiles para poder trabajar

A modo de resumen podemos indicar los siguientes:

1. Cuaderno de clase online: los alumnos deberán reflejar en él todas las actividades que se realicen en clase y en casa, de forma ordenada y limpia, y subirlo en la plataforma Classroom en su correspondiente unidad.
2. Recursos impresos: complementarán el trabajo diario de clase. Algunos de estos materiales son: libros, prensa, catálogos, tickets, fotocopias. Podemos señalar los apuntes en PDF subidos a la plataforma como una guía para el trabajo diario de clase, sin perder de vista la base de la programación.
3. Encerado: la pizarra será un apoyo a las explicaciones del profesor y para las exposiciones de los alumnos, así como algunas correcciones de ejercicios. Podrá ser una aplicación del ordenador cuando haya videoconferencias.
4. Material audiovisual y visual: actualmente es un recurso importante por la motivación y el interés que suscita en el alumno, por lo que se intentará usar regularmente alguno de los siguientes materiales: fotografías, carteles, proyector/videoprojector, vídeos, programas televisivos, fragmentos de películas, emisiones radiofónicas.
5. Material informático: como parte fundamental de las Nuevas Tecnologías el alumno deberá manejar la herramienta de Internet para realizar diversas actividades de búsqueda de información. En general deberán usar el ordenador para trabajar en la plataforma Classroom, realizar búsquedas de información, actividades, trabajos, etc.

En este módulo además es relevante el uso de programas informáticos asociados al marketing.

9.- Actividades complementarias y extraescolares.

A lo largo del curso se intentarán adaptar todas las posibles, realizando las charlas de especialistas o de organismos a través de videoconferencia.

No obstante, se llevarán a cabo diferentes visitas a empresas con el fin de observar en la práctica los contenidos vistos en el aula. Así mismo, se recibirán visitas de especialistas en el centro que impartirán charlas y talleres al alumnado relacionados con los contenidos del módulo.

En la siguiente tabla se recogen las planteadas a principio de curso:

Actividad	Temporización
Empresas/ Entidades dedicadas al marketing	Todo el curso
Charlas de especialistas del sector en clase	Todo el curso
Charlas en diferentes localizaciones relacionadas con la materia	Todo el curso
Charlas de temáticas transversales	Todo el curso
Charlas sobre Analítica Digital	Todo el curso
Días mundiales señalados	Todo el curso
Visita a departamentos de Comercio y Marketing de empresas	Todo el curso
Visita a agencias de publicidad y marketing	Todo el curso

10.- Aportación del módulo al proyecto intermodular

De vital importancia para el proyecto intermodular de segundo curso son los siguientes resultados de aprendizaje:

RA2. Aplica técnicas de recepción y disposición de mercancías en el almacén, controlando los tiempos de manipulación y las condiciones de almacenamiento en función de las características de la mercancía.

RA3. Determina las condiciones de preparación de pedidos y la expedición de las mercancías del almacén, optimizando tiempos y recursos de acuerdo con la normativa vigente en materia de manipulación y transporte.

El alumno deberá, dentro del proyecto intermodular, realizar la señalización, rotulación, codificación y etiquetado, entre otras tareas, de las mercancías que van a ser expedidas, así como confeccionar la documentación que acompaña a la mercancía expedida, además de elegir el medio transporte más adecuado para la mercancía expedida.

Programación didáctica

Módulo	Procesos de venta (1232)
Ciclo	T. Actividades comerciales
Curso	Primero
Familia	Comercio y marketing
Profesor/a	M^a Teresa Fernández de la Cruz
Curso	2024/25



IES Huerta Alta



Unión Europea

Fondo Social Europeo

"El FSE invierte en tu futuro"



Índice:

-
- 1.- Introducción.**
 - 2.- Objetivos y Competencias.**
 - 3.- Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos.**
 - 4.- Metodología.**
 - 5.- La evaluación, medios y criterios de calificación.**
 - 6.- Medidas para el alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo.**
 - 7.- Transversalidad.**
 - 8.- Materiales y recursos didácticos.**
 - 9.- Actividades complementarias y extraescolares.**

 - 10.- Aportación del módulo al proyecto intermodular.**

1.- Introducción

Perfil del alumnado

El alumnado procede del mismo Alhaurín de la Torre y zonas colindantes, enclavado el IES en la Urbanización Fuensanguinea, el municipio limita con Málaga, Cártama, Torremolinos, Mijas, Benalmádena y Alhaurín el Grande.

Sobre el rendimiento académico del alumnado en el primer curso del ciclo, teniendo en cuenta los resultados de las evaluaciones iniciales llevadas a cabo a principio de curso, alcanza un nivel medio-bajo, aunque presentan interés por aprender. Existe una gran mayoría de alumnado menor de edad.

La implicación de las familias y el entorno y su efecto positivo o negativo en la repercusión académica de los alumnos/as de grado medio no es muy notable, no obstante, se mantiene tutoría tanto con los menores como con los mayores de edad para incentivarlo.

La convivencia en el centro para los ciclos formativos es ejemplar, salvo algún caso atípico, los grupos cohesionan bien y el clima es muy bueno.

El centro tiene diversidad de edades y perfiles de alumnado y está muy bien organizado en este aspecto, al ser solo los ciclos destinados al horario de tarde con exclusividad este aspecto de heterogeneidad no influye al normal desarrollo de la convivencia.

Los alumnos/as del ciclo proceden de este mismo centro educativo, de otros centros de Alhaurín de la Torre, Alhaurín el Grande, Churriana y Coín.

Contexto socio-cultural

La población de Alhaurín de la Torre la componen 45.531 habitantes, los sexos son bastante equiparados 21.153 hombres y 21.378 mujeres, siendo la edad media 39,8 años de manera que no es un núcleo urbano excesivamente envejecido, propio de una ciudad dormitorio a solo unos 16 km de la capital malagueña.

Alhaurín de la Torre es uno de los municipios con más rápido crecimiento de la Costa del Sol, gracias en gran medida a su cercanía a Málaga y a la carretera costera A7 / N-340, así como al entusiasmo de sus habitantes por modernizar su municipio. Se trata de un área progresista que ha aprovechado plenamente las oportunidades comerciales que se le han presentado y que son vitales para el desarrollo profesional de los ciclos de actividades comerciales y marketing y publicidad de nueva implantación en el centro.

Con respecto a las comunicaciones Alhaurín de la Torre es accesible de las siguientes maneras: por el desvío de la N-340 Málaga-Cádiz: la A-404 dirección a Coín, a través de la autovía Campanillas-Parque Tecnológico sentido Cártama: salida a Churriana. y a través de la hiperronda de Málaga (MA-30), inaugurada en noviembre de 2011 que parte desde el Enlace de las Virreinas a Torremolinos y que conecta con la circunvalación del municipio.

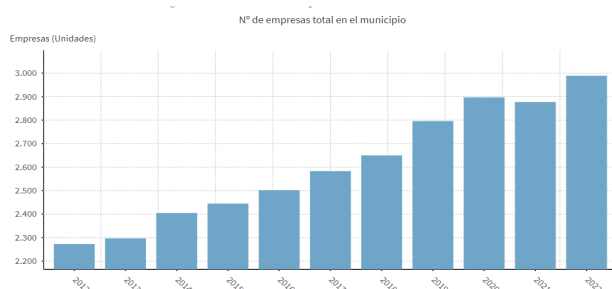
Con respecto al mercado de trabajo el desempleo es de 2.137 mujeres frente a 1.160 hombres, no siendo uno de los municipios donde existe mayor desigualdad de género en este aspecto. La tasa de paro de un 14 % se sitúa por debajo del 18 % de la capital, no obstante, es la quinta con mayor tasa dentro de los

municipios de más de 40.000 habitantes de la provincia.

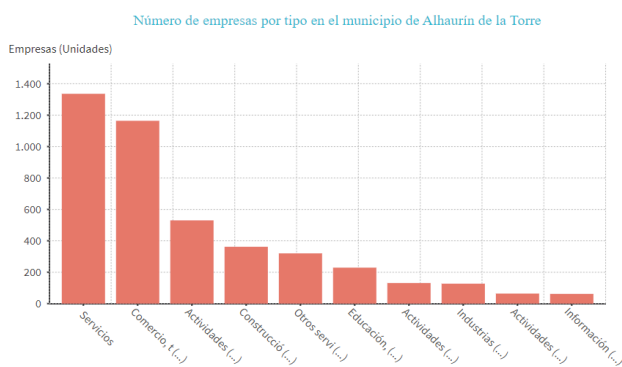
La renta bruta media del municipio ha experimentado crecimientos constantes en los últimos años de manera paralela al crecimiento de la población, siendo la mayor de la comarca del Guadalhorce.

El nivel educativo refleja bajo analfabetismo solo 390 personas según el IAE, y siendo el mayor porcentaje el de personas que tienen la enseñanza secundaria o bachillerato, no existiendo gran número de licenciados (si muchos más diplomados) equiparando las cifras de licenciados a los titulados como técnicos y técnicos superiores de formación profesional.

El número de empresas totales en el municipio ha presentado un ascenso progresivo en los últimos años rozando las 3.000 como puede observarse en el siguiente gráfico (INE).



Del total de empresas de la zona la gran mayoría se dedica a actividades relacionadas con el comercio y los servicios, siendo un dato positivo de cara a la inserción laboral de nuestros ciclos. Además, se prevé la apertura en un año de un centro comercial en la localidad que desencadenará centenares de puestos de trabajo de la rama de comercio y marketing



NORMATIVA:

1. Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional.
2. Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional.
3. Orden EFD/657/2024, de 25 de junio, por la que se determina el currículo y se regulan determinados aspectos organizativos para los ciclos formativos de grado medio en el ámbito de gestión del Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes.
4. Resolución de 26 de junio de 2024, de la Dirección General de Formación Profesional, por la que se dictan Instrucciones para regular aspectos relativos a la organización y al funcionamiento de curso 2024/2025 en la Comunidad Autónoma de Andalucía
5. Real Decreto 499/2024, de 21 de mayo, por el que se modifican determinados reales decretos por los que se establecen títulos de Formación Profesional de grado medio y se fijan sus enseñanzas mínimas.
6. Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación
7. 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
8. Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía.
9. Orden de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
10. Real Decreto 39/1997, de 17 de enero por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención
11. Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas.
12. Corrección de errores del Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas (BOE 12-03- 2012).
13. Orden de 28 de julio de 2015, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales
14. Decreto 327/2010, de 13 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria

2.- Objetivos y Competencias

La **competencia general de este título** consiste en desarrollar actividades de distribución y comercialización de bienes y/o servicios, y en gestionar un pequeño establecimiento comercial, aplicando las normas de calidad y seguridad establecidas y respetando la legislación vigente.

La formación del módulo ayudará a alcanzar los siguientes **objetivos generales del título**, enunciados en el Anexo I de la Orden de 28 de julio de 2015:

- c) Analizar operaciones de compraventa y de cobro y pago, utilizando medios convencionales o

electrónicos para administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial.

d) Comparar y evaluar pedidos de clientes a través de los diferentes canales de comercialización, atendiendo y satisfaciendo sus necesidades de productos y/o servicios, para realizar la venta de productos y/o servicios.

e) Identificar los procesos de seguimiento y post venta, atendiendo y resolviendo, las reclamaciones presentadas por los clientes, para realizar la venta de productos y/o servicios.

q) Analizar y utilizar los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación para aprender y actualizar sus conocimientos, reconociendo las posibilidades de mejora profesional y personal, para adaptarse a diferentes situaciones profesionales y laborales.

r) Desarrollar trabajos en equipo y valorar su organización, participando con tolerancia y respeto, y tomar decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía.

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

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

u) Analizar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional, relacionándolos con las causas que los producen, a fin de fundamentar las medidas preventivas que se van adoptar, y aplicar los protocolos correspondientes para evitar daños en uno mismo, en las demás personas, en el entorno y en el medio ambiente.

v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todos».

w) Aplicar y analizar las técnicas necesarias para mejorar los procedimientos de calidad del trabajo en el proceso de aprendizaje y del sector productivo de referencia.

x) 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.

y) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las **competencias profesionales, personales y sociales** de este título que se relacionan a continuación:

c) Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los distintos canales de comercialización, utilizando las técnicas de venta adecuadas a la tipología del cliente y a los criterios establecidos por la empresa.

m) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.

n) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.

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

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

p) Aplicar los protocolos y las medidas preventivas de riesgos laborales y protección ambiental durante el proceso productivo, para evitar daños en las personas y en el entorno laboral y ambiental.

q) Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de «diseño para todos» en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

s) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

3.-Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos.

RA: 1. Identifica el proceso de decisión de compra del consumidor y/o usuario, analizando los factores que inciden en el mismo y las tipologías de clientes.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS: Identificación del proceso de decisión de compra del consumidor
a) Se han identificado los tipos de consumidores, diferenciando el consumidor final o particular y el industrial u organizacional. b) Se ha definido el contenido y los aspectos que comprende el estudio del comportamiento del consumidor y/o usuario. c) Se han definido y clasificado las necesidades del consumidor, teniendo en cuenta el orden jerárquico que se establece a la hora de satisfacerlas. d) Se han clasificado las compras, atendiendo al comportamiento racional o impulsivo del consumidor y/o usuario. e) Se han identificado las fases del proceso de compra del consumidor final, analizando los factores que determinan su complejidad y duración. f) Se han analizado los determinantes internos y externos que influyen en el proceso de decisión de compra de los consumidores y/o usuarios. g) Se han identificado las fases del proceso de compra del consumidor industrial, comparando el proceso con el del consumidor final.	- Tipos de consumidores. Consumidor final o particular y consumidor industrial o institucional. - Estudio del comportamiento del consumidor. Aspectos que comprende. - Las necesidades del consumidor. Tipos. Jerarquía de las necesidades, teoría de Maslow. - Motivaciones y deseos. - Tipos de compras según comportamiento del consumidor. Compras racionales o planificadas y compras impulsivas. - El proceso de decisión de compra del consumidor final. - Fases del proceso y variables que influyen en el mismo. Conducta post-compra. - Roles en el proceso de compra. - Las variables de marketing en el proceso de compra. - Determinantes internos que inciden en el proceso de compra. Motivación, percepción, aprendizaje y experiencia, personalidad, creencias y actitudes.

h) Se han caracterizado las tipologías de clientes, atendiendo a su comportamiento de compra, su personalidad y sus motivaciones de compra.	- Variables externas que influyen en el proceso de compra. Entorno, cultura y valores sociales, clase social, grupos sociales, familia e influencias personales, situaciones de compra y de consumo. - El proceso de compra del consumidor industrial u organizacional. Tipos de consumidores. Fases del proceso. - Tipologías de clientes. - Según su personalidad. Arrogante, dubitativo, polémico, reservado, meticuloso, impaciente y otros. - Según su comportamiento de compra. En función de la frecuencia, del volumen, de la naturaleza y otros. - Según sus motivaciones de compra. Regla MICASO.

RA: 2. Define las funciones, conocimientos y perfil de los vendedores y vendedoras, analizando las necesidades de formación, motivación y remuneración del equipo de ventas.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS: Definición de las funciones y perfil de los vendedores y vendedoras
a) Se han establecido las funciones y responsabilidades de los vendedores y vendedoras en la venta personal. b) Se han clasificado los vendedores y vendedoras en función de las características de la empresa en la que prestan servicios, el tipo de venta que realizan y la naturaleza del producto. c) Se ha definido el perfil del vendedor o vendedora o vendedora profesional, analizando las cualidades personales, habilidades profesionales y conocimientos que debe tener un buen vendedor. d) Se han descrito distintos puestos de trabajo de ventas y el perfil de los vendedores y vendedoras más adecuados para los mismos. e) Se han determinado las necesidades de formación, perfeccionamiento y reciclaje del equipo de vendedores y vendedoras. f) Se ha definido el contenido del programa de formación y perfeccionamiento de los vendedores y vendedoras. g) Se ha valorado la importancia de la motivación de los vendedores y vendedoras analizando los principales factores motivadores. h) Se han identificado los sistemas de retribución de los vendedores y vendedoras más habituales.	- El vendedor o vendedora. Concepto y funciones. - El papel del vendedor o vendedora en la venta personal. Informador, consejero, estratega, director de crédito, entre otros. - Clasificación de los tipos de vendedores y vendedoras. - Tipos de vendedores y vendedoras según la empresa en la que prestan sus servicios. Vendedores vendedoras de fabricantes, de mayoristas y de minoristas. - Tipos de vendedores y vendedoras según la naturaleza del producto. Vendedores y vendedoras de bienes y de servicios, de productos tecnológicos, de alta gama, entre otros. - Tipos de vendedores y vendedoras según la actividad o tipo de venta que realizan. Repartidores, internos o de mostrador, externos o de campo, de promoción de ventas, técnicos, obtenedores de pedidos o creativos, promotores, online, entre otros. - El perfil del vendedor o vendedora profesional. - Cualidades personales. Actitudes y habilidades. La imagen del vendedor o vendedora. - Capacidades profesionales. - Conocimientos del buen vendedor. De la empresa, del producto y del mercado.

	- El manual del vendedor o vendedora. Concepto y diseño. - Formación de los vendedores y vendedoras. - Necesidad de la formación. Sobre productos, competencia, empresa, técnicas de ventas, sobre - administración del trabajo, entre otras. - Programas de formación y perfeccionamiento de los vendedores y vendedoras. Programa Anual de Capacitación y Entrenamiento de Vendedores y vendedoras (PACEV). - Motivación de los vendedores y vendedoras. Factores motivadores. - Teorías de la motivación. Teoría de las necesidades, del logro, de motivación e higiene, de las expectativas, del refuerzo, entre otras. - Sistemas de remuneración de los vendedores y vendedoras. Salario fijo, comisiones y variable. Incentivos. Prestaciones complementarias. Ventajas y desventajas.

RA: 3. Organiza el proceso de venta, definiendo las líneas de actuación del vendedor o vendedora o vendedora, de acuerdo con los objetivos fijados en el plan de ventas.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS: Organización del proceso de venta
a) Se han identificado las funciones del departamento de ventas de una empresa y las responsabilidades del director de ventas. b) Se han diferenciado las formas de organización del departamento de ventas por zonas geográficas, por productos y por clientes, entre otras. c) Se ha elaborado el programa de ventas del vendedor o vendedora o vendedora, definiendo sus propios objetivos y el plan de actuación, en función de los objetivos establecidos en el plan de ventas de la empresa. d) Se ha calculado el número de vendedores y vendedoras que se requieren para cumplir los objetivos del plan de ventas de la empresa. e) Se han planificado las visitas a clientes, aplicando las rutas de ventas que permiten optimizar los tiempos del vendedor o vendedora y reducir los costes. f) Se ha determinado el número de visitas comerciales que se van a realizar a los clientes reales y potenciales y el tiempo de duración de las visitas.	- El departamento de ventas. Sus funciones. - Factores que condicionan la organización del departamento de ventas. - Estructura organizativa del departamento de ventas. Organigramas. Organización por productos, por zonas geográficas, por clientes, mixta, entre otras. Organigrama. - Funciones del director de ventas. Planificación de la estrategia de ventas, organización y composición del equipo de ventas, evaluación y control. - Planificación de las ventas. - Los objetivos de ventas. - Elaboración del programa de ventas y líneas de actuación del vendedor o vendedora. - El presupuesto de ventas. - Organización y composición del equipo de ventas. - Determinación del tamaño del equipo de ventas. - Delimitación de las zonas de venta y asignación a los vendedores y vendedoras.

g) Se han aplicado técnicas de prospección de clientes, atendiendo a las características del producto/servicio ofertado. h) Se ha elaborado el argumentario de ventas, incluyendo los puntos fuertes y débiles del producto, resaltando sus ventajas respecto a los de la competencia y presentando soluciones a los problemas del cliente.	- Planificación de las visitas a clientes. Tipos y frecuencia de las visitas. - Diseño de las rutas de ventas. Sistema de sectores, ruta de la margarita, en zigzag, del trébol de cuatro hojas, sistema de línea recta y zonas, ruta de círculos concéntricos y espiral, y otras. - Fases del proceso de venta. Prospección de clientes, preparación de la venta, presentación, argumentación, objeciones, cierre de la venta, servicios postventa y seguimiento. - La prospección de clientes. Identificación, calificación y clasificación de los clientes. Métodos de prospección de clientes. - Preparación de la venta. Investigar las particularidades de los clientes, preparación de la presentación planificación de la visita. - El argumentario de ventas. - Objetivos, contenido y estructura del argumentario de ventas. - Tipos de argumentos. Racionales y emocionales. - Elaboración del argumentario de ventas según tipos de productos, según tipología de clientes y según tipo de canales de distribución. - Preparación del material de apoyo para reforzar los argumentos, según tipos de productos y según tipología de clientes.

RA: 4. Desarrolla entrevistas con supuestos clientes, utilizando técnicas de venta, negociación y cierre adecuadas, dentro de los límites de actuación establecidos por la empresa.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS: Desarrollo de entrevistas de venta
a) Se ha preparado la documentación necesaria para realizar una visita comercial, consultando la información de cada cliente en la herramienta de gestión de relaciones con clientes (CRM). b) Se ha concertado y preparado la entrevista de ventas, adaptando el argumentario a las características, necesidades y potencial de compra de cada cliente, de acuerdo con los objetivos fijados. c) Se ha preparado el material de apoyo y la documentación necesaria. d) Se ha realizado la presentación y demostración del producto, utilizando técnicas de venta adecuadas para persuadir al cliente.	- La venta personal. Concepto y características. - Formas de venta. Tradicional, autoservicio, sin tienda, televenta y venta online, entre otras. - La comunicación en las relaciones comerciales. - El proceso de comunicación. Elementos. Barreras en la comunicación. - Formas de comunicación. - La comunicación verbal. Normas para hablar en público. - La comunicación telefónica en la venta. Uso de las nuevas tecnologías. - La comunicación escrita. Cartas comerciales.

e) Se han previsto las posibles objeciones del cliente y se han definido las técnicas y los argumentos adecuados para la refutación de las mismas. f) Se han utilizado técnicas de comunicación verbal y no verbal en situaciones de venta y relación con el cliente. g) Se ha planificado la negociación de los aspectos y condiciones de la operación que pueden ser objeto de negociación. h) Se han utilizado técnicas para lograr el cierre de la venta y obtener el pedido.	- La comunicación no verbal en la venta y las relaciones con clientes. Lenguaje gestual y corporal, visual, paralenguaje, entre otras. - Técnicas de venta. Modelo AIDA (atención, interés, deseo, acción). Técnica SPIN (situación, problema, implicación, necesidad). Sistema de entrenamiento Zelev Noel. - Fases de la entrevista de ventas. - Concertación y preparación de la visita. Formas de concertar una visita. Herramientas de gestión de las relaciones con clientes (CRM). - Toma de contacto y presentación. Métodos de toma de contacto. Reglas para una buena presentación y tipos de presentación. - Sondeo y determinación de las necesidades del cliente. Tipos de preguntas. - Presentación del producto y argumentación, aplicando técnicas de venta. - La demostración del producto, utilizando material de apoyo. - Las objeciones del cliente. Técnicas de tratamiento de las objeciones. - Negociación de las condiciones de la operación. Asertividad y empatía. - Cierre de la venta. Señales de compra y aplicación de técnicas de cierre. Cierre directo, con propuestas alternativas, condicionado, de producto a prueba, entre otras. - Despedida y final de la entrevista. - Reflexión y autoanálisis. - Seguimiento de la venta. - Los servicios postventa. Asesoramiento e información, garantía, asistencia técnica y reparaciones, recambios y repuestos, entre otros. - Gestión de incidencias, quejas y reclamaciones de clientes. - Servicios de atención, satisfacción y fidelización de clientes.

RA: 5. Formaliza los contratos de compraventa y otros contratos afines, analizando las cláusulas más habituales de acuerdo con la normativa vigente.

CRITERIOS DE VALUACIÓN

CONTENIDOS: Formalización del contrato de

	compraventa y otros contratos afines
a) Se ha interpretado la normativa que regula los contratos de compraventa. b) Se ha caracterizado el contrato de compraventa, los elementos que intervienen y los derechos y obligaciones de las partes, analizando su estructura y las cláusulas habituales que se incluyen en el mismo. c) Se ha cumplimentado el contrato de compraventa en el que se recogen los acuerdos entre vendedor y comprador, utilizando un procesador de textos. d) Se ha interpretado la normativa que regula el contrato de compraventa a plazos y los requisitos que se exigen para su formalización. e) Se ha caracterizado el contrato de ventas en consignación analizando los casos en que procede su formalización. f) Se ha caracterizado el contrato de suministro, analizando los supuestos en los que se requiere para el abastecimiento de materiales y servicios. g) Se han analizado los contratos de leasing y renting como alternativas de adquisición y financiación del inmovilizado de la empresa.	- El contrato. Concepto. Características y requisitos básicos. Consentimiento, objeto y causa. - Tipos de contratos. Según su regulación, unilaterales o bilaterales, onerosos o gratuitos, de tracto único o sucesivo, reales, formales, entre otros. - El contrato de compraventa. Características, elementos y requisitos. - Normativa que regula la compraventa. Compraventa civil y mercantil. - Derechos y obligaciones del vendedor o vendedora y del comprador. - Clausulado general de un contrato de compraventa. - El contrato de compraventa a plazos. Normativa y libro de registro de la venta a plazos. - Otros contratos afines. - El contrato de suministro. De materiales y de servicios. Concepto y clausulado. - El contrato estimatorio o de ventas en consignación. - Los contratos de transporte y de seguro. Según el medio de transporte. Riesgos y tipos de seguros. Los contratos de arrendamiento, leasing y de renting. Características, tipos y diferencias. Realización de contratos usando procesadores de textos y plantillas.

RA: 6. Gestiona la documentación comercial y de pago/cobro de las operaciones de compraventa, cumplimentando los documentos necesarios.

CRITERIOS DE VALUACIÓN	CONTENIDOS: Gestión de la documentación comercial y de cobro de las operaciones de venta
a) Se ha gestionado la documentación comercial de diferentes operaciones de venta, desde la recepción del pedido hasta el envío y recepción por parte del cliente. b) Se ha establecido el modo de formalizar el pedido por parte del cliente, en ventas a distancia (por catálogo, televenta, teléfono móvil e Internet, entre otros). c) Se han identificado las distintas formas de pago, analizando el procedimiento y la documentación necesaria en cada caso.	- Documentación comercial generada en las ventas. Nota de pedidos, presupuestos, facturas y albaranes. - Confección, registro y archivo de documentos. - La venta a distancia. Formalización de pedidos. - El cobro de la venta. Documentos de cobro y pago. - El pago en efectivo. - La transferencia bancaria.

d) Se han diferenciado los medios de pago al contado de los aplazados. e) Se han comparado los medios y formas de pago, analizando las ventajas y desventajas en términos de coste, seguridad y facilidad de uso. f) Se ha cumplimentado la documentación correspondiente a los diferentes medios de pago. g) Se han cumplimentado cheques, letras de cambio, pagarés y demás documentación correspondiente los diferentes medios de pago. h) Se ha identificado la documentación correspondiente a las operaciones de endoso, aval y gestión de cobro de medios de pago. i) Se han identificado las distintas formas de anticipar el cobro.	- La ley cambiaria y del cheque. El cheque. Tipología y funcionamiento. Intervinientes. Cumplimentación. - La letra de cambio. Intervinientes. Cumplimentación. - El pagaré. Intervinientes. Cumplimentación. - El recibo, y otras formas. - Clasificación de medios de pago según fiabilidad, coste y plazo de pago. Ventajas y desventajas. - Operaciones asociadas a los medios de pago. - Endoso y aval. - Gestión de cobro de efectos comerciales. - Anticipación del cobro. Negociación y descuento bancario, factoring, confirming y forfaiting. - La gestión de impagados. Vía amistosa y legal. Recuperación del IVA de los impagos. - Los medios de pago electrónicos (EPS). Tarjetas de débito, de crédito, monedero, tarjetas virtuales, cheques electrónicos, pagos por el móvil, cajeros electrónicos, dinero electrónico, entre otros.

RA: 7. Determina los precios y el importe de las operaciones, aplicando el cálculo comercial en los procesos de venta.

CRITERIOS DE VALUACIÓN	CONTENIDOS: Determinación de los precios y el importe de las operaciones de venta
a) Se ha calculado el precio de venta del producto, aplicando un cierto margen comercial expresado en forma de porcentaje del precio de coste. b) Se ha calculado el precio de venta del producto, aplicando un margen comercial expresado en forma de un porcentaje sobre el precio de venta. c) Se ha determinado el importe total de una operación de venta, aplicando los descuentos y gastos acordados y el IVA correspondiente. d) Se ha calculado el interés de diferentes operaciones, definiendo las variables que lo determinan y aplicando un determinado tipo de interés. e) Se ha calculado el descuento de diferentes operaciones, aplicando un determinado tipo de descuento. f) Se ha calculado el descuento y el efectivo resultante de una remesa de efectos.	- Determinación del precio de venta al público del producto o servicio. - Elementos que forman parte del precio. Tipos de costes, beneficio. - Cálculo del precio de venta, aplicando un determinado margen comercial expresado en forma de porcentaje sobre el precio de coste o sobre el precio venta. - Cálculo del importe total de una operación de venta. - Descuentos. Clases. Comerciales, financieros, rappels, entre otros. - Gastos asociados a la venta. Clases. Portes, seguro, embalaje, entre otros. - IVA. Base imponible, tipos, recargo de equivalencia. - Aplicación del interés en las operaciones comerciales. - Concepto de interés. Interés simple e interés compuesto. - Cálculo del interés simple.

g) Se han cumplimentado facturas de negociación de efectos comerciales, aplicando un determinado tipo de descuento y la correspondiente comisión.	- Métodos abreviados para el cálculo del interés de varios capitales al mismo tipo de interés y diferentes períodos de tiempo. Método de los multiplicadores fijos, y de los divisores fijos. - Concepto de descuento. Descuento racional y descuento comercial. - Cálculo del descuento racional o matemático. - Cálculo del descuento comercial. - Negociación de efectos comerciales. Cálculo del descuento y del efectivo resultante de una remesa de efectos. - Sustitución de deudas. Vencimiento común y vencimiento medio. - Cálculo del importe de operaciones comerciales en moneda extranjera. Cotización de la divisa.

Temporalización de los Resultados de Aprendizaje.

RESULTADO DE APRENDIZAJE	1T	2T	3T
RA: 1. Identifica el proceso de decisión de compra del consumidor y/o usuario, analizando los factores que inciden en el mismo y las tipologías de clientes.	X		
RA: 2. Define las funciones, conocimientos y perfil de los vendedores y vendedoras, analizando las necesidades de formación, motivación y remuneración del equipo de ventas.	X		
RA: 3. Organiza el proceso de venta, definiendo las líneas de actuación del vendedor o vendedora o vendedora, de acuerdo con los objetivos fijados en el plan de ventas.	X		
RA: 4. Desarrolla entrevistas con supuestos clientes, utilizando técnicas de venta, negociación y cierre adecuadas, dentro de los límites de actuación establecidos por la empresa.		En empresa	
RA: 5. Formaliza los contratos de compraventa y otros contratos afines, analizando las cláusulas más habituales de acuerdo con la normativa vigente.		X	
RA: 6. Gestiona la documentación comercial y de pago/cobro de las operaciones de compraventa, cumplimentando los documentos necesarios.			X
RA: 7. Determina los precios y el importe de las			X

operaciones, aplicando el cálculo comercial en los procesos de venta.			

4.- Metodología.

Orientaciones pedagógicas

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones de realización de operaciones de venta de productos y servicios a través de los diferentes canales de comercialización, que incluye aspectos como:

- Ejecución del plan de ventas.
- Elaboración del argumentario de ventas.
- Prospección de clientes.
- Preparación de las visitas a clientes.
- Presentación del producto/servicio al cliente.
- Aplicación de técnicas de venta y negociación en la venta.
- Cumplimentación del contrato de compraventa u otros alternativos.
- Redacción de contratos anexos a la compraventa.
- Cumplimentación, registro y archivo de la documentación generada en las operaciones de venta.
- Tratamiento de incidencias, devoluciones, quejas y reclamaciones.
- Seguimiento de la venta y control de servicios postventa.
- Fidelización de clientes.
- Gestión de cobros.
- Cumplimentación de los medios de pago.

Las **actividades profesionales asociadas** a esta función se aplican en:

- Elaboración del programa de ventas y plan de actuación del vendedor o vendedora.
- La preparación y desarrollo de entrevistas de ventas.
- Las operaciones de venta de productos y servicios.
- La formalización de contratos de compraventa y otros contratos anexos.
- El seguimiento postventa.
- El cobro de las operaciones de venta.

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

- Preparación de una visita comercial con la información obtenida en la herramienta de gestión de las relaciones con clientes.
- Elaboración del argumentario de ventas de productos de gran consumo.
- Utilización de técnicas de comunicación verbal (oral y escrita) y no verbal aplicadas al proceso de venta.

- Utilización de herramientas informáticas en la presentación de productos y servicios.
- Utilización de técnicas venta, negociación y refutación de objeciones.
- Elaboración de contratos de compraventa y documentación anexa, utilizando el procesador de textos.
- Cumplimentación de los documentos de diversos medios de pago.
- Gestión informatizada de sugerencias.
- Utilización de herramientas de gestión de las relaciones con clientes en preparación de visitas, servicios postventa y fidelización de clientes.
- Realización de cálculos relativos a las operaciones de venta y de cobro y pago.

Se establecerán **estrategias didácticas** de tipo expositivo y de investigación. Para establecerlas, es útil conocer los tipos de aprendizaje según el autor David. P. Ausubel:

- Receptivo. Por explicación del profesor, material impreso, medios audiovisuales.
- Por descubrimiento. Descubre el material por sí mismo: guiado por el profesor o de forma autónoma.
- Memorístico. Memorización de datos, hechos, conceptos, aprendizaje mecánico.
- Significativo. Relaciona los conceptos nuevos con los poseídos, con la experiencia y modifica esquemas conceptuales.

Métodos didácticos:

Aplicación combinada de los siguientes métodos didácticos para el desarrollo de las sesiones formativas:

- **Método constructivista del aprendizaje**, de forma que el alumnado sea partícipe del proceso y partiendo de sus conocimientos previos, la investigación personal y/o profesional, el contacto con la realidad de su entorno y las experiencias del grupo clase, puedan plantearse cuestiones de investigación centrándose en el interés del alumnado y que estos se conviertan en participantes totalmente activos de su propia formación. ¿Cómo lo haremos? Gracias a la evaluación inicial del curso y la valoración al final de la unidad de lo que van aprendiendo los alumnos por parte del profesor, poniendo de manifiesto los conocimientos y experiencias previas de los alumnos gracias a la puesta en común mediante actividades, casos prácticos introductorios, vídeos o documentales. Posteriormente se llevarán a cabo tareas de investigación relacionadas con los aspectos que se hayan puesto de manifiesto en la puesta en común, siendo mi labor como profesor orientarlos hacia aquellos aspectos necesarios para la adquisición de las competencias. Durante todas las sesiones el alumnado podrá realizar aportaciones que sirvan para enriquecer el desarrollo de estas y que servirán para profundizar en la unidad, en aspectos concretos de la misma o en su aplicación en el ámbito profesional específico o del entorno. Por ello siempre se hará referencia a los aspectos que ya conocen o hayan trabajado. El objetivo es que el proceso de aprendizaje tenga significado para los alumnos y en todo momento sientan que lo que aprenden les sirve realmente en el entorno donde quieren desarrollarse profesionalmente (aprendizaje significativo).
- **Método de trabajo en grupo**, donde el aprendizaje colaborativo está presente en todo momento. Este método cobra mucha importancia en este módulo donde el alumnado tiene que aprender a dirigir y a formar parte de un grupo de marketing en el ámbito comercial. ¿Cómo lo haremos? Por medio de trabajos con grupos permanentes y esporádicos de carácter heterogéneo, fomentando la interacción entre profesor-alumnos, entre alumnos del mismo grupo, pero también entre alumnos de otros cursos y ciclos, así como con el resto de la comunidad educativa. Para ello se le facilitará

herramientas para poder llevar a cabo sus objetivos de forma óptima y favoreciendo las habilidades sociales y emocionales.

Se destaca la configuración de entre grupos heterogéneos de manera que los alumnos puedan aprender unos de otros, fomentando la tutorización entre iguales o la tutorización entre expertos en el caso de que encontremos alumnos especialmente hábiles o conocedores de ciertas disciplinas, tal y como puede ocurrir en un entorno de trabajo real.

Buena parte de los métodos de trabajo serán en grupo, sin embargo, también se trabajará de manera individual en base a poder reconocer el esfuerzo y aprendizaje individual.

- **Método expositivo**, en el que por medio de presentaciones y explicaciones se pueda ayudar al alumnado al inicio de cada acto didáctico sobre los objetivos a alcanzar, conjuntamente con los contenidos específicos a tratar. Igualmente, este método me permitirá resumir y reforzar los puntos esenciales de cada módulo, unidad didáctica o contenidos tratados en el día a día. Muy útil también la resolución de dudas.

Este método expositivo siempre irá acompañado de pequeños ejercicios prácticos que ayuden y hagan participar al alumno, evitando la comunicación unidireccional y que la sesión sea sólo teórica.

Tipos de actividades

Actividades de enseñanza:

Se basan en captar la atención del alumnado en todo momento, explicando los contenidos acercándose a su entorno. Igualmente, y para conseguir autonomía en el desarrollo de sus funciones, se plantean actividades en las que tienen que realizar búsquedas o investigación para encontrar la solución a determinados casos expuestos. La puesta en común de todas las acciones que llevemos a cabo será vital.

Actividades de aprendizaje:

- Actividades de **inicio** como casos prácticos, dinámicas, debates, búsquedas, artículos o lluvias de ideas, vídeos, gamificación...
- Actividades de **desarrollo**: como las demostrativas (docencia directa o visita de expertos), las de investigación y aplicación (actividades de clase, casos prácticos, problemas, retos, trabajos prácticos)
- Actividades de **síntesis** como tipo test, resúmenes y esquemas, en algunas ocasiones los casos recopilatorios de algunos RA constituyen en sí una actividad de síntesis, así como de relación entre los contenidos de cada RA.
- Actividades **digitales**; Incorporando el uso de las TAC (tecnología aplicada al aprendizaje y el conocimiento), con la utilización de dispositivos digitales (PC). Nuestro alumnado deberá dominar perfectamente las estrategias de búsqueda de información en la red, tanto a lo largo del curso para su aprendizaje como una vez finalizado el curso en su vida laboral, ya que están en contacto directo y continuo con las nuevas tecnologías, principalmente con Internet y su uso en dispositivos, además la mayoría de las actividades evaluables serán seguidas a través de la plataforma **Moodle** del centro. Estas actividades pueden ser de inicio, desarrollo, síntesis, refuerzo o ampliación.

- Actividades de **refuerzo** y **ampliación**. Las actividades de refuerzo estarán centradas en aquellas capacidades que el alumnado no haya podido conseguir. Las actividades de ampliación estarán enfocadas al alumnado que ha ido adquiriendo las capacidades necesarias durante la unidad y al que se le encomienda la investigación, profundización o resolución de tareas que lograrán enriquecer su conocimiento.
- Actividades **en empresa**: al tener el módulo un carácter DUAL, en la empresa se realizarán actividades en el entorno real de trabajo, serán evaluadas por los tutores del centro de trabajo y tendrán que ser superadas como cualquier otra que se establezca en el resto del módulo.

UNIDAD	HORAS	TRIMESTRE	RA Y CE _s
UD 1. Necesidades y comportamiento del consumidor	10 horas	Primer trimestre	1.a, b, c, d, e, f, g, h
UD 2. Funciones y perfil del vendedor	16 horas	Primer trimestre	2.a, b, c, d, e, f, g, h
UD 3. El departamento y equipo de ventas	16 horas	Primer trimestre	3.a, b, c, d, e, f, g, h
UD 4. Comunicación y técnicas de venta	32 horas	Segundo trimestre	4.a, b, c, d, e, f, g, h
UD 5. El contrato de compraventa y otros contratos afines	12 horas	Segundo trimestre	5.a, b, c, d, e, f, g
UD 6. Documentación comercial: documentos de formalización de la venta	16 horas	Tercer trimestre	6.a, b
UD 7. Documentos de formalización de cobro y pago	16 horas	Tercer trimestre	6.c, d, e, f, g, h, i
UD 8. Determinación del precio de venta, interés y descuentos	10 horas	Tercer trimestre	7.a, b, c, d, e, f, g
Total horas	128 horas		

Planteamiento metodológico y actividades.

Como se ha expuesto anteriormente la programación se ha organizado en 8 unidades didácticas. La duración de cada una de ellas será flexible y estará en función del grado de complejidad de los contenidos y del ritmo de aprendizaje del grupo.

La temporalización de las actividades programadas en cada unidad didáctica variará en función del tipo de actividad, agrupamiento de los alumnos y alumnas y de los recursos utilizados teniendo en cuenta que será necesario adaptar la actividad al tiempo disponible, como es el caso de alguna actividad especial; y si existe alguna salida fuera del centro, actividad que habrá que programar con tiempo.

En cualquier caso, independientemente del número de sesiones de cada unidad de trabajo, el orden metodológico general a seguir, salvo en el caso de la formación dual desarrollada en la empresa, será el siguiente:

1. **Introducción** al tema en clase sobre los conceptos, la estructura y procedimientos fundamentales de la unidad didáctica.

2. **Exploración inicial** para determinar qué grado de conocimiento tienen sobre lo que se tratará en la nueva unidad, verificando los conocimientos a través de cuestionarios, debates, gamificaciones.
3. **Desarrollo** de los contenidos. Es deseable que los contenidos sean fáciles de seguir por el alumno, que estén fuertemente estructurados y escritos con un lenguaje sencillo pero preciso. Las palabras y conceptos clave de la unidad didáctica deben señalarse, explicarse y definirse. Al terminar la explicación de cada epígrafe, o aspecto destacado de la unidad didáctica, se debería potenciar la asimilación de conocimientos mediante la realización de ejercicios y actividades prácticas. La explicación del profesor se realizará de forma presencial.
4. Realización de **casos prácticos, simulaciones y actividades** sobre los temas objeto de estudio, lo más cercanos a la realidad, con un grado creciente de dificultad. Se realizarán tareas tanto en clase como en casa y se subirán a la plataforma Moodle para su evaluación. Los casos prácticos de tipo recopilatorio siempre incluyen un debate con el grupo completo y en ocasiones la presentación al resto de compañeros, a veces cuando el interés didáctico lo requiera.
5. Realización de **trabajos de investigación**, valorando la capacidad de trabajo en equipo y la exposición de resultados en público, así como ser capaces de obtener información relevante y saber utilizarla para diseñar cambios o mejoras en un entorno de trabajo de empresa.
6. **Recuperación, refuerzo y ampliación.** A lo largo de la unidad o después de las mismas para reforzar/ ampliar conocimientos.

5.- La evaluación, medios y criterios de calificación.

Dentro del marco legal de la ORDEN de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía. Se evaluará cada uno de los siguientes resultados de aprendizaje mediante las evidencias descritas en las siguientes tablas:

NOTA: el apartado “Evidencia” puede sufrir modificaciones por el carácter flexible de la programación, según vayan planteándose el curso para adaptarnos al grupo de clase.

NOTA: En el apartado “Evidencia” las entregas se refieren a casos prácticos individuales o grupales, trabajos de exposición o trabajos de investigación, las pruebas son teórica-prácticas y de carácter individual.

RA: 1 Identifica el proceso de decisión de compra del consumidor y/o usuario, analizando los factores que inciden en el mismo y las tipologías de clientes.			
Criterio de evaluación	Estándar evaluable	Evidencia	Peso 15%
a) Se han identificado los tipos de consumidores, diferenciando el consumidor final o particular y el industrial u organizacional.	Identifica los diferentes tipos de consumidores que existen	Prueba	15%
b) Se ha definido el contenido y los aspectos que comprende el estudio del	Define el comportamiento del consumidor y/o usuario		

comportamiento del consumidor y/o usuario.			
c) Se han definido y clasificado las necesidades del consumidor, teniendo en cuenta el orden jerárquico que se establece a la hora de satisfacerlas.	Define, clasifica y jerarquiza las necesidades del consumidor		
d) Se han clasificado las compras, atendiendo al comportamiento racional o impulsivo del consumidor y/o usuario.	Clasifica los tipos de compras dependiendo del comportamiento del consumidor		
e) Se han identificado las fases del proceso de compra del consumidor final, analizando los factores que determinan su complejidad y duración.	Conoce las fases y los factores del proceso de compra por parte del consumidor		
f) Se han analizado los determinantes internos y externos que influyen en el proceso de decisión de compra de los consumidores y/o usuarios.	Analiza los determinantes internos y externos del proceso de decisión de compra		
g) Se han identificado las fases del proceso de compra del consumidor industrial, comparando el proceso con el del consumidor final.	Identifica las fases del proceso de compra		
h) Se han caracterizado las tipologías de clientes, atendiendo a su comportamiento de compra, su personalidad y sus motivaciones de compra.	Caracteriza, según el comportamiento de compra, los diferentes tipos de clientes		

RA: 2 Define las funciones, conocimientos y perfil de los vendedores y vendedoras, analizando las necesidades de formación, motivación y remuneración del equipo de ventas.

Criterio de evaluación	Estándar evaluable	Evidencia	Peso 15%
a) a) Se han establecido las funciones y responsabilidades de los vendedores y vendedoras en la venta personal.	Reconoce las funciones y responsabilidades de los vendedores en la venta personal	Prueba teórico-práctica	15%
c) Se ha definido el perfil del vendedor o vendedora profesional, analizando las cualidades personales, habilidades profesionales y conocimientos que debe tener un buen vendedor.	Conoce el perfil y cualidades del vendedor profesional		
d) Se han descrito distintos puestos de trabajo de ventas y el perfil de los vendedores y vendedoras más adecuados para los mismos.	Define los puestos de trabajo de ventas y el perfil de los vendedores de los mismos		

e) Se han determinado las necesidades de formación, perfeccionamiento y reciclaje del equipo de vendedores y vendedoras	Conoce las necesidades de formación y reciclaje de los vendedores		
f) Se ha definido el contenido del programa de formación y perfeccionamiento de los vendedores y vendedoras.	Identifica el contenido del programa de formación de los vendedores		
b) Se han clasificado los vendedores y vendedoras en función de las características de la empresa en la que prestan servicios, el tipo de venta que realizan y la naturaleza del producto.	Clasifica los tipos de vendedores atendiendo a múltiples características		
g) Se ha valorado la importancia de la motivación de los vendedores y vendedoras analizando los principales factores motivadores.	Valora la importancia de la motivación en los vendedores		
h) Se han identificado los sistemas de retribución de los vendedores y vendedoras más habituales.	Reconoce los sistemas de retribución de los vendedores		

RA: 3 Organiza el proceso de venta, definiendo las líneas de actuación del vendedor o vendedora o vendedora, de acuerdo con los objetivos fijados en el plan de ventas.

Criterio de evaluación	Estándar evaluable	Evidencia	Peso 15%
a) Se han identificado las funciones del departamento de ventas de una empresa y las responsabilidades del director de ventas.	Identifica las funciones del departamento y el director de ventas de una empresa	Prueba teórico - práctica	10 %
b) Se han diferenciado las formas de organización del departamento de ventas por zonas geográficas, por productos y por clientes, entre otras.	Diferencia las formas de organización del departamento de ventas		
c) Se ha elaborado el programa de ventas del vendedor o vendedora, definiendo sus propios objetivos y el plan de actuación, en función de los objetivos establecidos en el plan de ventas de la empresa.	Elabora el programa de ventas de un vendedor definiendo sus objetivos		
d) Se ha calculado el número de vendedores y vendedoras que se requieren para cumplir los objetivos del plan de ventas de la empresa.	Calcula el número de vendedores requeridos para cumplir un plan de ventas		
e) Se han planificado las visitas a clientes, aplicando las rutas de ventas que permiten optimizar los tiempos	Planifica las visitas de clientes atendiendo a diversos elementos		

del vendedor o vendedora y reducir los costes.			
f) Se ha determinado el número de visitas comerciales que se van a realizar a los clientes reales y potenciales y el tiempo de duración de las visitas.	Determina el número de visitas comerciales que pueden realizar los distintos tipos de clientes.		
g) Se han aplicado técnicas de prospección de clientes, atendiendo a las características del producto/servicio ofertado.	Aplica técnicas de prospección de clientes dependiendo del producto ofertado	Entrega	5%
h) Se ha elaborado el argumentario de ventas, incluyendo los puntos fuertes y débiles del producto, resaltando sus ventajas respecto a los de la competencia y presentando soluciones a los problemas del cliente.	Elabora un argumentario acerca del producto que el vendedor ha de promocionar		

RA: 4 Desarrolla entrevistas con supuestos clientes, utilizando técnicas de venta, negociación y cierre adecuadas, dentro de los límites de actuación establecidos por la empresa.
DUAL. Se trabaja con el alumnado en las prácticas de empresa.

Criterio de evaluación	Estándar evaluable	Evidencia	Peso 10%
a) Se ha preparado la documentación necesaria para realizar una visita comercial, consultando la información de cada cliente en la herramienta de gestión de relaciones con clientes (CRM).	Prepara la documentación necesaria para realizar una visita comercial	Rúbrica tutor laboral. Argumentación y cierre de ventas utilizando comunicación con los clientes	10%
b) Se ha concertado y preparado la entrevista de ventas, adaptando el argumentario a las características, necesidades y potencial de compra de cada cliente, de acuerdo con los objetivos fijados.	Concierta una entrevista de ventas y prepara el material de apoyo necesario, adaptándose a las necesidades de cada cliente		
c) Se ha preparado el material de apoyo y la documentación necesaria.			
d) Se ha realizado la presentación y demostración del producto, utilizando técnicas de venta adecuadas para persuadir al cliente.	Realiza la presentación y demostración del producto y, además, prevé las posibles objeciones del cliente preparando argumentos a las mismas		
e) Se han previsto las posibles objeciones del cliente y se han definido las técnicas y los			

argumentos adecuados para la refutación de las mismas.			
f) Se han utilizado técnicas de comunicación verbal y no verbal en situaciones de venta y relación con el cliente.	Utiliza técnicas de comunicación verbal y no verbal en situaciones de venta		
g) Se ha planificado la negociación de los aspectos y condiciones de la operación que pueden ser objeto de negociación.	Planifica la negociación y condiciones de la operación objeto de estudio		
h) Se han utilizado técnicas para lograr el cierre de la venta y obtener el pedido.	Utiliza técnicas para lograr el cierre de una venta		

RA: 5 Formaliza los contratos de compraventa y otros contratos afines, analizando las cláusulas más habituales de acuerdo con la normativa vigente.

Criterio de evaluación	Estándar evaluable	Evidencia	Peso 15%
a) Se ha interpretado la normativa que regula los contratos de compraventa.	Interpreta la normativa que regula los contratos de compraventa	Prueba	6 %
b) Se ha caracterizado el contrato de compraventa, los elementos que intervienen y los derechos y obligaciones de las partes, analizando su estructura y las cláusulas habituales que se incluyen en el mismo.	Caracteriza el contrato de compraventa, los elementos que intervienen y las obligaciones de las partes que intervienen		
c) Se ha cumplimentado el contrato de compraventa en el que se recogen los acuerdos entre vendedor y comprador, utilizando un procesador de textos.	Cumplimenta el contrato de compraventa que recoge los acuerdos entre el vendedor y el comprador	Entrega	3 %
d) Se ha interpretado la normativa que regula el contrato de compraventa a plazos y los requisitos que se exigen para su formalización.	Interpreta la normativa que regula el contrato de compraventa a plazos	Prueba 5	6 %
e) Se ha caracterizado el contrato de ventas en consignación analizando los casos en que procede su formalización.	Caracteriza el contrato de ventas en consignación		
f) Se ha caracterizado el contrato de suministro, analizando los supuestos en los que se requiere para el abastecimiento de materiales y servicios.	Caracteriza el contrato de suministro, analizando los supuestos que éste requiere		
g) Se han analizado los contratos de leasing y renting como alternativas de	Analiza los contratos de leasing y renting como alternativas de		

adquisición y financiación del inmovilizado de la empresa.	adquisición del inmovilizado de la empresa		

RA: 6. Gestiona la documentación comercial y de pago/cobro de las operaciones de compraventa, cumplimentando los documentos necesarios.

Criterio de evaluación	Estándar evaluable	Evidencia	Peso 15%
a) Se ha gestionado la documentación comercial de diferentes operaciones de venta, desde la recepción del pedido hasta el envío y recepción por parte del cliente.	Gestiona la documentación comercial de diferentes operaciones de venta	Prueba	15 %
b) Se ha establecido el modo de formalizar el pedido por parte del cliente, en ventas a distancia (por catálogo, televenta, teléfono móvil e Internet, entre otros).	Establece el modo de formalizar el pedido por parte del cliente en diferentes tipos de ventas		
c) Se han identificado las distintas formas de pago, analizando el procedimiento y la documentación necesaria en cada caso.	Identifica las distintas formas de pago y cumplimenta la documentación necesaria en cada caso		
d) Se han diferenciado los medios de pago al contado de los aplazados.			
e) Se han comparado los medios y formas de pago, analizando las ventajas y desventajas en términos de coste, seguridad y facilidad de uso.			
f) Se ha cumplimentado la documentación correspondiente a los diferentes medios de pago.			
g) Se han cumplimentado cheques, letras de cambio, pagarés y demás documentación correspondiente a los diferentes medios de pago.			
h) Se ha identificado la documentación correspondiente a las operaciones de endoso, aval y gestión de cobro de medios de pago.	Identifica la documentación correspondiente a las operaciones de endoso, aval y gestión de cobro de medios de pago.		
i) Se han identificado las distintas formas de anticipar el cobro.	Identificado las distintas formas de anticipar el cobro.		

RA: 7 Determina los precios y el importe de las operaciones, aplicando el cálculo comercial en los procesos de venta.

Criterio de evaluación	Estándar evaluable	Evidencia	Peso 15%
a) Se ha calculado el precio de venta del producto, aplicando un cierto margen comercial expresado en forma de porcentaje del precio de coste	Calcula el precio de venta del producto en base al margen comercial y lo expresa en forma de porcentaje del precio de coste o el precio de venta	Prueba teórico - práctica	15 %
b) Se ha calculado el precio de venta del producto, aplicando un margen comercial expresado en forma de un porcentaje sobre el precio de venta.			
c) Se ha determinado el importe total de una operación de venta, aplicando los descuentos y gastos acordados y el IVA correspondiente.	Determina el importe total de una operación de venta		
d) Se ha calculado el interés de diferentes operaciones, definiendo las variables que lo determinan y aplicando un determinado tipo de interés.	Calcula el interés de diferentes operaciones.		
e) Se ha calculado el descuento de diferentes operaciones, aplicando un determinado tipo de descuento.	Calcula el descuento y el efectivo en diferentes tipos de operaciones, cumplimenta las facturas y calcula la comisión resultante.		
f) Se ha calculado el descuento y el efectivo resultante de una remesa de efectos.			
g) Se han cumplimentado facturas de negociación de efectos comerciales, aplicando un determinado tipo de descuento y la correspondiente comisión.			

INFORMACIÓN SOBRE EL PROCESO DE EVALUACIÓN EN LOS CICLOS FORMATIVOS DE GRADO MEDIO Y GRADO SUPERIOR.

Proceso de evaluación en los ciclos formativos de grado medio y superior.

Todos los módulos de los ciclos formativos se rigen por la **Orden de 29 de septiembre de 2010**, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Los porcentajes que corresponden a cada criterio de evaluación en los que se basan los exámenes prácticos, así como el resto de actividades formativas, se encuentran detallados en las programaciones de los distintos módulos, disponibles en la web del centro.

Este proceso de evaluación es válido para todos los módulos profesionales impartidos por el

departamento de Comercio y Marketing.

Aspectos a tener en cuenta:

A) Para superar las pruebas teórico-prácticas:

1. Se necesitará obtener como mínimo una puntuación de **5 puntos, utilizando una evaluación criterial para aprobar cada una de ellas**
2. Si el alumno/a no asiste y presenta documentación justificativa **oficial** (máximo 3 días lectivos tras la falta), podrá realizar de nuevo esa prueba el día fijado para la recuperación de la correspondiente evaluación. Si no superase esta prueba, podría realizar la recuperación de la misma, que se realizaría antes de la celebración de la evaluación correspondiente.
3. Las pruebas teórico-prácticas tienen carácter individual y cualquier ayuda que pudiera tener el alumno/a, ya sea de un compañero/a o a través de algún instrumento de apoyo no permitido, supondrá la retirada de la prueba y su inmediata **anulación**, teniendo que realizarla en el periodo de recuperación de junio el alumnado de primer curso y antes de realizar la evaluación previa del módulo de formación en centros de trabajo, el alumnado de segundo curso.
4. Para superar el módulo se han de aprobar todas las pruebas teórico-prácticas.
5. Se abrirá un plazo de recuperación antes de cada evaluación cuando su calificación criterial sea menor de cinco y para los no presentados según tiempo y forma, y otro plazo de recuperación más adicional en el periodo de recuperación de junio en el caso de que aún no se hubieran superado algunas de las pruebas.

B) Para superar las entregas (actividades, proyectos...):

1. **Para aprobar el módulo deberán estar presentados todas en tiempo y forma y tener una puntuación criterial mínima de 5 puntos en cada una de ellas.**
2. Deben realizarse en clase o en el taller, dentro de la organización normal de las clases. También pueden ser realizadas por el alumnado en casa y colgadas en la plataforma Moodle /Classroom dentro del plazo y forma indicadas.
3. En ningún caso, corresponde al profesor/a la tarea de recordar al alumnado que no haya presentado alguna de sus actividades, proyectos y entregas que proceda a subsanar dicha situación. Se considera que el alumnado, tiene la madurez personal y profesional suficiente como para ser conscientes de lo que no haya entregado puntualmente. El propio alumnado deberá llevar un sistema adecuado de control de esto, así como de las calificaciones obtenidas en las pruebas realizadas a lo largo del curso.
4. Se abrirá un plazo de recuperación antes de cada evaluación cuando su calificación criterial sea menor de cinco y para las no presentadas según tiempo y forma, y otro plazo de recuperación más adicional en el periodo de recuperación de junio en el caso de que aún no se hubieran superado algunas de las entregas.

C) Evaluación continua: de acuerdo con la **Orden de 29 de septiembre de 2010** en su artículo 2.2 la aplicación de la evaluación continua requiere la asistencia regular a clase y participación en las actividades programadas del ciclo formativo, aquellos alumnos/as que incumplan esto no podrán ser evaluados mediante dicha evaluación continua y tendrán que superar **todas las entregas, actividades, proyectos y pruebas teórico-prácticas** directamente en el periodo de recuperaciones de junio.

Concretamente se ha establecido que más de un 20 % de faltas injustificadas del total de horas en un módulo supone la pérdida de la evaluación continua para dicha materia.

D) Evaluación de la formación DUAL: algunos de los resultados de aprendizaje y sus criterios de evaluación para cada uno de los módulos, se imparten/aprenden en las empresas dónde el alumnado realiza las prácticas, para evaluar estos resultados de aprendizaje se tomará en cuenta lo siguiente:

- Se realizará de forma criterial con las rúbricas que los profesores/as de este departamento entregarán a los centros de trabajo que devolverán al centro educativo marcando los grados de desempeño de los criterios de evaluación de los alumnos/as para dichos resultados de aprendizaje.
- El profesor responsable de cada módulo asignará una nota numérica criterial para los criterios de evaluación de dicho resultado de aprendizaje en base a lo marcado por el centro de trabajo para cada alumno.
- Para poder realizar la formación dual en empresa por parte de un alumno/a, este tiene que haber superado el resultado de aprendizaje sobre prevención de riesgos laborales impartido en el primer trimestre del módulo Itinerario Personal para la Empleabilidad I.
- Los resultados de aprendizaje en empresa de cada módulo han de ser superados como cualquier otro para poder aprobar cada uno de los módulos profesionales.
- En base a la Orden EFD/657/2024 y Orden EFD/659/2024 de 25 de junio, por la que se determina el currículo y se regulan determinados aspectos organizativos para los ciclos formativos de grado medio/superior en el ámbito de gestión del Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes, el equipo docente podrá adoptar la decisión de que un o una estudiante no se incorpore al periodo de formación en empresa u organismo equiparado durante el primer curso, cuando la trayectoria del o de la estudiante sea incompatible con el aprovechamiento del periodo de formación en empresa. En tal circunstancia, dicho alumnado desarrollará el primer curso completo en el centro educativo y realizará, durante dicho periodo, actividades complementarias y/o de refuerzo de los resultados de aprendizaje no vinculados a la empresa. Será evaluado por el profesorado responsable de cada módulo y cuya calificación será provisional hasta tanto no desarrolle el periodo en 2º curso, con los resultados de aprendizaje de 1º y 2º curso.
- Concretamente la rúbrica para evaluar este módulo por la empresa es la siguiente:

Ítem (describe detalladamente)	CEV	% RA	Excelente	Muy bien	Aceptable	Mejorable	Muy mejorable
1. El alumno/a se apoya en información sobre los clientes (CRM) para preparar documentación comercial y material de apoyo adaptándose a las necesidades de los clientes.	a,b,c	10 %					
2. El alumno/a realiza la presentación y demostración del producto y, además, prevé las posibles objeciones del cliente preparando argumentos a las mismas.	d,e	30 %					
3. El alumno/a utiliza técnicas de comunicación verbal y no verbal en situaciones de venta	f	30 %					
4. Planifica la negociación y condiciones de la operación objeto de la venta. Tiene claro el objetivo y cierra adecuadamente la misma.	g,h	30 %					

Nota Competencias Personales y Sociales

La participación activa y positiva en clase, muestra de autonomía e interés e iniciativa se evaluarán

mediante registros del profesor que incluyen:

- 1) Participación activa en el desarrollo de las sesiones de clase a modo de intervenciones cuando el profesor las requiera o de manera espontánea
- 2) Recogida en clase de pequeñas preguntas realizadas de manera presencial sin previo aviso sobre contenidos que se imparten en clase

La puntuación en colaboración en actividades grupales se pierde cuando un alumno o alumna no colabora en las entregas en grupo con el resto de sus compañeros/as o simplemente no las realiza o no se presenta a alguna de las exposiciones grupales

La puntuación en actitud correcta ante los miembros de la comunidad educativa se pierde si el alumno obtiene partes de disciplina o falta el respeto a los profesores/as una sola vez

La entrega de trabajos en tiempo y forma solo puntúa a los alumnos/as que entregan todos ellos antes del plazo de entrega establecido por el profesor

Nota para entregas con exposición

En el caso de entregas de tareas con exposición bien sean grupales o individuales, los alumnos que no expongan en el día y horas indicadas (salvo justificación documentada) no superan estas y tendrán que realizar de nuevo la entrega (nuevo trabajo también en el caso de trabajo entregado, pero no expuesto) y también exponerlo/a en el periodo indicado por el profesor para recuperar las entregas suspensas.

Los alumnos que justifiquen esta y entregan en tiempo y forma el trabajo, tendrán la posibilidad de cerrar con el profesor un día y hora para realizar la exposición y si es superada no van con dicha entrega a recuperaciones.

Nota coevaluación de actividades grupales

En las actividades grupales los alumnos reflejarán el trabajo que ha realizado cada uno y su porcentaje de implicación mediante un documento firmado de acuerdo por todos los integrantes del grupo, estos aspectos repercutirán en la nota del trabajo de manera individual para cada alumno/a de manera que se garantice la participación de todos los integrantes del grupo de trabajo.

Periodo entre la 3ª evaluación parcial y la evaluación final

Este periodo que está regulado en la normativa vigente será dedicado prioritariamente a la adquisición de aprendizajes no adquiridos por parte del alumnado con evaluación negativa. Si fuera necesario el profesor planteará actividades de síntesis con el fin de garantizar que el alumnado que no ha superado todos los RAs pueda hacerlo ahora y el poco tiempo disponible en este periodo no sea un inconveniente.

En este periodo el alumno debe realizar aquellas pruebas, proyectos, actividades y prácticas que no hayan superado, no alcanzando sus competencias profesionales, personales y/o sociales previstas ni consiguiendo por tanto los objetivos del módulo.

Una vez realizada la propuesta de nota final del módulo, el alumnado que haya superado el módulo y que deseen mejorar su nota final, deberá realizar la petición en el plazo estimado y aquellas prácticas, pruebas o actividades en las que haya obtenido más baja puntuación y que le serán indicadas (un máximo de 6 evidencias), para decidir cuáles se hacen mantendrán una reunión previa con el profesor.

6.- Medidas de atención al alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo.

Aquellos alumnos que presenten problemas de aprendizaje o algún tipo de deficiencia se les garantizará el acceso a las pruebas de evaluación, proporcionándoles materiales específicos que les facilite la comprensión de los contenidos y realización de prácticas.

Las actividades estarán diseñadas para atender a todo el alumnado, si se detectara cualquier necesidad educativa se dará respuesta de inmediato según el protocolo n.e.a.e. (necesidades específicas de apoyo educativo). Así, nuestra actuación se centrará básicamente en:

- ❖ Atención a la diversidad de ritmos, aptitudes, intereses, expectativas y motivaciones del alumnado. Para dar respuesta a los distintos ritmos de aprendizaje, aptitudes, intereses, expectativas y motivaciones del alumnado al que hemos hecho referencia anteriormente y con los que nos encontramos inevitablemente en todos los cursos, estableceré dos tipos de actividades concretas, unas serán de refuerzo y otras de ampliación:
 - Si se aprecia la existencia de alumnos con un ritmo más acelerado de aprendizaje, se les propondrá **actividades de ampliación**, que generalmente consistirán en la realización de alguna investigación referente a los contenidos que se estén trabajando para motivarlos y que se impliquen en su proceso de enseñanza-aprendizaje.
 - Si se aprecia alumnos con posibles dificultades de aprendizaje (ritmo más lento) o con problemas de motivación o falta de interés, se les propondrá la realización de **actividades de refuerzo**, que los introduzca en los contenidos de la materia y les ayude a seguir el ritmo de la clase con menor dificultad, así como la selección de actividades y el desarrollo de una metodología motivadora y que despierte su interés.
- ❖ Atención a alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo. Se contemplan las siguientes medidas de atención a la diversidad para atender a este alumnado que lo necesite cuando se detecte la necesidad:
 - Situarlo en primera fila o un lugar dónde pueda tener un compañero de apoyo, a no ser que el alumno progrese bien en el sitio dónde se encuentre.
 - Actividades muy pautadas con instrucciones claras y concisas.
 - Supervisión constante: Si la tarea es muy larga fragmentarla. Para facilitar su implicación en las tareas incrementar el número de veces que se supervisa su trabajo. Apoyo en las explicaciones y más atención en su consecución de los estándares.
 - Actividades variadas con diferente nivel de dificultad con intención de desarrollarlas con el alumnado en clase. Para aquellos alumnos/as que no tienen problemas en realizar las actividades básicas propuestas para todos/as, se pueden diseñar actividades más complejas (actividades de ampliación), y, por otra parte, para aquellos/as que se ha detectado que tienen problemas para la consecución de las actividades básicas, se plantea otras más sencillas que presentan menor nivel de dificultad (actividades de refuerzo).
 - Flexibilidad en los tiempos asignados a las actividades en función de las dificultades encontradas por el alumnado.
 - Se podrán crear si se ve conveniente, grupos de cooperación en el que los/as alumnos/as más aventajados orientarán y ayudarán a aquellos/as compañeros/as que necesiten más tiempo y

refuerzo en la ejecución de las tareas, cuando la profesora esté ocupada trabajando con el resto del grupo.

Para concluir, destacar que la planificación de esta programación y su puesta en práctica va a tener en cuenta la diversidad del alumnado y las consiguientes necesidades educativas con el fin de:

- Prevenir la aparición o evitar la consolidación de dificultades de aprendizaje.
- Facilitar el proceso de maduración y autonomía del alumnado.
- Fomentar actitudes de respeto a las diferencias individuales.

7.- Transversalidad.

Expresamente, en nuestra programación estableceremos los siguientes elementos transversales para el fomento y desarrollo de la educación en valores:

- Fomentar el emprendimiento y la innovación.
- La educación moral y cívica: fomentando actitudes de respeto hacia el compañero, otras culturas y tolerancia con otras ideas. Esto se llevará a cabo con actividades en grupo y debate.
- Igualdad entre hombres y mujeres y la diversidad sexual: al tratarse de investigación podemos hacer llegar estudios sobre ello a los alumnos/as
- Las Tics.: la creciente importancia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, conocidas como TIC, que agrupan elementos y técnicas utilizadas en el tratamiento y transmisión de información, en general informática, Internet y telecomunicaciones, con búsqueda de definiciones para términos claves, así como el uso habitual de Moodle.
- Cultura andaluza: siempre que sea posible, con especial hincapié en datos de investigación la cultura empresarial andaluza.
- Libertades individuales (raza, sexo...) al tratarse de investigación podemos hacer llegar estudios sobre ello a los alumnos/as
- Legalidad en el tratamiento de los datos, muy importante en un módulo de investigación.

Los anteriores elementos tendrán su concreción en los contenidos transversales establecidos a través de las unidades didácticas y cuyo fin será la búsqueda de la asimilación y el desarrollo de la educación en los valores seleccionados en nuestro alumnado.

8.- Materiales y recursos didácticos.

Se hace necesario tanto para el profesor como para el alumno disponer continuamente de un dispositivo informático adecuado para trabajar en la plataforma Moodle y realizar trabajos con implicación de TICS

en el campo del Comercio y Marketing. En el centro existen ordenadores portátiles para poder trabajar

A modo de resumen podemos indicar los siguientes:

1. Cuaderno de clase online: los alumnos deberán reflejar en él todas las actividades que se realicen en clase y en casa, de forma ordenada y limpia, y subirlo en la plataforma Moodle en su correspondiente unidad.
2. Recursos impresos: en este curso escolar seguiremos como guía de trabajo el libro, Procesos de venta de la editorial Mc Graw Hill. Complementarán el trabajo diario de clase otros materiales como: libros, prensa, catálogos, tickets, fotocopias. Podemos señalar los apuntes en PDF subidos a la plataforma como una guía para el trabajo diario de clase, sin perder de vista la base de la programación.
3. Encerado: la pizarra será un apoyo a las explicaciones del profesor y para las exposiciones de los alumnos, así como algunas correcciones de ejercicios. Podrá ser una aplicación del ordenador cuando haya videoconferencias.
4. Material audiovisual y visual: actualmente es un recurso importante por la motivación y el interés que suscita en el alumno, por lo que se intentará usar regularmente alguno de los siguientes materiales: fotografías, carteles, proyector/videoproyector, vídeos, programas televisivos, fragmentos de películas, emisiones radiofónicas.
5. Material informático: como parte fundamental de las Nuevas Tecnologías el alumno deberá manejar la herramienta de Internet para realizar diversas actividades de búsqueda de información. En general deberán usar el ordenador para trabajar en la plataforma Moodle, realizar búsquedas de información, actividades, trabajos, etc.

En este módulo además es relevante el uso de programas informáticos asociados los procesos de ventas.

9.- Actividades complementarias y extraescolares.

A lo largo del curso se intentarán adaptar todas las posibles, realizando las charlas de especialistas o de organismos a través de videoconferencia.

No obstante, se llevarán a cabo diferentes visitas a empresas con el fin de observar en la práctica los contenidos vistos en el aula. Así mismo, se recibirán visitas de especialistas en el centro que impartirán charlas y talleres al alumnado relacionados con los contenidos del módulo.

En la siguiente tabla se recogen las planteadas a principio de curso:

Actividad	Temporización
Visitas a comercios y centros comerciales de la zona	Todo el curso
Atención comercial comercios de la zona	Todo el curso
Charlas en diferentes localizaciones	Todo el curso

relacionadas con la materia	
Visita a departamentos de Comercio y Marketing de empresas	Todo el curso
Visita a agencias de publicidad y marketing	Todo el curso

10.- Aportación del módulo al proyecto intermodular

De vital importancia para el proyecto intermodular de segundo curso son los siguientes resultados de aprendizaje:

- RA: 3. Organiza el proceso de venta, definiendo las líneas de actuación del vendedor o vendedora o vendedora, de acuerdo con los objetivos fijados en el plan de ventas.
- RA: 6. Gestiona la documentación comercial y de pago/cobro de las operaciones de compraventa, cumplimentando los documentos necesarios.

El alumno en el proyecto deberá elaborar como eje principal del mismo un plan de marketing que engloba también al resto de conocimientos adquiridos por otros resultados de aprendizaje de otros módulos.

Programación didáctica

Módulo	Gestión de compras (1229)
Ciclo	T.M. Actividades Comerciales
Curso	Segundo
Familia	Comercio y marketing
Profesor/a	José Fernando Pérez Osorio
Curso	2024/25



IES Huerta Alta



Unión Europea

Fondo Social Europeo

"El FSE invierte en tu futuro"



Índice:

1.- Introducción.

2.- Objetivos y Competencias.

3.- Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos.

4.- Metodología.

5.- La evaluación, medios y criterios de calificación.

6.- Medidas para el alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo.

7.- Transversalidad.

8.- Materiales y recursos didácticos.

9.- Actividades complementarias y extraescolares.

10- Aportación del módulo al proyecto intermodular

1.- Introducción

Perfil del alumnado

El alumnado procede del mismo Alhaurín de la Torre y zonas colindantes, enclavado el IES en la Urbanización Fuensanguinea, el municipio limita con Málaga, Cártama, Torremolinos, Mijas, Benalmádena y Alhaurín el Grande.

Sobre el rendimiento académico del alumnado en los ciclos, el alumnado suele dedicar tiempo estudio muy dispar, por ello es importante tener en cuenta los resultados de las evaluaciones iniciales que llevaremos a cabo a principio de curso.

La implicación de las familias y el entorno y su efecto positivo o negativo en la repercusión académica de los alumnos/as no es muy notable para los ciclos de grado medio y prácticamente inexistente para los alumnos de grado superior debido a las edades avanzadas de estos alumnos, no obstante se mantiene tutoría con los mayores de edad y con los tutores legales de los menores de edad durante todo el curso para intentar incentivarlo.

La convivencia en el centro para los ciclos formativos es ejemplar, salvo algún caso atípico los grupos cohesionan bien y el clima es muy bueno.

El centro tiene diversidad de edades y perfiles de alumnado y está muy bien organizado en este aspecto, al ser solo los ciclos destinados al horario de tarde con exclusividad este aspecto de heterogeneidad no influye al normal desarrollo de la convivencia.

Los alumnos/as del ciclo proceden de este mismo centro educativo tras cursar bachillerato, de otros centros de Alhaurín de la Torre, Alhaurín el Grande, Málaga, Fuengirola y Marbella. También existen alumnos/as que han accedido tras cursar el grado medio de Actividades comerciales.

Contexto socio-cultural

La población de Alhaurín de la Torre la componen 45.531 habitantes, los sexos son bastante equiparados 21.153 hombres y 21.378 mujeres, siendo la edad media 39,8 años de manera que no es un núcleo urbano excesivamente envejecido, propio de una ciudad dormitorio a solo unos 16 km de la capital malagueña.

Alhaurín de la Torre es uno de los municipios con más rápido crecimiento de la Costa del Sol, gracias en gran medida a su cercanía a Málaga y a la carretera costera A7 / N-340, así como al entusiasmo de sus habitantes por modernizar su municipio. Se trata de un área progresista que ha aprovechado plenamente las oportunidades comerciales que se le han presentado y que son vitales para el desarrollo profesional de los ciclos de actividades comerciales y marketing y publicidad de nueva implantación en el centro.

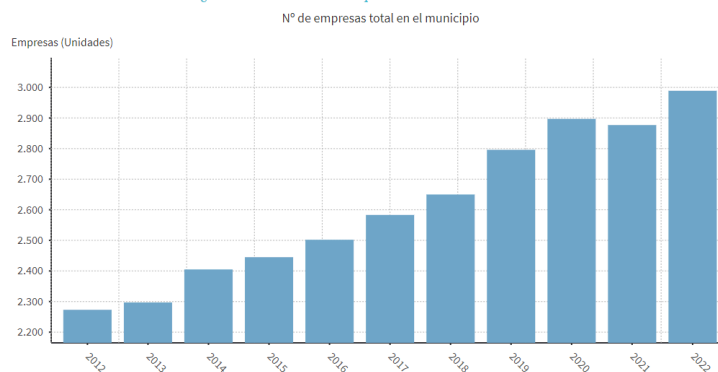
Con respecto a las comunicaciones Alhaurín de la Torre es accesible de las siguientes maneras: por el desvío de la N-340 Málaga-Cádiz: la A-404 dirección a Coín, a través de la autovía Campanillas-Parque Tecnológico sentido Cártama: salida a Churriana. y a través de la hiperronda de Málaga (MA-30), inaugurada en noviembre de 2011 que parte desde el Enlace de las Virreinas a Torremolinos y que conecta con la circunvalación del municipio.

Con respecto al mercado de trabajo el desempleo es de 2.137 mujeres frente a 1.160 hombres, no siendo uno de los municipios dónde existe mayor desigualdad de género en este aspecto. La tasa de paro de un 14 % se sitúa por debajo del 18 % de la capital, no obstante es la quinta con mayor tasa dentro de los municipios de más de 40.000 habitantes de la provincia.

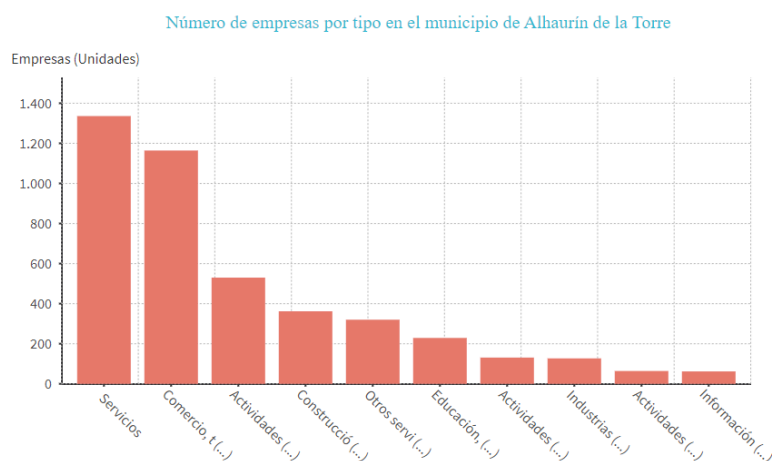
La renta bruta media del municipio ha experimentado crecimientos constantes en los últimos años de manera paralela al crecimiento de la población, siendo la mayor de la comarca del Guadalhorce.

El nivel educativo refleja bajo analafabetismo solo 390 personas según el IAE, y siendo el mayor porcentaje el de personas que tienen la enseñanza secundaria o bachillerato, no existiendo gran número de licenciados (si muchos más diplomados) equiparando las cifras de licenciados a los titulados como técnicos y técnicos superiores de formación profesional.

El número de empresas totales en el municipio ha presentado un ascenso progresivo en los últimos años rozando las 3.000 como puede observarse en el siguiente gráfico (INE).



Del total de empresas de la zona la gran mayoría se dedica a actividades relacionadas con el comercio y los servicios, siendo un dato positivo de cara a la inserción laboral de nuestros ciclos. Además se prevé la apertura en un año de un centro comercial en la localidad que desencadenará centenares de puestos de trabajo de la rama de comercio y marketing



NORMATIVA:

1. Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional
2. Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional.
3. Resolución de 26 de junio de 2024, de la Dirección General de Formación Profesional, por la que se dictan Instrucciones para regular aspectos relativos a la organización y al funcionamiento del curso 2024/2025 en la Comunidad Autónoma de Andalucía
4. Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación

5. 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.
6. Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía.
7. ORDEN de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
8. Real Decreto 39/1997, de 17 de enero por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención.
9. Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas
10. Orden de 28 de julio de 2015, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales.
11. Decreto 327/2010, de 13 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria

2.- Objetivos y Competencias

La **competencia general de este título** consiste en desarrollar actividades de distribución y comercialización de bienes y/o servicios, y en gestionar un pequeño establecimiento comercial, aplicando las normas de calidad y seguridad establecidas y respetando la legislación vigente.

La formación del módulo ayudará a alcanzar los siguientes **objetivos generales del título**, enunciados en el Anexo I de la Orden de 28 de julio de 2015:

- g) Acopiar y procesar datos de previsiones de demanda y compras a proveedores, utilizando tecnologías de la información y comunicación para garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio.
- h) Identificar y elegir los mejores proveedores y/o suministradores, negociando las ofertas y condiciones de suministro para realizar las compras necesarias que mantengan el nivel de servicio establecido en función de la demanda de los clientes o consumidores.
- q) Analizar y utilizar los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación para aprender y actualizar sus conocimientos, reconociendo las posibilidades de mejora profesional y personal, para adaptarse a diferentes situaciones profesionales y laborales.
- r) Desarrollar trabajos en equipo y valorar su organización, participando con tolerancia y respeto, y tomar decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía.
- s) Adoptar y valorar soluciones creativas ante problemas y contingencias que se presentan en el desarrollo de los procesos de trabajo, para resolver de forma responsable las incidencias de su actividad.
- v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al “diseño para todos”.
- w) Aplicar y analizar las técnicas necesarias para mejorar los procedimientos de calidad del trabajo en el proceso de aprendizaje y del sector productivo de referencia.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las **competencias profesionales, personales y sociales** de este título que se relacionan a continuación:

- e) Garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio, previendo las necesidades de compra para mantener el nivel de servicio que requiere la atención a la demanda de los clientes o consumidores.
- m) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.
- n) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.
- ñ) Resolver de forma responsable las incidencias relativas a su actividad, identificando las causas que las provocan, dentro del ámbito de su competencia y autonomía.
- o) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.
- q) Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de “diseño para todos” en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

3.- Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos.

RA 1. Determina las necesidades de compra de un pequeño establecimiento comercial, realizando previsiones de ventas a partir de datos históricos, tendencias, capacidad del punto de venta y rotación, entre otros.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se ha determinado la función de aprovisionamiento dentro de la actividad empresarial. b) Se ha organizado la información recogida diariamente de las ventas realizadas y las existencias de mercaderías en el almacén. c) Se han realizado previsiones de ventas de la tienda, analizando la información recogida y utilizando técnicas de inferencia estadística. d) Se han determinado periodos de mayor y menor de- manda comercial en función de la estacionalidad y de la evolución de la actividad comercial de la zona. e) Se han utilizado hojas de cálculo para comparar las cifras de las ventas previstas y las reales. f) Se han identificado las causas de las posibles desvia- ciones entre las cifras de ventas previstas y las reales. g) Se ha determinado el stock óptimo y el mínimo de cada referencia de mercaderías en función de la demanda, la rotación del producto y la capacidad del almacén. h) Se han identificado los costes principales provocados por la rotura de stocks en el punto de venta. i) Se han identificado los costes de gestión y de almacenamiento generados en el proceso de aprovisionamiento de un establecimiento comercial. j) Se ha realizado la programación de compras de mercaderías con suficiente antelación y periodicidad para asegurar el abastecimiento de la tienda. k) Se ha gestionado el aprovisionamiento atendiendo a criterios de calidad establecidos.	Determinar las necesidades de compra de un pequeño establecimiento comercial: - La función logística en la empresa. El aprovisionamiento. - La previsión de ventas. - Técnicas de inferencia estadística. - Variación de la demanda. Causas y tendencias. - El ciclo de compras. - Stock óptimo y mínimo. - El coste de rotura de stock. - Los costes logísticos. - Indicadores de necesidades de reposición en el punto de venta. - El programa de pedidos. - Calidad total y Just in Time. - Variables de calidad y nivel de servicio.

RA 2. Realiza planes de aprovisionamiento de mercaderías, utilizando técnicas de selección de proveedores que garanticen el suministro permanente y periódico.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se han identificado las necesidades de compra de mercaderías en el entorno de un pequeño establecimiento comercial. b) Se han establecido criterios de selección de proveedores a partir de las fuentes disponibles. c) Se han utilizado aplicaciones ofimáticas, como bases de datos y hojas de cálculo, para seleccionar y/o actualizar la información de proveedores. d) Se han solicitado ofertas a proveedores, distribuidores y distribuidoras comerciales o centrales de compra mediante medios convencionales o telemáticos. e) Se han utilizado técnicas de negociación en la solicitud de ofertas a proveedores, distribuidores y distribuidoras comerciales o centrales de compra, concretando los requisitos necesarios y las condiciones del suministro de mercaderías. f) Se ha determinado la oferta más ventajosa, comparando las condiciones ofrecidas por los proveedores, distribuidores y distribuidoras comerciales o centrales de compra. g) Se ha establecido un procedimiento de comunicación y tramitación de los pedidos a los proveedores, distribuidores y distribuidoras comerciales o centrales de compra. h) Se han determinado los documentos necesarios para formalizar la compra de mercaderías en los que se reflejen las condiciones acordadas y se detalle la responsabilidad de las partes.	Realización de planes de aprovisionamiento de mercaderías: - Determinar las necesidades de compra. Volumen de pedido, plazo de entrega. - Criterios de selección. Económicos, de calidad, entre otros. - Centrales de compra, mayoristas, internet como canal de compra. - Aplicaciones ofimáticas: base de datos, hoja de cálculo - Solicitud de ofertas. - Técnicas de negociación de las condiciones de suministro. - Tácticas de negociación. - Selección de proveedores. Canales de comunicación y tramitación de pedidos. EDI, entre otras.

RA 3. Tramitación la documentación de compra de mercaderías, realizando pedidos, controlando albaranes y haciendo efectivas facturas según los procedimientos seguidos habitualmente con proveedores o centrales de compra.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se han determinado cuáles son los tipos de documentos utilizados en la compra y suministro de mercaderías de pequeños comercios. b) Se han realizado los documentos necesarios en el proceso de compra de mercaderías utilizando aplicaciones ofimáticas. c) Se han identificado los medios de comunicación con proveedores, distribuidores y distribuidoras comerciales o centrales de compra, habituales en el proceso de compra. d) Se han interpretado facturas de proveedores, distribuidores y distribuidoras comerciales o centrales de compra, comprendiendo la responsabilidad que conlleva cada cláusula incluida en ellas. e) Se han determinado los documentos de transporte, notas de gastos en las operaciones de compras a proveedores, distribuidores y distribuidoras comerciales o centrales de compra. f) Se han conservado en soporte informático las facturas electrónicas emitidas por proveedores, distribuidores y distribuidoras comerciales o centrales de compra. g) Se han identificado los medios de pago utilizados habitualmente en las facturas de proveedores, distribuidores y distribuidoras comerciales o centrales de compra.	Tramitación de la documentación de compra de mercaderías: - Pliego de condiciones de aprovisionamiento. - El contrato de suministro. - Gestión administrativa de pedidos. Órdenes de compra y pedido. - Técnicas de comunicación en la tramitación de las compras. Comunicación escrita, verbal, no verbal y telemática. - Albaranes de entrega. El albarán valorado. - El IVA en la factura. Base imponible. Tipos impositivos. Facturación electrónica. - Documentación de compraventa. Nota de gastos, nota de abono, carta de portes Medios de pago. Al contado: efectivo, transferencia, domiciliación bancaria, cheque, tarjeta bancaria. A crédito: letra de cambio, pagaré.

RA 4. Gestiona y controla el proceso de recepción de pedidos, verificándolos de acuerdo con los criterios comerciales establecidos con los proveedores, distribuidores y distribuidoras comerciales o centrales de compra.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se ha comprobado la correspondencia entre el pedido realizado y la mercancía recibida en cuanto a cantidad, plazo de entrega, calidad y precio. b) Se han identificado las posibles incidencias en la recepción del pedido. c) Se ha establecido un procedimiento para la comunicación y resolución de incidencias con el proveedor. d) Se han determinado las herramientas o utensilios necesarios en cada caso para el desembalaje de las mercaderías, previniendo daños o roturas. e) Se han identificado las medidas necesarias que deben tomarse durante el desembalaje de las mercaderías para respetar la normativa vigente de carácter medioambiental. f) Se ha informatizado la recepción de mercaderías, facilitando su posterior almacenamiento y gestión del stock disponible.	Gestión y control del proceso de recepción de pedidos: - La recepción de pedidos. Hoja de recepción. - La inspección de mercaderías. Control documental y físico de las mercancías. - Incidencias en los pedidos. . Medios de comunicación de incidencias. . Cartas de incidencias. De reclamación, de devolución, entre otras. . Resolución de incidencias. - La pérdida desconocida. - Desembalaje de productos. Unpacking. Herramientas de desembalaje. - Logística inversa. - Normativa medioambiental en el desembalaje de mercaderías. Aplicaciones informáticas de gestión de almacenes.

RA 5. Comprueba la idoneidad del surtido implantado en el establecimiento comercial, calculando su rentabilidad y detectando productos caducados, obsoletos y oportunidades de nuevos productos.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se ha calculado la rentabilidad de los productos ofertados, utilizando ratios elementales de las cifras de ventas y márgenes de beneficios. b) Se ha valorado el atractivo de los productos ofertados, entrevistando o encuestando a los clientes. c) Se ha sistematizado la información obtenida sobre nuevas tendencias e innovaciones de productos, acudiendo a ferias sectoriales y consultando publicaciones especializadas, fuentes online y otras fuentes. d) Se ha elaborado un plan de revisión de productos caducados o con riesgo de obsolescencia, analizando las ventas del periodo y la satisfacción de los clientes. e) Se ha elaborado un plan de liquidación de productos, estableciendo las acciones necesarias y los plazos de ejecución. f) Se ha obtenido información comercial dentro de la zona de influencia del comercio de los productos ofertados por la competencia, comparándolos con la propia oferta. g) Se han establecido criterios de incorporación de nuevos productos al surtido, valorando la rentabilidad ofertada y su complementariedad.	Comprobación de la idoneidad de la rentabilidad del surtido implantado: - Índices de gestión de ventas. Objetivos y cálculo. - Rendimiento del lineal. Métodos basados en la cifra de ventas, en el beneficio bruto y en la rotación, entre otros. - Ratios de gestión de productos. . Ratio de productividad del lineal. . Índice de rentabilidad del lineal. . Ratio de beneficio del lineal. . Índice de rentabilidad del lineal desarrollado. - Técnicas de recogida de información. - Seguimiento y análisis del surtido. Análisis. . Análisis ABC, análisis DAFO de referencias, entre otros. . Detección de productos obsoletos y productos poco rentables.

RA 6. Realiza la gestión de compraventa de un establecimiento comercial, utilizando el terminal punto de venta (TPV). **Se impartirá en el módulo de HLC, asociado al módulo de Gestión de Compras**

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se ha instalado el software adecuado en el terminal punto de venta para gestionar las operaciones comerciales de un pequeño establecimiento. b) Se han configurado los periféricos del terminal punto de venta, disponiéndolos de forma ergonómica en el puesto de trabajo. c) Se ha creado una empresa nueva en el terminal punto de venta, configurando todos los parámetros requeridos para su normal funcionamiento. d) Se han dado de alta almacenes, proveedores, artículos y clientes entre otros, introduciendo los datos requeridos en cada caso. e) Se han realizado compras a proveedores siguiendo el proceso completo desde el pedido hasta la contabilización de la factura. f) Se han diseñado promociones de mercaderías recogidas en el terminal punto de venta.	Realización de la gestión de compraventa de un establecimiento comercial: - Software útil para terminales punto de venta. - Configuración de terminales punto de venta. - Periféricos del terminal punto de venta. - Datos necesarios para crear una empresa en el terminal punto de venta. - Alta de almacenes, proveedores, artículos y clientes, entre otros. - Gestión de pedidos, albaranes, facturas y medios de pago en el TPV. - Las promociones con el terminal punto de venta. - El cobro de mercaderías con el terminal punto de venta. Confección de estadísticas e informes de compras, ventas y almacén. Generación de gráficos estadísticos.

Temporalización de los Resultados de Aprendizaje

RESULTADO DE APRENDIZAJE	1T	2T
RA1 Determina las necesidades de compra de un pequeño establecimiento comercial, realizando previsiones de ventas a partir de datos históricos, tendencias, capacidad del punto de venta y rotación, entre otros.	X	
RA2 Realiza planes de aprovisionamiento de mercaderías, utilizando técnicas de selección de proveedores que garanticen el suministro permanente y periódico.	X	
RA3 Tramitación la documentación de compra de mercaderías, realizando pedidos, controlando albaranes y haciendo efectivas facturas según los procedimientos seguidos habitualmente con proveedores o centrales de compra.	X	X
RA4 Gestiona y controla el proceso de recepción de pedidos, verificándolos de acuerdo con los criterios comerciales establecidos con los proveedores, distribuidores y distribuidoras comerciales o centrales de compra.		X
RA5 Comprueba la idoneidad del surtido implantado en el establecimiento comercial, calculando su rentabilidad y detectando productos caducados, obsoletos y oportunidades de nuevos productos.		X
RA6 Realiza la gestión de compraventa de un establecimiento comercial, utilizando el terminal punto de venta (TPV)	X	X

4.- Metodología.

Orientaciones pedagógicas:

Este módulo contiene la formación necesaria para el desempeño de actividades relacionadas con la función de aprovisionar mercaderías en el establecimiento comercial e incluye aspectos como:

- Calcular las estimaciones de ventas futuras.
- Realizar las compras de mercaderías programadas.
- Clasificar y elegir las ofertas de proveedores.
- Realizar contratos de compra o suministro de mercaderías.
- Realizar la comprobación e inspección de mercancías compradas.
- Gestionar las incidencias del aprovisionamiento.
- Detectar productos nuevos y obsoletos del mercado.
- Calcular índices de gestión del establecimiento comercial.
- Realizar planes de liquidación de productos.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- La gestión de compras en empresas de distribución mayoristas, centrales de compras de grandes y medianas superficies y en pequeños establecimientos comerciales.

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

- Determinar las necesidades de compra de un pequeño establecimiento comercial.
- Programar las compras de mercaderías, seleccionando los proveedores adecuados.
- Gestionar y archivar la documentación generada en el proceso de compra o suministro de mercaderías.
- Gestionar la recepción de pedidos de mercaderías.
- Utilizar el terminal punto de venta para mejorar la gestión comercial del pequeño establecimiento comercial.

Se establecerán **estrategias didácticas** de tipo expositivo y de investigación. Para establecerlas, es útil conocer los tipos de aprendizaje según el autor David. P. Ausubel:

- Receptivo. Por explicación del profesor, material impreso, medios audiovisuales.
- Por descubrimiento. Descubre el material por sí mismo: guiado por el profesor en principio y después de manera autónoma.
- Memorístico de conceptos clave en los que después aplicar la práctica.
- Significativo. Relaciona los conceptos nuevos con los poseídos, con la experiencia y modifica esquemas conceptuales. Como el estudio del surtido y su posterior aplicación al lineal o el control de las acciones promocionales una vez entendidas esta

Métodos didácticos:

Aplicación combinada de los siguientes métodos didácticos para el desarrollo de las sesiones

formativas:

- **Método constructivista del aprendizaje**, de forma que el alumnado sea participe del proceso y partiendo de sus conocimientos previos, la investigación personal y/o profesional, el contacto con la realidad de su entorno y las experiencias del grupo clase, puedan plantearse cuestiones de investigación centrándose en el interés del alumnado y que estos se conviertan en participantes totalmente activos de su propia formación. ¿Cómo lo haremos? Gracias a la evaluación inicial del curso y la valoración al final de la unidad de lo que van aprendiendo los alumnos por parte del profesor, poniendo de manifiesto los conocimientos y experiencias previas de los alumnos gracias a la puesta en común mediante actividades, casos prácticos introductorios, vídeos o documentales. Posteriormente se llevarán a cabo tareas de investigación relacionadas con los aspectos que se hayan puesto de manifiesto en la puesta en común, siendo mi labor como profesor orientarlos hacia aquellos aspectos necesarios para la adquisición de las competencias. Durante todas las sesiones el alumnado podrá realizar aportaciones que sirvan para enriquecer el desarrollo de estas y que servirán para profundizar en la unidad, en aspectos concretos de la misma o en su aplicación en el ámbito profesional específico o del entorno. Por ello siempre se hará referencia a los aspectos que ya conocen o hayan trabajado. El objetivo es que el proceso de aprendizaje tenga significado para los alumnos y en todo momento sientan que lo que aprenden les sirve realmente en el entorno donde quieren desarrollarse profesionalmente (aprendizaje significativo).
- **Método de trabajo en grupo**, donde el aprendizaje colaborativo está presente en todo momento. Este método cobra mucha importancia en este módulo donde el alumnado tiene que aprender a dirigir y a formar parte de un equipo para la gestión de eventos de marketing. ¿Cómo lo haremos? Por medio de trabajos con grupos permanentes y esporádicos de carácter heterogéneo, fomentando la interacción entre profesor-alumnos, entre alumnos del mismo grupo, pero también entre alumnos de otros cursos y ciclos, así como con el resto de la comunidad educativa. Para ello se le facilitará herramientas para poder llevar a cabo sus objetivos de forma óptima y favoreciendo las habilidades sociales y emocionales.

Se destaca la configuración de entre grupos heterogéneos de manera que los alumnos puedan aprender unos de otros, fomentando la tutorización entre iguales o la tutorización entre expertos en el caso de que encontremos alumnos especialmente hábiles o conocedores de ciertas disciplinas, tal y como puede ocurrir en un entorno de trabajo real.

Buena parte de los métodos de trabajo serán en grupo, sin embargo, también se trabajará de manera individual en base a poder reconocer el esfuerzo y aprendizaje individual.

- **Método expositivo**, en el que por medio de presentaciones y explicaciones se pueda ayudar al alumnado al inicio de cada acto didáctico sobre los objetivos a alcanzar, conjuntamente con los contenidos específicos a tratar. Igualmente, este método me permitirá resumir y reforzar los puntos esenciales de cada módulo, unidad didáctica o contenidos tratados en el día a día. Muy útil también la resolución de dudas.

Este método expositivo siempre irá acompañado de pequeños ejercicios prácticos que ayuden y hagan participar al alumno, evitando la comunicación unidireccional y que la sesión sea sólo teórica.

Tipos de actividades

Actividades de enseñanza:

Se basan en captar la atención del alumnado en todo momento, explicando los contenidos acercándose a su entorno. Igualmente, y para conseguir autonomía en el desarrollo de sus funciones, se plantean actividades en las que tienen que realizar búsquedas o investigación para encontrar la solución a determinados casos expuestos. La puesta en común de todas las acciones que llevemos a cabo será vital.

Actividades de aprendizaje:

- Actividades de **inicio** como casos prácticos, dinámicas, debates, búsquedas, artículos o lluvias de ideas, vídeos, gamificación...
- Actividades de **desarrollo**: como las demostrativas (docencia directa o visita de expertos), las de investigación y aplicación (actividades de clase, casos prácticos, problemas, retos, trabajos prácticos)
- Actividades de **síntesis** como resúmenes y esquemas, en algunas ocasiones los casos recopilatorios de algunos RA constituyen en sí una actividad de síntesis, así como de relación entre los contenidos de cada RA.
- Actividades **digitales**; Incorporando el uso de las TAC (tecnología aplicada al aprendizaje y el conocimiento), con la utilización de dispositivos digitales (PC). Nuestro alumnado deberá dominar perfectamente las estrategias de búsqueda de información en la red, tanto a lo largo del curso para su aprendizaje como una vez finalizado el curso en su vida laboral, ya que están en contacto directo y continuo con las nuevas tecnologías, principalmente con Internet y su uso en dispositivos, además la mayoría de las actividades evaluables serán seguidas a través de la plataforma **Classroom** del centro. Estas actividades pueden ser de inicio, desarrollo, síntesis, refuerzo o ampliación.
- Actividades de **refuerzo y ampliación**. Las actividades de refuerzo estarán centradas en aquellas capacidades que el alumnado no haya podido conseguir. Las actividades de ampliación estarán enfocadas al alumnado que ha ido adquiriendo las capacidades necesarias durante la unidad y al que se le encomienda la investigación, profundización o resolución de tareas que lograrán enriquecer su conocimiento.

Para alcanzar los objetivos y competencias se desarrollarán las siguientes unidades:

UND	NOMBRE	OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	TEMPORIZACION
1^{er} TRIMESTRE					
1	La gestión de compras en la pequeña empresa	g , h , q , r , s , v , w	RA1	a-k	8 horas
2	Previsión de la demanda y gestión de stocks	g , h , q , r , s , v , w	RA1 RA2	a-k a-h	8 horas
3	El canal de distribución	g , h , q , r , s , v , w	RA2	a-h	8 horas
4	Selección de proveedores	g , h , q , r , s , v , w	RA2	a-h	8 horas
5	El contrato de compraventa	g , h , q , r , s , v , w	RA2	a-h	8 horas
6	Técnicas de comunicación en la tramitación de las compras	g , h , q , r , s , v , w	RA2 RA3	a-h a-g	Para no repetir contenidos se impartirá junto con la unidad 3 del módulo de Servicios de Atención Comercial
7	Documentos relacionados con la compraventa	g , h , q , r , s , v , w	RA3	a-g	16 horas
2^o TRIMESTRE					
8	Los medios de cobro y pago en la compraventa	g , h , q , r , s , v , w	RA3	a-g	16 horas
9	La recepción de pedidos	g , h , q , r , s , v , w	RA4	a-f	8 horas
10	Gestión del surtido	g , h , q , r , s , v , w	RA5	a-g	8 horas
11	Empleo del TPV en la gestión de la compraventa	g , h , q , r , s , v , w	RA6	a-i	Se impartirá en el módulo de HLC, asociado al módulo Gestión de Compras
Total:					84 horas

Planteamiento metodológico y actividades.

Como se ha expuesto anteriormente la programación se ha organizado en 5 unidades didácticas. La duración de cada una de ellas será flexible y estará en función del grado de complejidad de los contenidos y del ritmo de aprendizaje del grupo.

La temporalización de las actividades programadas en cada unidad didáctica variará en función del tipo de actividad, agrupamiento de los alumnos y alumnas y de los recursos utilizados teniendo en cuenta que será necesario adaptar la actividad al tiempo disponible, como es el caso de alguna actividad especial; y si existe alguna salida fuera del centro, actividad que habrá que programar con tiempo.

En cualquier caso, independientemente del número de sesiones de cada unidad de trabajo, el orden metodológico general a seguir será el siguiente:

1. **Introducción** al tema en clase sobre los conceptos, la estructura y procedimientos fundamentales de la unidad didáctica.
2. **Exploración inicial** para determinar qué grado de conocimiento tienen sobre lo que se tratará en la nueva unidad, verificando los conocimientos a través de cuestionarios, debates, gamificaciones.
3. **Desarrollo** de los contenidos. Es deseable que los contenidos sean fáciles de seguir por el alumno, que estén fuertemente estructurados y escritos con un lenguaje sencillo pero preciso. Las palabras y conceptos clave de la unidad didáctica deben señalarse, explicarse y definirse. Al terminar la explicación de cada epígrafe, o aspecto destacado de la unidad didáctica, se debería potenciar la asimilación de conocimientos mediante la realización de ejercicios y actividades prácticas. La explicación del profesor se realizará de forma presencial.
4. Realización de **casos prácticos, simulaciones y actividades** sobre los temas objeto de estudio, lo más cercanos a la realidad, con un grado creciente de dificultad. Se realizarán tareas tanto en clase como en casa y se subirán a la plataforma Classroom para su evaluación. Los casos prácticos de tipo proyecto siempre incluyen un debate con el grupo completo y en ocasiones la presentación al resto de compañeros, cuando el interés didáctico lo requiera.
5. Realización de **trabajos de investigación**, valorando la capacidad de trabajo en equipo y la exposición de resultados en público, así como ser capaces de obtener información relevante y saber utilizarla para diseñar cambios o mejoras en un entorno de trabajo de empresa.
6. **Recuperación, refuerzo y ampliación.** A lo largo de la unidad o después de las mismas para reforzar/ ampliar conocimientos.

5.- La evaluación, medios y criterios de calificación.

Dentro del marco legal de la ORDEN de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía. Se evaluará cada uno de los siguientes resultados de aprendizaje mediante las evidencias descritas en las siguientes tablas:

NOTA: el apartado “Evidencia” puede sufrir modificaciones por el carácter flexible de la programación, según vayan planteándose el curso para adaptarnos al grupo de clase.

NOTA: En el apartado “Evidencia” las entregas se refieren a casos prácticos individuales o grupales, trabajos de exposición o trabajos de investigación, las pruebas son teórica-prácticas y de carácter individual.

RA 1. Determina las necesidades de compra de un pequeño establecimiento comercial, realizando previsiones de ventas a partir de datos históricos, tendencias, capacidad del punto de venta y rotación, entre otros.

Criterio de evaluación	Evidencia	Peso %

- l) Se ha determinado la función de aprovisionamiento dentro de la actividad empresarial.
 - m) Se ha organizado la información recogida diariamente de las ventas realizadas y las existencias de mercaderías en el almacén.
 - n) Se han realizado previsiones de ventas de la tienda, analizando la información recogida y utilizando técnicas de inferencia estadística.
 - o) Se han determinado periodos de mayor y menor demanda comercial en función de la estacionalidad y de la evolución de la actividad comercial de la zona.
 - p) Se han utilizado hojas de cálculo para comparar las cifras de las ventas previstas y las reales.
 - q) Se han identificado las causas de las posibles desviaciones entre las cifras de ventas previstas y las reales.
 - r) Se ha determinado el stock óptimo y el mínimo de cada referencia de mercaderías en función de la demanda, la rotación del producto y la capacidad del almacén.
 - s) Se han identificado los costes principales provocados por la rotura de stocks en el punto de venta.
 - t) Se han identificado los costes de gestión y de almacenamiento generados en el proceso de aprovisionamiento de un establecimiento comercial.
 - u) Se ha realizado la programación de compras de mercaderías con suficiente antelación y periodicidad para asegurar el abastecimiento de la tienda.
 - v) Se ha gestionado el aprovisionamiento atendiendo a criterios de calidad establecidos.
-

Pruebas objetivas

Casos prácticos

Examen de
evaluación

Todos los
criterios de
evaluación
tiene el mismo
valor

RA 2. Realiza planes de aprovisionamiento de mercaderías, utilizando técnicas de selección de proveedores que garanticen el suministro permanente y periódico.

Criterio de evaluación	Evidencia	Peso %
a) Se han identificado las necesidades de compra de mercaderías en el entorno de un pequeño establecimiento comercial.		
b) Se han establecido criterios de selección de proveedores a partir de las fuentes disponibles.		
c) Se han utilizado aplicaciones ofimáticas, como bases de datos y hojas de cálculo, para seleccionar y/o actualizar la información de proveedores.		
d) Se han solicitado ofertas a proveedores, distribuidores y distribuidoras comerciales o centrales de compra mediante medios convencionales o telemáticos.	R.A.	
e) Se han utilizado técnicas de negociación en la solicitud de ofertas a proveedores, distribuidores y distribuidoras comerciales o centrales de compra, concretando los requisitos necesarios y las condiciones del suministro de mercaderías.	Empresa (rúbrica)	Todos los criterios de evaluación tiene el mismo valor)
f) Se ha determinado la oferta más ventajosa, comparando las condiciones ofrecidas por los proveedores, distribuidores y distribuidoras comerciales o centrales de compra.		
g) Se ha establecido un procedimiento de comunicación y tramitación de los pedidos a los proveedores, distribuidores y distribuidoras comerciales o centrales de compra.		
h) Se han determinado los documentos necesarios para formalizar la compra de mercaderías en los que se reflejen las condiciones acordadas y se detalle la responsabilidad de las partes.		

RA 3. Tramitación la documentación de compra de mercaderías, realizando pedidos, controlando albaranes y haciendo efectivas facturas según los procedimientos seguidos habitualmente con proveedores o centrales de compra.

Criterio de evaluación	Evidencia	Peso (15%)
a) Se han determinado cuáles son los tipos de documentos utilizados en la compra y suministro de mercaderías de pequeños comercios. b) Se han realizado los documentos necesarios en el proceso de compra de mercaderías utilizando aplicaciones ofimáticas. c) Se han identificado los medios de comunicación con proveedores, distribuidores y distribuidoras comerciales o centrales de compra, habituales en el proceso de compra. d) Se han interpretado facturas de proveedores, distribuidores y distribuidoras comerciales o centra-les de compra, comprendiendo la responsabilidad que conlleva cada cláusula incluida en ellas. e) Se han determinado los documentos de transporte, notas de gastos en las operaciones de compras a proveedores, distribuidores y distribuidoras comerciales o centrales de compra. f) Se han conservado en soporte informático las facturas electrónicas emitidas por proveedores, distribuidores y distribuidoras comerciales o centrales de compra. g) Se han identificado los medios de pago utilizados habitualmente en las facturas de proveedores, distribuidores y distribuidoras comerciales o centrales de compra.	Pruebas objetivas Casos prácticos Examen de evaluación	Todos los criterios de evaluación tiene el mismo valor

RA 4. Gestiona y controla el proceso de recepción de pedidos, verificándolos de acuerdo con los criterios comerciales establecidos con los proveedores, distribuidores y distribuidoras comerciales o centrales de compra.

Criterio de evaluación	Evidencia	Peso %
g) Se ha comprobado la correspondencia entre el pedido realizado y la mercancía recibida en cuanto a cantidad, plazo de entrega, calidad y precio.	Pruebas objetivas Casos prácticos	Todos los criterios de evaluación tiene el mismo valor
h) Se han identificado las posibles incidencias en la recepción del pedido.		
i) Se ha establecido un procedimiento para la comunicación y resolución de incidencias con el proveedor.	Examen de evaluación	
j) Se han determinado las herramientas o utensilios necesarios en cada caso para el desembalaje de las mercaderías, previniendo daños o roturas.		
k) Se han identificado las medidas necesarias que deben tomarse durante el desembalaje de las mercaderías para respetar la normativa vigente de carácter medioambiental.		
l) Se ha informatizado la recepción de mercaderías, facilitando su posterior almacenamiento y gestión del stock disponible.		

RA 5. Comprueba la idoneidad del surtido implantado en el establecimiento comercial, calculando su rentabilidad y detectando productos caducados, obsoletos y oportunidades de nuevos productos.

Criterio de evaluación	Evidencia	Peso %
a) Se ha calculado la rentabilidad de los productos ofertados, utilizando ratios elementales de las cifras de ventas y márgenes de beneficios. b) Se ha valorado el atractivo de los productos oferta-dos, entrevistando o encuestando a los clientes. c) Se ha sistematizado la información obtenida sobre nuevas tendencias e innovaciones de productos, acudiendo a ferias sectoriales y consultando publicaciones especializadas, fuentes online y otras fuentes. d) Se ha elaborado un plan de revisión de productos caducados o con riesgo de obsolescencia, analizando las ventas del periodo y la satisfacción de los clientes. g) Se ha elaborado un plan de liquidación de productos, estableciendo las acciones necesarias y los plazos de ejecución. h) Se ha obtenido información comercial dentro de la zona de influencia del comercio de los productos ofertados por la competencia, comparándolos con la propia oferta. g) Se han establecido criterios de incorporación de nuevos productos al surtido, valorando la rentabilidad ofertada y su complementariedad.	Pruebas objetivas Casos prácticos Examen de evaluación	Todos los criterios de evaluación tiene el mismo valor

RA 6. Realiza la gestión de compraventa de un establecimiento comercial, utilizando el terminal punto de venta (TPV). **Se impartirá en el módulo de HLC, asociado al módulo de Gestión de Compras**

Criterio de evaluación	Evidencia	Peso %
a) Se ha instalado el software adecuado en el terminal punto de venta para gestionar las operaciones comerciales de un pequeño establecimiento. b) Se han configurado los periféricos del terminal punto de venta, disponiéndolos de forma ergonómica en el puesto de trabajo. c) Se ha creado una empresa nueva en el terminal punto de venta, configurando todos los parámetros requeridos para su normal funcionamiento. f) Se han dado de alta almacenes, proveedores, artículos y clientes entre otros, introduciendo los datos requeridos en cada caso. g) Se han realizado compras a proveedores siguiendo el proceso completo desde el pedido hasta la contabilización de la factura. f) Se han diseñado promociones de mercaderías recogidas en el terminal punto de venta.	Pruebas objetivas Casos prácticos Examen de evaluación	Todos los criterios de evaluación tiene el mismo valor

Ponderación de los resultados de aprendizaje

Resultado de aprendizaje	Ponderación
RA1 Determina las necesidades de compra de un pequeño establecimiento comercial, realizando previsiones de ventas a partir de datos históricos, tendencias, capacidad del punto de venta y rotación, entre otros.	15%
RA2 Realiza planes de aprovisionamiento de mercaderías, utilizando técnicas de selección de proveedores que garanticen el suministro permanente y periódico.	15%
RA3 Tramitación la documentación de compra de mercaderías, realizando pedidos, controlando albaranes y haciendo efectivas facturas según los procedimientos seguidos habitualmente con proveedores o centrales de compra.	20%
RA4 Gestiona y controla el proceso de recepción de pedidos, verificándolos de acuerdo con los criterios comerciales establecidos con los proveedores, distribuidores y distribuidoras comerciales o centrales de compra.	15%
RA5 Comprueba la idoneidad del surtido implantado en el establecimiento comercial, calculando su rentabilidad y detectando productos caducados, obsoletos y oportunidades de nuevos productos.	15%
RA6 Realiza la gestión de compraventa de un establecimiento comercial, utilizando el terminal punto de venta (TPV	20%

PROCESO DE EVALUACIÓN EN LOS CICLOS FORMATIVOS DE GRADO MEDIO Y SUPERIOR.

Todos los módulos de los ciclos formativos se rigen por la **ORDEN de 29 de septiembre de 2010**, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Los porcentajes que corresponden a cada criterio de evaluación en los que se basan los exámenes prácticos así como el resto de actividades formativas, se encuentran detallados en las programaciones de los distintos módulos, disponibles en la web del centro.

Este proceso de evaluación es válido para todos los módulos profesionales impartidos por el departamento de Comercio y Marketing.

Aspectos a tener en cuenta:

A) Para superar las pruebas teórico-prácticas:

1. Se necesitará obtener como mínimo una puntuación de **5 puntos, utilizando una evaluación criterial para aprobar cada una de ellas**

2. Si el alumno/a no asiste y presenta documentación justificativa **oficial** (máximo 3 días lectivos tras la falta), podrá realizar de nuevo esa prueba el día fijado para la recuperación de la correspondiente evaluación. Si no superase esta prueba, podría realizar la recuperación de la misma, que se realizaría antes de la celebración de la evaluación correspondiente.

3. Las pruebas teórico-prácticas tienen carácter individual y cualquier ayuda que pudiera tener el alumno/a, ya sea de un compañero/a o a través de algún instrumento de apoyo no permitido, supondrá la retirada de la prueba y su inmediata **anulación**, teniendo que realizarla en el periodo de recuperación de junio el alumnado de primer curso y antes de realizar la evaluación previa del módulo de formación en centros de trabajo, el alumnado de segundo curso.

4. Para superar el módulo se han de aprobar todas las pruebas teórico-prácticas

5. Se abrirá un plazo de recuperación antes de cada evaluación cuando su calificación criterial sea menor de cinco y para los no presentados según tiempo y forma, y otro plazo de recuperación más adicional en el periodo de recuperación de junio en el caso de que aún no se hubieran superado alguna/s de las pruebas

B) Para superar las entregas (actividades, proyectos...):

1. Para aprobar el módulo deberán estar presentados TODAS en tiempo y forma y tener una puntuación criterial mínima de 5 puntos en cada una de ellas.

2. Deben realizarse en clase o en el taller, dentro de la organización normal de las clases. También pueden ser realizadas por el alumnado en casa y colgadas en la plataforma Moodle /Classroom dentro del plazo y forma indicadas.

3. En ningún caso, corresponde al profesor/a la tarea de recordar al alumnado que no haya presentado alguna de sus actividades, proyectos y entregas que proceda a subsanar dicha situación. Se considera que el alumnado, tiene la madurez personal y profesional suficiente como para ser conscientes de lo que no haya entregado puntualmente. El propio alumnado deberá llevar un sistema adecuado de control de esto, así como de las calificaciones obtenidas en las pruebas realizadas a lo largo del curso.

4. Se abrirá un plazo de recuperación antes de cada evaluación cuando su calificación criterial sea menor de cinco y para las no presentadas según tiempo y forma, y otro plazo de recuperación más adicional en el periodo de recuperación de junio en el caso de que aún no se hubieran superado alguna/s de las entregas.

C) Evaluación continua: de acuerdo con la **ORDEN de 29 de septiembre de 2010** en su artículo 2.2 la aplicación de la evaluación continua requiere la asistencia regular a clase y participación en las actividades programadas del ciclo formativo, aquellos alumnos/as que incumplan esto no podrán ser evaluados mediante dicha evaluación continua y tendrán que superar **TODAS las entregas, actividades, proyectos y pruebas teórico-prácticas** directamente en el periodo de recuperaciones de junio. Concretamente se ha establecido que más de un 20 % de faltas injustificadas del total de horas de un módulo supone la pérdida de la evaluación continua para dicha materia.

Nota Competencias Personales y Sociales

La participación activa y positiva en clase, colaboración y participación en entregas grupales o la entrega de trabajos en tiempo y forma pueden ser evaluados de manera conjunta con los criterios de evaluación de cada uno de los resultados de aprendizaje por el profesor, se trabajan y evalúan en consonancia a estos criterios.

Nota para entregas con exposición

En el caso de entregas de tareas con exposición bien sean grupales o individuales, los alumnos que no expongan en el día y horas indicadas (salvo justificación documentada) no superan estas y tendrán que realizar de nuevo la entrega (nuevo trabajo también en el caso de trabajo entregado pero no expuesto) y también exponerlo/a en el periodo indicado por el profesor para recuperar las entregas suspensas.

Los alumnos que justifiquen esta y entregan en tiempo y forma el trabajo, tendrán la posibilidad de cerrar con el profesor un día y hora para realizar la exposición y si es superada no van con dicha entrega a recuperaciones.

Nota coevaluación de actividades grupales

En las actividades grupales, si algún miembro del grupo lo solicita, los alumnos reflejarán el trabajo que ha realizado cada uno y su porcentaje de implicación mediante un documento firmado de acuerdo por todos los integrantes del grupo, estos aspectos repercutirán en la nota del trabajo de manera individual para cada alumno/a de manera que se garantice la participación de todos los integrantes del grupo de trabajo.

Nota entregas proyectos

El desarrollo de un evento de marketing en el caso de que se desarrolle sobre la misma empresa, marca, producto... de manera continua en varias de las entregas a lo largo del curso, es un trabajo por proyectos esto supone que tras la entrega de una fase los alumnos/as deben corregir sus fallos para poder avanzar a la siguiente fase, en estos casos la no entrega de dos entregas parciales de proyecto o la no corrección de los errores tras dos entregas corregidas por el profesor, conlleva que todas las entregas vinculadas a ese evento (pasadas y futuras) van al periodo de recuperación de la segunda evaluación previa a la FCT (en el caso de que se persista sin subsanar van a junio). En estos trabajos al ser continuos, si son por grupos, un alumno/a tiene la opción de separarse del compañero/a en el caso de que su otro compañero/s no rindan (siempre tiene que quedar constancia en varios documentos de coevaluación de

entregas previas firmadas por todos los miembros del grupo) y depende del avance que lleven estas tareas el profesor decidirá si continúa solo o con otro grupo en las siguientes entregas del mismo.

Periodo entre la 2ª evaluación parcial y la evaluación final

Este periodo que está regulado en la normativa vigente será dedicado prioritariamente a la adquisición de aprendizajes no adquiridos por parte del alumnado con evaluación negativa y que por tanto no van a FCT. El alumno asistirá a la mitad de horas programadas del módulo a clases de apoyo con el profesor para intentar recuperar los RA no superados de cara a la evaluación final del curso.

En este periodo el alumno debe realizar aquellas pruebas, proyectos, actividades y prácticas que no hayan superado, no alcanzando sus competencias profesionales, personales y/o sociales previstas ni consiguiendo por tanto los objetivos del módulo.

Una vez realizada la propuesta de nota final del módulo en junio, los alumnos que hayan superado el módulo y que deseen mejorar su nota final, deberán realizar la petición en el plazo estimado y deberán realizar aquellas prácticas, pruebas o actividades en las que haya obtenido más baja puntuación y que le serán indicadas (un máximo de 6 evidencias), para decidir cuáles se hacen se mantendrá una reunión previa con el profesor.

6.- Medidas de atención al alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo.

Aquellos alumnos que presenten problemas de aprendizaje o algún tipo de deficiencia se les garantizará el acceso a las pruebas de evaluación, proporcionándoles materiales específicos que les facilite la comprensión de los contenidos y realización de prácticas.

Las actividades estarán diseñadas para atender a todo el alumnado, si se detectara cualquier necesidad educativa se dará respuesta de inmediato según el protocolo n.e.a.e. (necesidades específicas de apoyo educativo). Así, nuestra actuación se centrará básicamente en:

- ❖ Atención a la diversidad de ritmos, aptitudes, intereses, expectativas y motivaciones del alumnado. Para dar respuesta a los distintos ritmos de aprendizaje, aptitudes, intereses, expectativas y motivaciones del alumnado al que hemos hecho referencia anteriormente y con los que nos encontramos inevitablemente en todos los cursos, estableceré dos tipos de actividades concretas, unas serán de refuerzo y otras de ampliación:
 - Si se aprecia la existencia de alumnos con un ritmo más acelerado de aprendizaje, se les propondrá **actividades de ampliación**, que generalmente consistirán en la realización de alguna investigación referente a los contenidos que se estén trabajando para motivarlos y que se impliquen en su proceso de enseñanza-aprendizaje.
 - Si se aprecia alumnos con posibles dificultades de aprendizaje (ritmo más lento) o con problemas de motivación o falta de interés, se les propondrá la realización de **actividades de refuerzo**, que los introduzca en los contenidos de la materia y les ayude a seguir el ritmo de la clase con menor dificultad, así como la selección de actividades y el desarrollo de una metodología motivadora y que despierte su interés.
- ❖ Atención a alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo. Se contemplan las siguientes medidas de atención a la diversidad para atender a este alumnado que lo necesite cuando se detecte la necesidad:
 - Situarlo en primera fila o un lugar dónde pueda tener un compañero de apoyo, a no ser que el alumno progrese bien en el sitio dónde se encuentre.
 - Actividades muy pautadas con instrucciones claras y concisas.
 - Supervisión constante: Si la tarea es muy larga fragmentarla. Para facilitar su implicación en las tareas incrementar el número de veces que se supervisa su trabajo. Apoyo en las explicaciones y más atención en su consecución de los estándares.
 - Actividades variadas con diferente nivel de dificultad con intención de desarrollarlas con el alumnado en clase. Para aquellos alumnos/as que no tienen problemas en realizar las actividades básicas propuestas para todos/as, se pueden diseñar actividades más complejas (actividades de ampliación), y, por otra parte, para aquellos/as que se ha detectado que tienen problemas para la consecución de las actividades básicas, se plantea otras más sencillas que presentan menor nivel de dificultad (actividades de

refuerzo).

- Flexibilidad en los tiempos asignados a las actividades en función de las dificultades encontradas por el alumnado.
- Se podrán crear si se ve conveniente, grupos de cooperación en el que los/as alumnos/as más aventajados orientarán y ayudarán a aquellos/as compañeros/as que necesiten más tiempo y refuerzo en la ejecución de las tareas, cuando la profesora esté ocupada trabajando con el resto del grupo.

Para concluir, destacar que la planificación de esta programación y su puesta en práctica va a tener en cuenta la diversidad del alumnado y las consiguientes necesidades educativas con el fin de:

- Prevenir la aparición o evitar la consolidación de dificultades de aprendizaje.
- Facilitar el proceso de maduración y autonomía del alumnado.
- Fomentar actitudes de respeto a las diferencias individuales.

7.- Transversalidad.

Expresamente, en nuestra programación estableceremos los siguientes elementos transversales para el fomento y desarrollo de la educación en valores:

- Fomentar el emprendimiento y la innovación.
- La educación moral y cívica: fomentando actitudes de respeto hacia el compañero, otras culturas y tolerancia con otras ideas. Esto se llevará a cabo con actividades en grupo y debate.
- Las Tics.: la creciente importancia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, conocidas como TIC, que agrupan elementos y técnicas utilizadas en el tratamiento y transmisión de información, en general informática, Internet y telecomunicaciones, con búsqueda de definiciones para términos claves, así como el uso habitual de Moodle.
- Cultura andaluza: siempre que sea posible, con especial hincapié en datos de investigación la cultura empresarial andaluza.

Los anteriores elementos tendrán su concreción en los contenidos transversales establecidos a través de las unidades didácticas y cuyo fin será la búsqueda de la asimilación y el desarrollo de la educación en los valores seleccionados en nuestro alumnado.

8.- Materiales y recursos didácticos.

Se hace necesario tanto para el profesor como para el alumno disponer continuamente de un dispositivo informático adecuado para trabajar en la plataforma Classroom y realizar trabajos con implicación de TICS en el campo del Comercio y Marketing. A modo de resumen podemos indicar los siguientes:

1. Cuaderno de clase online: los alumnos deberán reflejar en él todas las actividades que se realicen en clase y en casa, de forma ordenada y limpia, y subirlo en la plataforma Classroom en su correspondiente unidad.
2. Recursos impresos: complementarán el trabajo diario de clase. Algunos de estos materiales son: libros, prensa, catálogos, tickets, fotocopias. Podemos señalar los apuntes en PDF subidos a la plataforma como una guía para el trabajo diario de clase, sin perder de vista la base de la programación.
3. Encerado: la pizarra será un apoyo a las explicaciones del profesor y para las exposiciones de los alumnos, así como algunas correcciones de ejercicios. Podrá ser una aplicación del ordenador cuando haya videoconferencias.
4. Material audiovisual y visual: actualmente es un recurso importante por la motivación y el interés que suscita en el alumno, por lo que se intentará usar regularmente alguno de los siguientes materiales: fotografías, carteles, proyector/videoprojector, vídeos, programas televisivos, fragmentos de películas, emisiones radiofónicas.
5. Material informático: como parte fundamental de las Nuevas Tecnologías el alumno deberá manejar la herramienta de Internet para realizar diversas actividades de búsqueda de información. En general deberán usar el ordenador para trabajar en la plataforma Classroom, realizar búsquedas de información, actividades, trabajos, etc.

En este módulo además es relevante el uso de programas informáticos asociados al marketing.

9.- Actividades complementarias y extraescolares.

A lo largo del curso se intentarán adaptar todas las posibles, realizando las charlas de especialistas o de organismos a través de videoconferencia.

No obstante, se llevarán a cabo diferentes visitas a empresas con el fin de observar en la práctica los contenidos vistos en el aula. Así mismo, se recibirán visitas de especialistas en el centro que impartirán charlas y talleres al alumnado relacionados con los contenidos del módulo.

En la siguiente tabla se recogen las planteadas a principio de curso:

Actividad	Temporización
Empresas/ Entidades dedicadas al marketing	Todo el curso
Charlas de especialistas del sector en clase	Todo el curso
Charlas en diferentes localizaciones relacionadas con la materia	Todo el curso
Charlas de temáticas transversales	Todo el curso
Charlas sobre Analítica Digital	Todo el curso
Días mundiales señalados	Todo el curso
Visita a departamentos de Comercio y Marketing de empresas	Todo el curso
Visita a agencias de publicidad y marketing	Todo el curso

10.- Aportación del módulo al proyecto intermodular

De vital importancia para el proyecto intermodular de segundo curso son los siguientes resultados de aprendizaje:

- **RA3** Tramitación la documentación de compra de mercaderías, realizando pedidos, controlando albaranes y haciendo efectivas facturas según los procedimientos seguidos habitualmente con proveedores o centrales de compra.

El alumno en el proyecto deberá dentro del proyecto intermodular alguna acción de marketing basada en eventos siguiendo el desarrollo del plan de marketing como eje del proyecto intermodular, así mismo en el desarrollo de las acciones de marketing de este plan se contemplarán acciones de RRPP tales como patrocinios, mecenazgo, notas de prensa...

Programación didáctica

Módulo	Servicios de atención comercial (1234)
Ciclo	T.M. Actividades Comerciales
Curso	Segundo
Familia	Comercio y marketing
Profesor/a	José Fernando Pérez Osorio
Curso	2024/25



IES Huerta Alta



Unión Europea

Fondo Social Europeo
"El FSE invierte en tu futuro"



INDICE

1. INTRODUCCIÓN	3
2. OBJETIVOS Y COMPETENCIAS	6
3. RESUTADOS DE APRENDIZAJE, CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CONTENIDOSS	7
4. METODOLOGÍA	14
5. LA EVALUACIÓN, MEDIOS Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	18
6. MEDIDAS DE ATENCIÓN AL ALUMNADO CON NECESIDADES EDUCATIVA DE APOYO EDUCATIVO	27
7. TRANSVERSALIDAD	29
8. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS	30
9. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES	31
10. APORTACIÓN DEL MÓDULO AL PROYECTO INTERMODULAR	32

1.- Introducción

Perfil del alumnado

El alumnado procede del mismo Alhaurín de la Torre y zonas colindantes, enclavado el IES en la Urbanización Fuensanguinea, el municipio limita con Málaga, Cártama, Torremolinos, Mijas, Benalmádena y Alhaurín el Grande.

Sobre el rendimiento académico del alumnado en los ciclos, el alumnado suele dedicar tiempo estudio muy dispar, por ello es importante tener en cuenta los resultados de las evaluaciones iniciales que llevaremos a cabo a principio de curso.

La implicación de las familias y el entorno y su efecto positivo o negativo en la repercusión académica de los alumnos/as no es muy notable para los ciclos de grado medio y prácticamente inexistente para los alumnos de grado superior debido a las edades avanzadas de estos alumnos, no obstante se mantiene tutoría con los mayores de edad y con los tutores legales de los menores de edad durante todo el curso para intentar incentivarlo.

La convivencia en el centro para los ciclos formativos es ejemplar, salvo algún caso atípico los grupos cohesionan bien y el clima es muy bueno.

El centro tiene diversidad de edades y perfiles de alumnado y está muy bien organizado en este aspecto, al ser solo los ciclos destinados al horario de tarde con exclusividad este aspecto de heterogeneidad no influye al normal desarrollo de la convivencia.

Los alumnos/as del ciclo proceden de este mismo centro educativo tras cursar bachillerato, de otros centros de Alhaurín de la Torre, Alhaurín el Grande, Málaga, Fuengirola y Marbella. También existen alumnos/as que han accedido tras cursar el grado medio de Actividades comerciales.

Contexto socio-cultural

La población de Alhaurín de la Torre la componen 45.531 habitantes, los sexos son bastante equiparados 21.153 hombres y 21.378 mujeres, siendo la edad media 39,8 años de manera que no es un núcleo urbano excesivamente envejecido, propio de una ciudad dormitorio a solo unos 16 km de la capital malagueña.

Alhaurín de la Torre es uno de los municipios con más rápido crecimiento de la Costa del Sol, gracias en gran medida a su cercanía a Málaga y a la carretera costera A7 / N-340, así como al entusiasmo de sus habitantes por modernizar su municipio. Se trata de un área progresista que ha aprovechado plenamente las oportunidades comerciales que se le han presentado y que son vitales para el desarrollo profesional de los ciclos de actividades comerciales y marketing y publicidad de nueva implantación en el centro.

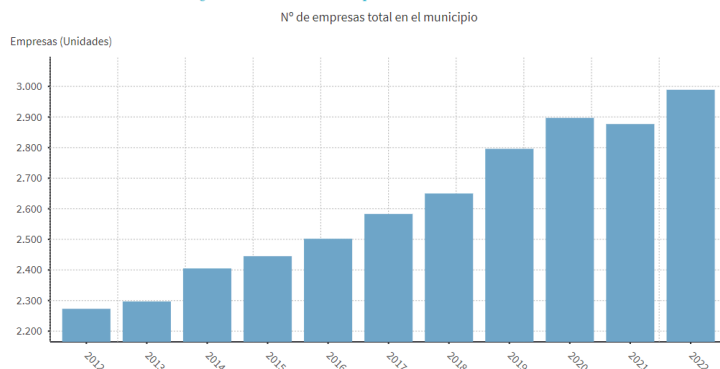
Con respecto a las comunicaciones Alhaurín de la Torre es accesible de las siguientes maneras: por el desvío de la N-340 Málaga-Cádiz: la A-404 dirección a Coín, a través de la autovía Campanillas-Parque Tecnológico sentido Cártama: salida a Churriana. y a través de la hiperronda de Málaga (MA-30), inaugurada en noviembre de 2011 que parte desde el Enlace de las Virreinas a Torremolinos y que conecta con la circunvalación del municipio.

Con respecto al mercado de trabajo el desempleo es de 2.137 mujeres frente a 1.160 hombres, no siendo uno de los municipios dónde existe mayor desigualdad de género en este aspecto. La tasa de paro de un 14 % se sitúa por debajo del 18 % de la capital, no obstante es la quinta con mayor tasa dentro de los municipios de más de 40.000 habitantes de la provincia.

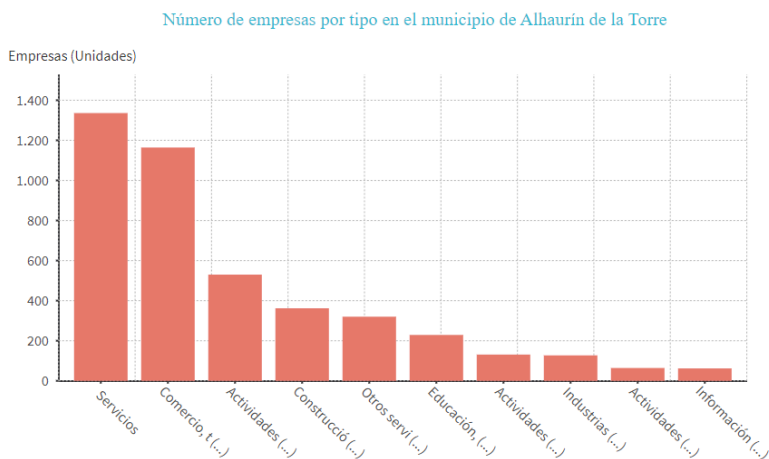
La renta bruta media del municipio ha experimentado crecimientos constantes en los últimos años de manera paralela al crecimiento de la población, siendo la mayor de la comarca del Guadalhorce.

El nivel educativo refleja bajo analafabetismo solo 390 personas según el IAE, y siendo el mayor porcentaje el de personas que tienen la enseñanza secundaria o bachillerato, no existiendo gran número de licenciados (si muchos más diplomados) equiparando las cifras de licenciados a los titulados como técnicos y técnicos superiores de formación profesional.

El número de empresas totales en el municipio ha presentado un ascenso progresivo en los últimos años rozando las 3.000 como puede observarse en el siguiente gráfico (INE).



Del total de empresas de la zona la gran mayoría se dedica a actividades relacionadas con el comercio y los servicios, siendo un dato positivo de cara a la inserción laboral de nuestros ciclos. Además se prevé la apertura en un año de un centro comercial en la localidad que desencadenará centenares de puestos de trabajo de la rama de comercio y marketing



NORMATIVA:

1. Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional
2. Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional.
3. Resolución de 26 de junio de 2024, de la Dirección General de Formación Profesional, por la que se dictan Instrucciones para regular aspectos relativos a la organización y al funcionamiento del curso 2024/2025 en la Comunidad Autónoma de Andalucía
4. Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación

5. 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.
6. Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía.
7. ORDEN de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
8. Real Decreto 39/1997, de 17 de enero por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención.
9. Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas
10. Orden de 28 de julio de 2015, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales.
11. Decreto 327/2010, de 13 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria

2.- Objetivos y Competencias

La **competencia general de este título** consiste en desarrollar actividades de distribución y comercialización de bienes y/o servicios, y en gestionar un pequeño establecimiento comercial, aplicando las normas de calidad y seguridad establecidas y respetando la legislación vigente.

La formación del módulo ayudará a alcanzar los siguientes **objetivos generales del título**, enunciados en el Anexo I de la Orden de 28 de julio de 2015:

- ñ) Seleccionar acciones de información al cliente, asesorándolo con diligencia y cortesía y gestionando en su caso las quejas y reclamaciones presentadas, para ejecutar los planes de atención al cliente.
- q) Analizar y utilizar los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación para aprender y actualizar sus conocimientos, reconociendo las posibilidades de mejora profesional y personal, para adaptarse a diferentes situaciones profesionales y laborales.
- r) Desarrollar trabajos en equipo y valorar su organización, participando con tolerancia y respeto, y tomar decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía.
- s) Adoptar y valorar soluciones creativas ante problemas y contingencias que se presentan en el desarrollo de los procesos de trabajo, para resolver de forma responsable las incidencias de su actividad.
- t) Aplicar técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a su finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia del proceso.
- u) Analizar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional, relacionándolos con las causas que los producen, a fin de fundamentar las medidas preventivas que se van a adoptar, y aplicar los protocolos correspondientes para evitar daños en uno mismo, en las demás personas, en el entorno y en el medio ambiente.
- v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al “diseño para todos”.
- w) Aplicar y analizar las técnicas necesarias para mejorar los procedimientos de calidad del trabajo en el proceso de aprendizaje y del sector productivo de referencia.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las **competencias profesionales, personales y sociales** de este título que se relacionan a continuación:

- j) Ejecutar los planes de atención al cliente, gestionando un sistema de información para mantener el servicio de calidad que garantice el nivel de satisfacción de los clientes, consumidores o usuarios.
- m) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.
- n) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.
- ñ) Resolver de forma responsable las incidencias relativas a su actividad, identificando las causas que las provocan, dentro del ámbito de su competencia y autonomía.

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

q) Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de “diseño para todos” en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

3.- Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos.

RA 1. Desarrolla actividades de atención/información al cliente, procurando transmitir la imagen más adecuada de la empresa u organización.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se han identificado los diferentes tipos de clientes y la forma de atenderlos. b) Se han establecido los objetivos de las relaciones con los clientes, identificando las principales vías de contacto con éstos. c) Se han identificado las funciones del departamento de atención al cliente de distintos tipos de empresas y organizaciones. d) Se han identificado diferentes tipos de organización del departamento de atención al cliente según características de la empresa u organización. e) Se han definido las relaciones del departamento de atención al cliente con el de marketing, el de ventas y otros departamentos de la empresa. f) Se han confeccionado organigramas de empresas comerciales, teniendo en cuenta su tamaño, estructura y actividad. g) Se han diferenciado las áreas de actividad y acciones del servicio de atención al cliente, teniendo en cuenta la legislación vigente. h) Se han identificado las funciones de los contact centers y los servicios que prestan a las empresas u organizaciones.	Desarrollo de actividades de atención/información al cliente: • La atención al cliente en las empresas y organizaciones. • Gestión de las relaciones con clientes. • La identidad corporativa y la imagen de marca. • Servicios de atención al cliente/consumidor/usuario. • El departamento de atención al cliente en las empresas y organizaciones. • Relaciones con otros departamentos de la empresa u organización. • Estructuras organizativas: organigramas. • Tipos de organigramas. Los contact centers. Funciones que desarrollan en la relación con los clientes. Tipología. Servicios que prestan a las empresas.

RA 2. Utiliza técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente/-consumidor/usuario, proporcionando la información solicitada.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se ha descrito el proceso de comunicación, los elementos que intervienen y las barreras y dificultades que pueden surgir en el mismo. b) Se han identificado los canales de comunicación, interna y externa, de las empresas y organizaciones. c) Se han descrito las fases del proceso de información al cliente y las técnicas utilizadas en los diferentes canales de comunicación. d) Se ha solicitado la información requerida por el cliente al departamento u organismo competente, a través de distintos canales de comunicación. e) Se ha facilitado información a supuestos clientes, utilizando la escucha activa y prestando especial atención a la comunicación no verbal. f) Se han mantenido conversaciones telefónicas para informar a supuestos clientes, utilizando actitudes, normas de protocolo y técnicas adecuadas. g) Se han redactado escritos de respuesta a solicitudes de información en situaciones de atención al cliente, aplicando las técnicas adecuadas. h) Se ha utilizado el correo electrónico y la mensajería instantánea para contestar a las consultas de clientes, respetando las normas de protocolo y adoptando una actitud adecuada.	Utilización de técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente: • La comunicación en la empresa. Información y comunicación. • El proceso de comunicación. Elementos, fases y barreras • Tipos de comunicación. • Técnicas de comunicación en situaciones de información al cliente. • Habilidades sociales: la empatía, escucha activa, empatía, entre otras. • La comunicación oral. La comunicación telefónica. La comunicación no verbal. • La comunicación escrita. Cartas comerciales. Comunicaciones formales (instancia, recurso, certificado, declaración y oficio). Informes. Otros documentos. • La comunicación escrita a través de la red (Internet/Intranet). • El correo electrónico. La mensajería instantánea. Comunicación en tiempo real (chat y videoconferencia) y comunicación diferida (foros).

RA 3. Organiza la información relativa a la relación con los clientes, aplicando técnicas de organización y archivo tanto manuales como informáticos.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se han descrito las técnicas de organización y archivo de la información, tanto manuales como informáticas. b) Se han descrito las técnicas más habituales de catalogación y archivo de documentación, analizando sus ventajas e inconvenientes. c) Se han clasificado diferentes tipos de documentación en materia de atención al cliente/consumidor/usuario. d) Se han elaborado, actualizado y consultado bases de datos con la información relativa a los clientes. e) Se han manejado herramientas de gestión de las relaciones con los clientes (CRM), de acuerdo con las especificaciones recibidas. f) Se ha registrado la información relativa a las consultas o solicitudes de los clientes en la herramienta de gestión de las relaciones con clientes. g) Se han aplicado métodos para garantizar la integridad de la información y la protección de datos, de acuerdo con la normativa vigente	Organización de la información relativa a la relación con los clientes: • Técnicas de organización y archivo de documentación. • Sistemas de clasificación, catalogación y archivo de documentos. • Tipos de archivos. • Organización de documentos de atención al cliente. • Ficheros de clientes. • Bases de datos. • Bases de datos documentales. • Herramientas de gestión de las relaciones con clientes (CRM). • Manejo de bases de datos de clientes. • Transmisión de información en la empresa. Elaboración de informes. Normativa legal en materia de protección de datos.

RA 4. Identifica los organismos e instituciones de protección y defensa del consumidor y usuario, analizando las competencias de cada uno de ellos.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se han definido el concepto del consumidor y usuario, diferenciando los consumidores finales y los industriales. b) Se ha identificado la normativa nacional, autonómica y local que regula los derechos del consumidor y usuario. c) Se han identificado las instituciones y organismos, públicos y privados, de protección al consumidor y usuario, describiendo sus competencias. d) Se ha interpretado la normativa aplicable a la gestión de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/ usuario en materia de consumo. e) Se han descrito las fuentes de información que facilitan información fiable en materia de consumo	Identificación de los organismos e instituciones de protección y defensa consumidor y usuario: • Concepto de consumidor y usuario. • Consumidores y usuarios finales e industriales. • Derechos del consumidor. • La defensa del consumidor. Normativa legal. • Instituciones públicas de protección al consumidor. Tipología. Competencias. • Entidades privadas de protección al consumidor. Tipología. Competencias. Fuentes de información en materia de consumo

RA 5. Realiza trámites de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor, aplicando técnicas de comunicación y negociación para su resolución.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se han identificado los tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo. b) Se ha descrito el procedimiento que hay que seguir, así como las fases, la forma y los plazos del proceso de tramitación de las reclamaciones del cliente. c) Se ha informado al cliente de sus derechos y los posibles mecanismos de solución de la reclamación, de acuerdo con la normativa vigente. d) Se ha cumplimentado la documentación necesaria para cursar la reclamación hacia el departamento u organismo competente. e) Se han aplicado técnicas de comunicación en la atención de las quejas y reclamaciones, utilizando la escucha activa, la empatía y la asertividad. f) Se han utilizado técnicas de negociación y actitudes que faciliten el acuerdo para resolver las reclamaciones del cliente. g) Se han identificado y cumplimentado los documentos relativos a la tramitación de las quejas, reclamaciones y denuncias. h) Se ha informado al reclamante de la situación del resultado de la queja o reclamación, de forma oral, escrita o por medios electrónicos	Realización de la tramitación de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor: • Tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales. • Normativa vigente en materia de consumo aplicable a la gestión de reclamaciones y denuncias. • Tramitación y gestión de reclamaciones y denuncias. Fases del proceso. • Procedimiento de recogida de las reclamaciones. • Proceso de tramitación de las reclamaciones. • Las reclamaciones ante la Administración. • Las técnicas de comunicación en situaciones de quejas y reclamaciones. • Tratamiento al cliente ante las quejas y reclamaciones. La escucha activa. La empatía. La asertividad. • La negociación en la resolución de quejas y reclamaciones. • El plan de negociación. Fases: preparación y estrategia, desarrollo y acuerdo. • Técnicas de negociación en las reclamaciones.

RA 6. Colabora en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención al cliente, aplicando técnicas de evaluación y control de la eficacia del servicio.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se han identificado los métodos aplicables para evaluar la eficacia del servicio de atención/información al cliente. b) Se ha realizado el seguimiento del proceso de tramitación de las quejas y reclamaciones, evaluando la forma y los plazos de resolución. c) Se han identificado las principales incidencias y retrasos en el servicio de atención al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones. d) Se han descrito las principales medidas aplicables para solucionar las anomalías detectadas y mejorar la calidad del servicio. e) Se han aplicado técnicas para medir el nivel de satisfacción del cliente y la eficacia del servicio prestado. f) Se han redactado informes con los resultados y conclusiones de la evaluación de la calidad, utilizando herramientas informáticas. g) Se han aplicado las acciones establecidas en el plan de mejora de la calidad del servicio, utilizando aplicaciones informáticas. h) Se han desarrollado las acciones establecidas en el plan de fidelización de clientes, utilizando la información disponible en la herramienta de gestión de las relaciones con los clientes (CRM).	Colaboración en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención al cliente/consumidor/usuario: • Incidencias, anomalías y retrasos en el proceso de atención/información al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones. • Tratamiento de las anomalías. • Procedimientos de evaluación y control del servicio de atención al cliente. • Métodos para medir el nivel de satisfacción del cliente y la eficacia del servicio. • Normativa aplicable en la atención al cliente. • El plan de calidad total del producto o servicio. • Estrategias y técnicas de fidelización de clientes. Programas de fidelización de clientes.

Temporalización de los Resultados de Aprendizaje

RESULTADO DE APRENDIZAJE	1T	2T
1. Desarrolla actividades de atención/información al cliente, procurando transmitir la imagen más adecuada de la empresa u organización.	X	
2. Utiliza técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente/consumidor/usuario, proporcionando la información solicitada.	X	
3. Organiza la información relativa a la relación con los clientes, aplicando técnicas de organización y archivo tanto manuales como informáticos.		X
4. Identifica los organismos e instituciones de protección y defensa del consumidor y usuario, analizando las competencias de cada uno de ellos.	X	
5. Realiza trámites de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor, aplicando técnicas de comunicación y negociación para su resolución.		X
6. Colabora en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención al cliente, aplicando técnicas de evaluación y control de la eficacia del servicio.		X

4.- Metodología.

Orientaciones pedagógicas:

El Módulo de Servicios de Atención Comercial cuenta con un total de 84 horas a impartir a lo largo de 2 trimestres en el 2º Curso del CFGM Técnico en Actividades Comerciales.

El módulo es, por lo tanto, fundamental para futuros profesionales del comercio, conteniendo la formación necesaria para desempeñar las funciones relacionadas con el servicio de atención al cliente y con la gestión de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario, tales como:

- Desarrollo de acciones de información al cliente/consumidor/usuario.
- Organización, tratamiento y archivo de documentación relativa al servicio de atención al cliente.
- Aplicación de técnicas de comunicación en situaciones de información al cliente y gestión de consultas, quejas y reclamaciones.
- Aplicación de técnicas de negociación en situaciones de reclamaciones.
- Aplicación de métodos de evaluación y control de calidad de los servicios de atención/información al cliente/consumidor/usuario.
- Desarrollo de acciones previstas en planes de calidad y mejora del servicio de atención al cliente.
- Desarrollo de acciones previstas en programas de fidelización de clientes.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Los departamentos de atención al cliente/consumidor/usuario de empresas y organizaciones públicas y privadas.

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

Utilización de técnicas de comunicación en situaciones de información y asesoramiento al cliente y en la gestión de quejas y reclamaciones.

- Análisis de consultas y reclamaciones en materia de consumo para establecer las líneas de actuación de acuerdo con la legislación y procedimientos establecidos
- Aplicación de técnicas de negociación en situaciones de reclamación en materia de consumo.
- Tratamiento, organización y archivo de documentación.
- Manejo de bases de datos y herramientas informáticas de gestión de las relaciones con los clientes.
- Aplicación de métodos de evaluación y control de calidad del servicio de atención/información al cliente.
- Elaboración de informes.
- Planteamiento de acciones de fidelización de clientes

Se establecerán **estrategias didácticas** de tipo expositivo y de investigación. Para establecerlas, es útil conocer los tipos de aprendizaje según el autor David. P. Ausubel:

- Receptivo. Por explicación del profesor, material impreso, medios audiovisuales.
- Por descubrimiento. Descubre el material por sí mismo: guiado por el profesor en principio y después de manera autónoma.
- Memorístico de conceptos clave en los que después aplicar la práctica.

- Significativo. Relaciona los conceptos nuevos con los poseídos, con la experiencia y modifica esquemas conceptuales. Como el estudio del surtido y su posterior aplicación al lineal o el control de las acciones promocionales una vez entendidas esta

Métodos didácticos:

Aplicación combinada de los siguientes métodos didácticos para el desarrollo de las sesiones formativas:

- **Método constructivista del aprendizaje**, de forma que el alumnado sea partícipe del proceso y partiendo de sus conocimientos previos, la investigación personal y/o profesional, el contacto con la realidad de su entorno y las experiencias del grupo clase, puedan plantearse cuestiones de investigación centrándose en el interés del alumnado y que estos se conviertan en participantes totalmente activos de su propia formación. ¿Cómo lo haremos? Gracias a la evaluación inicial del curso y la valoración al final de la unidad de lo que van aprendiendo los alumnos por parte del profesor, poniendo de manifiesto los conocimientos y experiencias previas de los alumnos gracias a la puesta en común mediante actividades, casos prácticos introductorios, vídeos o documentales. Posteriormente se llevarán a cabo tareas de investigación relacionadas con los aspectos que se hayan puesto de manifiesto en la puesta en común, siendo mi labor como profesor orientarlos hacia aquellos aspectos necesarios para la adquisición de las competencias. Durante todas las sesiones el alumnado podrá realizar aportaciones que sirvan para enriquecer el desarrollo de estas y que servirán para profundizar en la unidad, en aspectos concretos de la misma o en su aplicación en el ámbito profesional específico o del entorno. Por ello siempre se hará referencia a los aspectos que ya conocen o hayan trabajado. El objetivo es que el proceso de aprendizaje tenga significado para los alumnos y en todo momento sientan que lo que aprenden les sirve realmente en el entorno donde quieren desarrollarse profesionalmente (aprendizaje significativo).
- **Método de trabajo en grupo**, donde el aprendizaje colaborativo está presente en todo momento. Este método cobra mucha importancia en este módulo donde el alumnado tiene que aprender a dirigir y a formar parte de un equipo para la gestión de eventos de marketing. ¿Cómo lo haremos? Por medio de trabajos con grupos permanentes y esporádicos de carácter heterogéneo, fomentando la interacción entre profesor-alumnos, entre alumnos del mismo grupo, pero también entre alumnos de otros cursos y ciclos, así como con el resto de la comunidad educativa. Para ello se le facilitará herramientas para poder llevar a cabo sus objetivos de forma óptima y favoreciendo las habilidades sociales y emocionales.

Se destaca la configuración de entre grupos heterogéneos de manera que los alumnos puedan aprender unos de otros, fomentando la tutorización entre iguales o la tutorización entre expertos en el caso de que encontremos alumnos especialmente hábiles o conocedores de ciertas disciplinas, tal y como puede ocurrir en un entorno de trabajo real.

Buena parte de los métodos de trabajo serán en grupo, sin embargo, también se trabajará de manera individual en base a poder reconocer el esfuerzo y aprendizaje individual.

- **Método expositivo**, en el que por medio de presentaciones y explicaciones se pueda ayudar al alumnado al inicio de cada acto didáctico sobre los objetivos a alcanzar, conjuntamente con los contenidos específicos a tratar. Igualmente, este método me permitirá resumir y reforzar los puntos esenciales de cada módulo, unidad didáctica o contenidos tratados en el día a día. Muy útil también la resolución de dudas.

Este método expositivo siempre irá acompañado de pequeños ejercicios prácticos que ayuden y hagan participar al alumno, evitando la comunicación unidireccional y que la sesión sea sólo teórica.

Tipos de actividades

Actividades de enseñanza:

Se basan en captar la atención del alumnado en todo momento, explicando los contenidos acercándose a su entorno. Igualmente, y para conseguir autonomía en el desarrollo de sus funciones, se plantean actividades en las que tienen que realizar búsquedas o investigación para encontrar la solución a determinados casos expuestos. La puesta en común de todas las acciones que llevemos a cabo será vital.

Actividades de aprendizaje:

- Actividades de **inicio** como casos prácticos, dinámicas, debates, búsquedas, artículos o lluvias de ideas, vídeos, gamificación...
- Actividades de **desarrollo**: como las demostrativas (docencia directa o visita de expertos), las de investigación y aplicación (actividades de clase, casos prácticos, problemas, retos, trabajos prácticos)
- Actividades de **síntesis** como resúmenes y esquemas, en algunas ocasiones los casos recopilatorios de algunos RA constituyen en sí una actividad de síntesis, así como de relación entre los contenidos de cada RA.
- Actividades **digitales**; Incorporando el uso de las TAC (tecnología aplicada al aprendizaje y el conocimiento), con la utilización de dispositivos digitales (PC). Nuestro alumnado deberá dominar perfectamente las estrategias de búsqueda de información en la red, tanto a lo largo del curso para su aprendizaje como una vez finalizado el curso en su vida laboral, ya que están en contacto directo y continuo con las nuevas tecnologías, principalmente con Internet y su uso en dispositivos, además la mayoría de las actividades evaluables serán seguidas a través de la plataforma **Classroom** del centro. Estas actividades pueden ser de inicio, desarrollo, síntesis, refuerzo o ampliación.
- Actividades de **refuerzo y ampliación**. Las actividades de refuerzo estarán centradas en aquellas capacidades que el alumnado no haya podido conseguir. Las actividades de ampliación estarán enfocadas al alumnado que ha ido adquiriendo las capacidades necesarias durante la unidad y al que se le encomienda la investigación, profundización o resolución de tareas que lograrán enriquecer su conocimiento.

Para alcanzar los objetivos y competencias se desarrollarán las siguientes unidades:

UNIDAD	HORAS	TRIMESTRE	RA Y CE _s
UD 1. LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE LAS EMPRESAS	18 horas	PRIMER TRIMESTRE	1. a, b, c, d, e, f 4. a, b, c, d, e
UD 2. COMUNICACIÓN PRESENCIAL EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE	16 horas	SEGUNDO TRIMESTRE	2. a, b, c, d, e, f, g, h
UD 3. COMUNICACION NO PRESENCIAL EN LA ATENCION COMERCIAL	16 horas	PRIMER TRIMESTRE	2. a, b, c, d, e, f, g, h

UD 4. DETECCIÓN, ATENCIÓN Y TRÁMITE DE QUEJAS Y RECLAMACIONES	10 horas	SEGUNDO TRIMESTRE	5. a, b, c, d, e, f, g, h
UD 5. ORGANIZACIÓN Y ARCHIVO DE LA DOCUMENTACIÓN	12 horas	PRIMER TRIMESTRE	3. a, b, c, d, e, f, g
UD 6. CONTROL DE LA CALIDAD Y MEJORA DEL SERVICIO	12 horas	SEGUNDO TRIMESTRE	6. a, b, c, d, e, f, g, h
TOTAL HORAS	84 horas		

Planteamiento metodológico y actividades.

Como se ha expuesto anteriormente la programación se ha organizado en 5 unidades didácticas. La duración de cada una de ellas será flexible y estará en función del grado de complejidad de los contenidos y del ritmo de aprendizaje del grupo.

La temporalización de las actividades programadas en cada unidad didáctica variará en función del tipo de actividad, agrupamiento de los alumnos y alumnas y de los recursos utilizados teniendo en cuenta que será necesario adaptar la actividad al tiempo disponible, como es el caso de alguna actividad especial; y si existe alguna salida fuera del centro, actividad que habrá que programar con tiempo.

En cualquier caso, independientemente del número de sesiones de cada unidad de trabajo, el orden metodológico general a seguir será el siguiente:

1. **Introducción** al tema en clase sobre los conceptos, la estructura y procedimientos fundamentales de la unidad didáctica.
2. **Exploración inicial** para determinar qué grado de conocimiento tienen sobre lo que se tratará en la nueva unidad, verificando los conocimientos a través de cuestionarios, debates, gamificaciones.
3. **Desarrollo** de los contenidos. Es deseable que los contenidos sean fáciles de seguir por el alumno, que estén fuertemente estructurados y escritos con un lenguaje sencillo pero preciso. Las palabras y conceptos clave de la unidad didáctica deben señalarse, explicarse y definirse. Al terminar la explicación de cada epígrafe, o aspecto destacado de la unidad didáctica, se debería potenciar la asimilación de conocimientos mediante la realización de ejercicios y actividades prácticas. La explicación del profesor se realizará de forma presencial.
4. Realización de **casos prácticos, simulaciones y actividades** sobre los temas objeto de estudio, lo más cercanos a la realidad, con un grado creciente de dificultad. Se realizarán tareas tanto en clase como en casa y se subirán a la plataforma Classroom para su evaluación. Los casos prácticos de tipo proyecto siempre incluyen un debate con el grupo completo y en ocasiones la presentación al resto de compañeros, cuando el interés didáctico lo requiera.
5. Realización de **trabajos de investigación**, valorando la capacidad de trabajo en equipo y la exposición de resultados en público, así como ser capaces de obtener información relevante y saber utilizarla para diseñar cambios o mejoras en un entorno de trabajo de empresa.
6. **Recuperación, refuerzo y ampliación**. A lo largo de la unidad o después de las mismas para reforzar/ ampliar conocimientos.

5.- La evaluación, medios y criterios de calificación.

Dentro del marco legal de la ORDEN de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía. Se evaluará cada uno de los siguientes resultados de aprendizaje mediante las evidencias descritas en las siguientes tablas:

NOTA: el apartado “Evidencia” puede sufrir modificaciones por el carácter flexible de la programación, según vayan planteándose el curso para adaptarnos al grupo de clase.

NOTA: En el apartado “Evidencia” las entregas se refieren a casos prácticos individuales o grupales, trabajos de exposición o trabajos de investigación, las pruebas son teórica-prácticas y de carácter individual.

RA 1. Desarrolla actividades de atención/información al cliente, procurando transmitir la imagen más adecuada de la empresa u organización.

Criterios de evaluación	Evidencia	Peso (15%)
a) Se han identificado los diferentes tipos de clientes y la forma de atenderlos.		
b) Se han establecido los objetivos de las relaciones con los clientes, identificando las principales vías de contacto con éstos.		
g) Se han identificado las funciones del departamento de atención al cliente de distintos tipos de empresas y organizaciones.	Pruebas	
h) Se han identificado diferentes tipos de organización del departamento de atención al cliente según características de la empresa u organización.	objetivas	
i) Se han definido las relaciones del departamento de atención al cliente con el de marketing, el de ventas y otros departamentos de la empresa.	Casos prácticos	
j) Se han confeccionado organigramas de empresas comerciales, teniendo en cuenta su tamaño, estructura y actividad.	Examen de evaluación	
	(Todos los criterios de evaluación tienen el mismo valor)	
g) Se han diferenciado las áreas de actividad y acciones del servicio de atención al cliente, teniendo en cuenta la legislación vigente.		
h) Se han identificado las funciones de los contact centers y los servicios que prestan a las empresas u organizaciones.		

RA 2. Utiliza técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente/-consumidor/usuario, proporcionando la información solicitada.

Criterios de evaluación	Evidencia	Peso (20%)
a) Se ha descrito el proceso de comunicación, los elementos que intervienen y las barreras y dificultades que pueden surgir en el mismo. b) Se han identificado los canales de comunicación, interna y externa, de las empresas y organizaciones. c) Se han descrito las fases del proceso de información al cliente y las técnicas utilizadas en los diferentes canales de comunicación. d) Se ha solicitado la información requerida por el cliente al departamento u organismo competente, a través de distintos canales de comunicación. g) Se ha facilitado información a supuestos clientes, utilizando la escucha activa y prestando especial atención a la comunicación no verbal. h) Se han mantenido conversaciones telefónicas para informar a supuestos clientes, utilizando actitudes, normas de protocolo y técnicas adecuadas. g) Se han redactado escritos de respuesta a solicitudes de información en situaciones de atención al cliente, aplicando las técnicas adecuadas. h) Se ha utilizado el correo electrónico y la mensajería instantánea para contestar a las consultas de clientes, respetando las normas de protocolo y adoptando una actitud adecuada.	Pruebas objetivas Casos prácticos Examen de evaluación (Todos los criterios de evaluación tiene el mismo valor)	

RA 3. Organiza la información relativa a la relación con los clientes, aplicando técnicas de organización y archivo tanto manuales como informáticos.

Criterios de evaluación	Evidencia	Peso (15%)
a) Se han descrito las técnicas de organización y archivo de la información, tanto manuales como informáticas.		
b) Se han descrito las técnicas más habituales de catalogación y archivo de documentación, analizando sus ventajas e inconvenientes.		
c) Se han clasificado diferentes tipos de documentación en materia de atención al cliente/consumidor/usuario.	Pruebas objetivas Casos prácticos	
d) Se han elaborado, actualizado y consultado bases de datos con la información relativa a los clientes.	Examen de evaluación	
g) Se han manejado herramientas de gestión de las relaciones con los clientes (CRM), de acuerdo con las especificaciones recibidas.		
h) Se ha registrado la información relativa a las consultas o solicitudes de los clientes en la herramienta de gestión de las relaciones con clientes.		
g) Se han aplicado métodos para garantizar la integridad de la información y la protección de datos, de acuerdo con la normativa vigente		

RA 4. Identifica los organismos e instituciones de protección y defensa del consumidor y usuario, analizando las competencias de cada uno de ellos.

Criterios de evaluación	Evidencia	Peso (15%)
a) Se han definido el concepto del consumidor y usuario, diferenciando los consumidores finales y los industriales.		
b) Se ha identificado la normativa nacional, autonómica y local que regula los derechos del consumidor y usuario.	Pruebas objetivas	(Todo el criterio de evaluación
c) Se han identificado las instituciones y organismos, públicos y privados, de protección al consumidor y usuario, describiendo sus competencias.	Casos prácticos Examen de evaluación	tiene el mismo valor)
d) Se ha interpretado la normativa aplicable a la gestión de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/ usuario en materia de consumo.		
e) Se han descrito las fuentes de información que facilitan información fiable en materia de consumo		

RA 5. Realiza trámites de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor, aplicando técnicas de comunicación y negociación para su resolución.

Criterios de evaluación	Evidencia	Peso (20%)
a) Se han identificado los tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo. b) Se ha descrito el procedimiento que hay que seguir, así como las fases, la forma y los plazos del proceso de tramitación de las reclamaciones del cliente. g) Se ha informado al cliente de sus derechos y los posibles mecanismos de solución de la reclamación, de acuerdo con la normativa vigente. h) Se ha cumplimentado la documentación necesaria para cursar la reclamación hacia el departamento u organismo competente. i) Se han aplicado técnicas de comunicación en la atención de las quejas y reclamaciones, utilizando la escucha activa, la empatía y la asertividad. j) Se han utilizado técnicas de negociación y actitudes que faciliten el acuerdo para resolver las reclamaciones del cliente. g) Se han identificado y cumplimentado los documentos relativos a la tramitación de las quejas, reclamaciones y denuncias. h) Se ha informado al reclamante de la situación del resultado de la queja o reclamación, de forma oral, escrita o por medios electrónicos	Pruebas objetivas Casos prácticos Examen de evaluación	(Todo el criterio de evaluación tiene el mismo valor)

RA 6. Colabora en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención al cliente, aplicando técnicas de evaluación y control de la eficacia del servicio.

Criterios de evaluación	Evidencia	Peso (15%)
a) Se han identificado los métodos aplicables para evaluar la eficacia del servicio de atención/información al cliente. b) Se ha realizado el seguimiento del proceso de tramitación de las quejas y reclamaciones, evaluando la forma y los plazos de resolución. c) Se han identificado las principales incidencias y retrasos en el servicio de atención al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones. g) Se han descrito las principales medidas aplicables para solucionar las anomalías detectadas y mejorar la calidad del servicio. h) Se han aplicado técnicas para medir el nivel de satisfacción del cliente y la eficacia del servicio prestado. i) Se han redactado informes con los resultados y conclusiones de la evaluación de la calidad, utilizando herramientas informáticas. g) Se han aplicado las acciones establecidas en el plan de mejora de la calidad del servicio, utilizando aplicaciones informáticas. h) Se han desarrollado las acciones establecidas en el plan de fidelización de clientes, utilizando la información disponible en la herramienta de gestión de las relaciones con los clientes (CRM).	Pruebas objetivas Casos prácticos Examen de evaluación	(Todo el criterio de evaluación tiene el mismo valor)

PROCESO DE EVALUACIÓN EN LOS CICLOS FORMATIVOS DE GRADO MEDIO Y SUPERIOR.

Todos los módulos de los ciclos formativos se rigen por la **ORDEN de 29 de septiembre de 2010**, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Los porcentajes que corresponden a cada criterio de evaluación en los que se basan los exámenes prácticos así como el resto de actividades formativas, se encuentran detallados en las programaciones de los distintos módulos, disponibles en la web del centro.

Este proceso de evaluación es válido para todos los módulos profesionales impartidos por el departamento de Comercio y Marketing.

Aspectos a tener en cuenta:**A) Para superar las pruebas teórico-prácticas:**

1. Se necesitará obtener como mínimo una puntuación de **5 puntos, utilizando una evaluación criterial para aprobar cada una de ellas**

2. Si el alumno/a no asiste y presenta documentación justificativa **oficial** (máximo 3 días lectivos tras la falta), podrá realizar de nuevo esa prueba el día fijado para la recuperación de la correspondiente evaluación. Si no superase esta prueba, podría realizar la recuperación de la misma, que se realizaría antes de la celebración de la evaluación correspondiente.

3. Las pruebas teórico-prácticas tienen carácter individual y cualquier ayuda que pudiera tener el alumno/a, ya sea de un compañero/a o a través de algún instrumento de apoyo no permitido, supondrá la retirada de la prueba y su inmediata **anulación**, teniendo que realizarla en el periodo de recuperación de junio el alumnado de primer curso y antes de realizar la evaluación previa del módulo de formación en centros de trabajo, el alumnado de segundo curso.

4. Para superar el módulo se han de aprobar todas las pruebas teórico-prácticas

5. Se abrirá un plazo de recuperación antes de cada evaluación cuando su calificación criterial sea menor de cinco y para los no presentados según tiempo y forma, y otro plazo de recuperación más adicional en el periodo de recuperación de junio en el caso de que aún no se hubieran superado alguna/s de las pruebas

B) Para superar las entregas (actividades, proyectos...):

1. Para aprobar el módulo deberán estar presentados TODAS en tiempo y forma y tener una puntuación criterial mínima de 5 puntos en cada una de ellas.

2. Deben realizarse en clase o en el taller, dentro de la organización normal de las clases. También pueden ser realizadas por el alumnado en casa y colgadas en la plataforma Moodle /Classroom dentro del plazo y forma indicadas.

3. En ningún caso, corresponde al profesor/a la tarea de recordar al alumnado que no

haya presentado alguna de sus actividades, proyectos y entregas que proceda a subsanar dicha situación. Se considera que el alumnado, tiene la madurez personal y profesional suficiente como para ser conscientes de lo que no haya entregado puntualmente. El propio alumnado deberá llevar un sistema adecuado de control de esto, así como de las calificaciones obtenidas en las pruebas realizadas a lo largo del curso.

4. Se abrirá un plazo de recuperación antes de cada evaluación cuando su calificación criterial sea menor de cinco y para las no presentadas según tiempo y forma, y otro plazo de recuperación más adicional en el periodo de recuperación de junio en el caso de que aún no se hubieran superado alguna/s de las entregas.

C) Evaluación continua: de acuerdo con la **ORDEN de 29 de septiembre de 2010** en su artículo 2.2 la aplicación de la evaluación continua requiere la asistencia regular a clase y participación en las actividades programadas del ciclo formativo, aquellos alumnos/as que incumplan esto no podrán ser evaluados mediante dicha evaluación continua y tendrán que superar **TODAS las entregas, actividades, proyectos y pruebas teórico-prácticas** directamente en el periodo de recuperaciones de junio. Concretamente se ha establecido que más de un 20 % de faltas injustificadas del total de horas de un módulo supone la pérdida de la evaluación continua para dicha materia.

Nota Competencias Personales y Sociales

La participación activa y positiva en clase, colaboración y participación en entregas grupales o la entrega de trabajos en tiempo y forma pueden ser evaluados de manera conjunta con los criterios de evaluación de cada uno de los resultados de aprendizaje por el profesor, se trabajan y evalúan en consonancia a estos criterios.

Nota para entregas con exposición

En el caso de entregas de tareas con exposición bien sean grupales o individuales, los alumnos que no expongan en el día y horas indicadas (salvo justificación documentada) no superan estas y tendrán que realizar de nuevo la entrega (nuevo trabajo también en el caso de trabajo entregado pero no expuesto) y también exponerlo/a en el periodo indicado por el profesor para recuperar las entregas suspensas.

Los alumnos que justifiquen esta y entregan en tiempo y forma el trabajo, tendrán la posibilidad de cerrar con el profesor un día y hora para realizar la exposición y si es superada no van con dicha entrega a recuperaciones.

Nota coevaluación de actividades grupales

En las actividades grupales, si algún miembro del grupo lo solicita, los alumnos reflejarán el trabajo que ha realizado cada uno y su porcentaje de implicación mediante un documento firmado de acuerdo por todos los integrantes del grupo, estos aspectos repercutirán en la nota del trabajo de manera individual para cada alumno/a de manera que se garantice la participación de todos los integrantes del grupo de trabajo.

Nota entregas proyectos

T.M. ACTIVIDADES COMERCIALES

SERVICIOS DE ATENCIÓN COMERCIAL (1234)

El desarrollo de un evento de marketing en el caso de que se desarrolle sobre la misma empresa, marca, producto... de manera continua en varias de las entregas a lo largo del curso, es un trabajo por proyectos esto supone que tras la entrega de una fase los alumnos/as deben corregir sus fallos para poder avanzar a la siguiente fase, en estos casos la no entrega de dos entregas parciales de proyecto o la no corrección de los errores tras dos tras dos entregas corregidas por el profesor, conlleva que todas las entregas vinculadas a ese evento (pasadas y futuras) van al periodo de recuperación de la segunda evaluación previa a la FCT (en el caso de que se persista sin subsanar van a junio) . En estos trabajos al ser continuos, si son por grupos, un alumno/a tiene la opción de separarse del compañero/a en el caso de que su otro compañero/s no rindan (siempre tiene que quedar constancia en varios documentos de coevaluación de entregas previas firmadas por todos los miembros del grupo) y depende del avance que lleven estas tareas el profesor decidirá si continúa solo o con otro grupo en las siguientes entregas del mismo.

Periodo entre la 2ª evaluación parcial y la evaluación final

Este periodo que está regulado en la normativa vigente será dedicado prioritariamente a la adquisición de aprendizajes no adquiridos por parte del alumnado con evaluación negativa y que por tanto no van a FCT. El alumno asistirá a la mitad de horas programadas del módulo a clases de apoyo con el profesor para intentar recuperar los RA no superados de cara a la evaluación final del curso.

En este periodo el alumno debe realizar aquellas pruebas, proyectos, actividades y prácticas que no hayan superado, no alcanzando sus competencias profesionales, personales y/o sociales previstas ni consiguiendo por tanto los objetivos del módulo.

Una vez realizada la propuesta de nota final del módulo en junio, los alumnos que hayan superado el módulo y que deseen mejorar su nota final, deberán realizar la petición en el plazo estimado y deberán realizar aquellas prácticas, pruebas o actividades en las que haya obtenido más baja puntuación y que le serán indicadas (un máximo de 6 evidencias), para decidir cuáles se hacen se mantendrá una reunión previa con el profesor.

6.- Medidas de atención al alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo.

Aquellos alumnos que presenten problemas de aprendizaje o algún tipo de deficiencia se les garantizará el acceso a las pruebas de evaluación, proporcionándoles materiales específicos que les facilite la comprensión de los contenidos y realización de prácticas.

Las actividades estarán diseñadas para atender a todo el alumnado, si se detectara cualquier necesidad educativa se dará respuesta de inmediato según el protocolo n.e.a.e. (necesidades específicas de apoyo educativo). Así, nuestra actuación se centrará básicamente en:

- ❖ Atención a la diversidad de ritmos, aptitudes, intereses, expectativas y motivaciones del alumnado.
Para dar respuesta a los distintos ritmos de aprendizaje, aptitudes, intereses, expectativas y motivaciones del alumnado al que hemos hecho referencia anteriormente y con los que nos encontramos inevitablemente en todos los cursos, estableceré dos tipos de actividades concretas, unas serán de refuerzo y otras de ampliación:
 - Si se aprecia la existencia de alumnos con un ritmo más acelerado de aprendizaje, se les propondrá **actividades de ampliación**, que generalmente consistirán en la realización de alguna investigación referente a los contenidos que se estén trabajando para motivarlos y que se impliquen en su proceso de enseñanza-aprendizaje.
 - Si se aprecia alumnos con posibles dificultades de aprendizaje (ritmo más lento) o con problemas de motivación o falta de interés, se les propondrá la realización de **actividades de refuerzo**, que los introduzca en los contenidos de la materia y les ayude a seguir el ritmo de la clase con menor dificultad, así como la selección de actividades y el desarrollo de una metodología motivadora y que despierte su interés.
- ❖ Atención a alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo. Se contemplan las siguientes medidas de atención a la diversidad para atender a este alumnado que lo necesite cuando se detecte la necesidad:
 - Situarlo en primera fila o un lugar dónde pueda tener un compañero de apoyo, a no ser que el alumno progrese bien en el sitio dónde se encuentre.
 - Actividades muy pautadas con instrucciones claras y concisas.
 - Supervisión constante: Si la tarea es muy larga fragmentarla. Para facilitar su implicación en las tareas incrementar el número de veces que se supervisa su trabajo. Apoyo en las explicaciones y más atención en su consecución de los estándares.
 - Actividades variadas con diferente nivel de dificultad con intención de desarrollarlas con el alumnado en clase. Para aquellos alumnos/as que no tienen problemas en realizar las actividades básicas propuestas para todos/as, se pueden diseñar actividades más complejas (actividades de ampliación), y, por otra parte, para aquellos/as que se ha detectado que tienen problemas para la consecución de las actividades básicas, se plantea

otras más sencillas que presentan menor nivel de dificultad (actividades de refuerzo).

- Flexibilidad en los tiempos asignados a las actividades en función de las dificultades encontradas por el alumnado.
- Se podrán crear si se ve conveniente, grupos de cooperación en el que los/as alumnos/as más aventajados orientarán y ayudarán a aquellos/as compañeros/as que necesiten más tiempo y refuerzo en la ejecución de las tareas, cuando la profesora esté ocupada trabajando con el resto del grupo.

Para concluir, destacar que la planificación de esta programación y su puesta en práctica va a tener en cuenta la diversidad del alumnado y las consiguientes necesidades educativas con el fin de:

- Prevenir la aparición o evitar la consolidación de dificultades de aprendizaje.
- Facilitar el proceso de maduración y autonomía del alumnado.
- Fomentar actitudes de respeto a las diferencias individuales.

7.- Transversalidad.

Expresamente, en nuestra programación estableceremos los siguientes elementos transversales para el fomento y desarrollo de la educación en valores:

- Fomentar el emprendimiento y la innovación.
- La educación moral y cívica: fomentando actitudes de respeto hacia el compañero, otras culturas y tolerancia con otras ideas. Esto se llevará a cabo con actividades en grupo y debate.
- Las Tics.: la creciente importancia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, conocidas como TIC, que agrupan elementos y técnicas utilizadas en el tratamiento y transmisión de información, en general informática, Internet y telecomunicaciones, con búsqueda de definiciones para términos claves, así como el uso habitual de Moodle.
- Cultura andaluza: siempre que sea posible, con especial hincapié en datos de investigación la cultura empresarial andaluza.

Los anteriores elementos tendrán su concreción en los contenidos transversales establecidos a través de las unidades didácticas y cuyo fin será la búsqueda de la asimilación y el desarrollo de la educación en los valores seleccionados en nuestro alumnado.

8.- Materiales y recursos didácticos.

Se hace necesario tanto para el profesor como para el alumno disponer continuamente de un dispositivo informático adecuado para trabajar en la plataforma Classroom y realizar trabajos con implicación de TICS en el campo del Comercio y Marketing. A modo de resumen podemos indicar los siguientes:

1. Cuaderno de clase online: los alumnos deberán reflejar en él todas las actividades que se realicen en clase y en casa, de forma ordenada y limpia, y subirlo en la plataforma Classroom en su correspondiente unidad.
2. Recursos impresos: complementarán el trabajo diario de clase. Algunos de estos materiales son: libros, prensa, catálogos, tickets, fotocopias. Podemos señalar los apuntes en PDF subidos a la plataforma como una guía para el trabajo diario de clase, sin perder de vista la base de la programación.
3. Encerado: la pizarra será un apoyo a las explicaciones del profesor y para las exposiciones de los alumnos, así como algunas correcciones de ejercicios. Podrá ser una aplicación del ordenador cuando haya videoconferencias.
4. Material audiovisual y visual: actualmente es un recurso importante por la motivación y el interés que suscita en el alumno, por lo que se intentará usar regularmente alguno de los siguientes materiales: fotografías, carteles, proyector/videoprojector, vídeos, programas televisivos, fragmentos de películas, emisiones radiofónicas.
5. Material informático: como parte fundamental de las Nuevas Tecnologías el alumno deberá manejar la herramienta de Internet para realizar diversas actividades de búsqueda de información. En general deberán usar el ordenador para trabajar en la plataforma Classroom, realizar búsquedas de información, actividades, trabajos, etc.

En este módulo además es relevante el uso de programas informáticos asociados al marketing.

9.- Actividades complementarias y extraescolares.

A lo largo del curso se intentarán adaptar todas las posibles, realizando las charlas de especialistas o de organismos a través de videoconferencia.

No obstante, se llevarán a cabo diferentes visitas a empresas con el fin de observar en la práctica los contenidos vistos en el aula. Así mismo, se recibirán visitas de especialistas en el centro que impartirán charlas y talleres al alumnado relacionados con los contenidos del módulo.

En la siguiente tabla se recogen las planteadas a principio de curso:

Actividad	Temporización
Empresas/ Entidades dedicadas al marketing	Todo el curso
Charlas de especialistas del sector en clase	Todo el curso
Charlas en diferentes localizaciones relacionadas con la materia	Todo el curso
Charlas de temáticas transversales	Todo el curso
Charlas sobre Analítica Digital	Todo el curso
Días mundiales señalados	Todo el curso
Visita a departamentos de Comercio y Marketing de empresas	Todo el curso
Visita a agencias de publicidad y marketing	Todo el curso

10.- Aportación del módulo al proyecto intermodular

De vital importancia para el proyecto intermodular de segundo curso son los siguientes resultados de aprendizaje:

RA 2. Utiliza técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente/consumidor/usuario, proporcionando la información solicitada.

El alumno en el proyecto deberá dentro del proyecto intermodular alguna acción de marketing basada en eventos siguiendo el desarrollo del plan de marketing como eje del proyecto intermodular, así mismo en el desarrollo de las acciones de marketing de este plan se contemplarán acciones de RRPP tales como patrocinios, mecenazgo, notas de prensa...

Programación didáctica

Módulo	Gestión de un pequeño comercio (1227)
Ciclo	T.M. Actividades comerciales
Curso	Segundo
Familia	Comercio y marketing
Profesor/a	M^a Teresa Fernández de la Cruz
Curso	2024/25



IES Huerta Alta



Unión Europea

Fondo Social Europeo

"El FSE invierte en tu futuro"



Índice:

1.- Introducción.

2.- Objetivos y Competencias.

3.- Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos.

4.- Metodología.

5.- La evaluación, medios y criterios de calificación.

6.- Medidas para el alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo.

7.- Transversalidad.

8.- Materiales y recursos didácticos.

9.- Actividades complementarias y extraescolares.

1.- Introducción

Perfil del alumnado

El alumnado procede del mismo Alhaurín de la Torre y zonas colindantes, enclavado el IES en la Urbanización Fuensanguinea, el municipio limita con Málaga, Cártama, Torremolinos, Mijas, Benalmádena y Alhaurín el Grande.

Sobre el rendimiento académico del alumnado en el segundo curso del ciclo, teniendo en cuenta los resultados de las evaluaciones iniciales llevadas a cabo a principio de curso, alcanza un nivel medio-alto, como consecuencia de los conocimientos y habilidades adquiridas en el curso anterior. Muestran interés por la finalización positiva del ciclo formativo.

La implicación de las familias y el entorno y su efecto positivo o negativo en la repercusión académica de los alumnos/as de grado medio no es muy notable, al tratarse de un alumnado, básicamente mayor de edad.

La convivencia en el centro para los ciclos formativos es ejemplar, salvo algún caso atípico, los grupos cohesionan bien y el clima es muy bueno.

El centro tiene diversidad de edades y perfiles de alumnado y está muy bien organizado en este aspecto, al ser solo los ciclos destinados al horario de tarde con exclusividad este aspecto de heterogeneidad no influye al normal desarrollo de la convivencia.

Los alumnos/as de este curso proceden de este mismo centro educativo.

Contexto socio-cultural

La población de Alhaurín de la Torre la componen 45.531 habitantes, los sexos son bastante equiparados 21.153 hombres y 21.378 mujeres, siendo la edad media 39,8 años de manera que no es un núcleo urbano excesivamente envejecido, propio de una ciudad dormitorio a solo unos 16 km de la capital malagueña.

Alhaurín de la Torre es uno de los municipios con más rápido crecimiento de la Costa del Sol, gracias en gran medida a su cercanía a Málaga y a la carretera costera A7 / N-340, así como al entusiasmo de sus habitantes por modernizar su municipio. Se trata de un área progresista que ha aprovechado plenamente las oportunidades comerciales que se le han presentado y que son vitales para el desarrollo profesional de los ciclos de actividades comerciales y marketing y publicidad de nueva implantación en el centro.

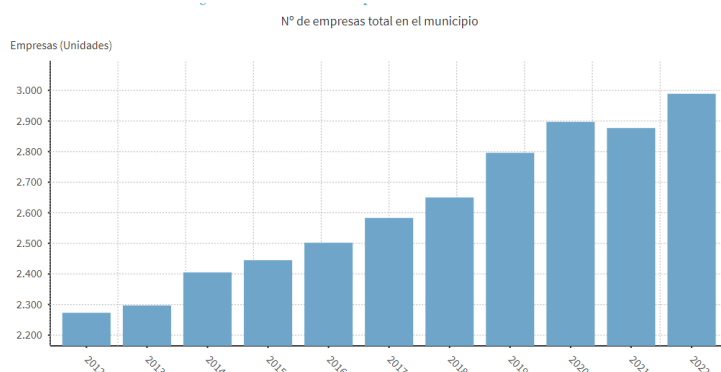
Con respecto a las comunicaciones Alhaurín de la Torre es accesible de las siguientes maneras: por el desvío de la N-340 Málaga-Cádiz: la A-404 dirección a Coín, a través de la autovía Campanillas-Parque Tecnológico sentido Cártama: salida a Churriana. y a través de la hiperronda de Málaga (MA-30), inaugurada en noviembre de 2011 que parte desde el Enlace de las Virreinas a Torremolinos y que conecta con la circunvalación del municipio.

Con respecto al mercado de trabajo el desempleo es de 2.137 mujeres frente a 1.160 hombres, no siendo uno de los municipios donde existe mayor desigualdad de género en este aspecto. La tasa de paro de un 14 % se sitúa por debajo del 18 % de la capital, no obstante, es la quinta con mayor tasa dentro de los municipios de más de 40.000 habitantes de la provincia.

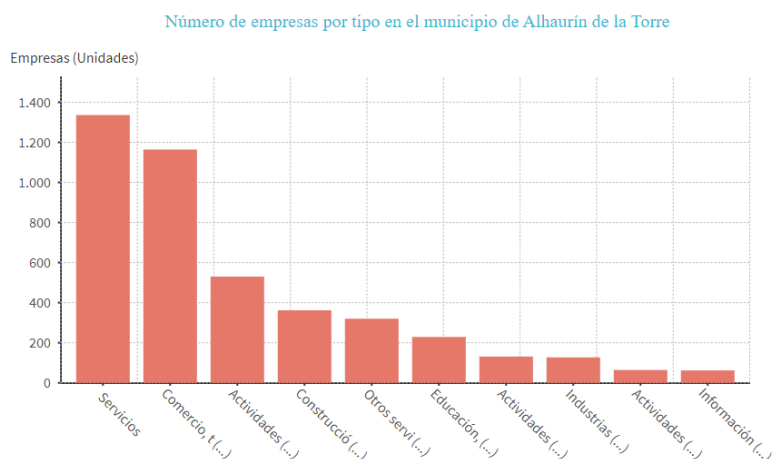
La renta bruta media del municipio ha experimentado crecimientos constantes en los últimos años de manera paralela al crecimiento de la población, siendo la mayor de la comarca del Guadalhorce.

El nivel educativo refleja bajo analfabetismo solo 390 personas según el IAE, y siendo el mayor porcentaje el de personas que tienen la enseñanza secundaria o bachillerato, no existiendo gran número de licenciados (si muchos más diplomados) equiparando las cifras de licenciados a los titulados como técnicos y técnicos superiores de formación profesional.

El número de empresas totales en el municipio ha presentado un ascenso progresivo en los últimos años rozando las 3.000 como puede observarse en el siguiente gráfico (INE).



Del total de empresas de la zona la gran mayoría se dedica a actividades relacionadas con el comercio y los servicios, siendo un dato positivo de cara a la inserción laboral de nuestros ciclos. Además, se prevé la apertura en un año de un centro comercial en la localidad que desencadenará centenares de puestos de trabajo de la rama de comercio y marketing



NORMATIVA:

1. Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional.
2. Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional.
3. Orden EFD/657/2024, de 25 de junio, por la que se determina el currículo y se regulan determinados aspectos organizativos para los ciclos formativos de grado medio en el ámbito de gestión del Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes.
4. Resolución de 26 de junio de 2024, de la Dirección General de Formación Profesional, por la que se dictan Instrucciones para regular aspectos relativos a la organización y al funcionamiento de curso 2024/2025 en la Comunidad Autónoma de Andalucía
5. Real Decreto 499/2024, de 21 de mayo, por el que se modifican determinados reales decretos por los que se establecen títulos de Formación Profesional de grado medio y se fijan sus enseñanzas mínimas.
6. Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación
7. 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
8. Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía.
9. Orden de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
10. Real Decreto 39/1997, de 17 de enero por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención
11. Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas.
12. Corrección de errores del Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas (BOE 12-03- 2012).
13. Orden de 28 de julio de 2015, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales
14. Decreto 327/2010, de 13 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria

2.- Objetivos y Competencias

La **competencia general de este título** consiste en desarrollar actividades de distribución y comercialización de bienes y/o servicios, y en gestionar un pequeño establecimiento comercial, aplicando las normas de calidad y seguridad establecidas y respetando la legislación vigente.

La formación del módulo ayudará a alcanzar los siguientes **objetivos generales del título**,

enunciados en el Anexo I de la Orden de 28 de julio de 2015:

- a) Recabar las iniciativas emprendedoras y buscar las oportunidades de creación de pequeños negocios comerciales al por menor, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos para realizar proyectos de viabilidad de implantación por cuenta propia de negocios comerciales al por menor.
- b) Delimitar las características y cuantía de los recursos económicos necesarios, atendiendo a las características de la tienda y de los productos ofertados para la puesta en marcha de un pequeño negocio al por menor.
- c) Analizar operaciones de compraventa y de cobro y pago, utilizando medios convencionales o electrónicos para administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial.
- q) q) Analizar y utilizar los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación para aprender y actualizar sus conocimientos, reconociendo las posibilidades de mejora profesional y personal, para adaptarse a diferentes situaciones profesionales y laborales.
- r) Desarrollar trabajos en equipo y valorar su organización, participando con tolerancia y respeto, y tomar decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía.
- s) Adoptar y valorar soluciones creativas ante problemas y contingencias que se presentan en el desarrollo de los procesos de trabajo, para resolver de forma responsable las incidencias de su actividad.
- t) Aplicar técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a su finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia del proceso.
- u) Analizar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional, relacionándolos con las causas que los producen, a fin de fundamentar las medidas preventivas que se van adoptar, y aplicar los protocolos correspondientes para evitar daños en uno mismo, en las demás personas, en el entorno y en el medio ambiente.
- v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al “diseño para todos”.
- w) Aplicar y analizar las técnicas necesarias para mejorar los procedimientos de calidad del trabajo en el proceso de aprendizaje y del sector productivo de referencia.
- x) 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.
- y) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las **competencias profesionales, personales y sociales** de este título que se relacionan a continuación:

- m) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.
- n) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.
- ñ) Resolver de forma responsable las incidencias relativas a su actividad, identificando las causas que las provocan, dentro del ámbito de su competencia y autonomía.

- o) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.
- p) Aplicar los protocolos y las medidas preventivas de riesgos laborales y protección ambiental durante el proceso productivo, para evitar daños en las personas y en el entorno laboral y ambiental.
- q) Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de “diseño para todos” en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.
- s) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

3.-Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos.

RA 1. Obtiene información sobre iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de una pequeña empresa, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos.		
	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
	a) Se ha considerado el concepto de cultura emprendedora, valorando su importancia como fuente de creación de empleo y de bienestar social. b) Se ha valorado la importancia de la iniciativa individual, la creatividad, la formación y la colaboración para tener éxito en la actividad emprendedora. c) Se ha reconocido el fenómeno de la responsabilidad social de la empresa y su importancia como elemento de estrategia empresarial. d) Se han identificado prácticas empresariales que incorporan valores éticos, sociales y de respeto al medioambiente. e) Se han descrito individualmente las funciones básicas de la empresa y se han analizado todas en conjunto como un sistema integral. f) Se han identificado los principales elementos del entorno general de la empresa, analizando factores económicos, sociales, demográficos, culturales, tecnológicos, medioambientales y político-legales. g) Se han descrito los factores del microentorno de la empresa, analizando la competencia, proveedores/suministradores, los intermediarios e intermediarias y las instituciones que regulan y/o influyen en el comercio interior. h) Se han identificado las ventajas y fortalezas del comercio de proximidad tradicional frente a las	– La empresa: concepto y elementos de la empresa. – Funciones básicas de la empresa. – La empresa y el empresario. – Clasificación de las empresas atendiendo a distintos criterios. – Características de las pymes. – Factores claves de los emprendedores: iniciativa, creatividad y formación. – El plan de empresa: la idea de negocio. – Análisis del entorno general y específico de una pequeña empresa. – Relaciones de la pyme con su entorno. – Relaciones de la pyme con el conjunto de la sociedad. – Instituciones y organismos competentes en comercio interior. – Características del pequeño comercio de proximidad. – Organismos y entidades públicas y privadas que proporcionan información y orientación a pequeños comercios.

grandes superficies y otras formas de distribución minorista.	

RA 2. Determina la forma jurídica de la empresa y los trámites que se exigen para su creación y puesta en marcha, aplicando la normativa mercantil, laboral y fiscal vigente.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se han identificado las formas jurídicas que puede adoptar una pequeña empresa, analizando características, capital social, número de socios, obligaciones formales y responsabilidad de los socios, entre otras. b) Se han calculado los gastos de constitución y puesta en marcha de la empresa derivados de las distintas formas jurídicas, consultando la legislación vigente. c) Se ha seleccionado la forma jurídica más adecuada, a partir de un estudio comparativo, valorando los costes, los trámites y obligaciones jurídicas y la responsabilidad de los socios. d) Se han determinado los trámites administrativos y jurídicos, las autorizaciones y licencias que se requieren para la apertura y puesta en marcha del comercio y los organismos donde se gestionan y/o tramitan. e) Se ha cumplimentado la documentación que se requiere para la creación y puesta en marcha de la empresa. f) Se ha consultado la normativa nacional, autonómica y local que regula y/o afecta al pequeño comercio. g) Se han identificado las obligaciones mercantiles, laborales y fiscales derivadas del ejercicio de la actividad económica de la empresa. h) Se ha obtenido información sobre posibles ayudas y subvenciones para la creación de una empresa, identificando los requisitos y trámites que se deben realizar.	– La empresa individual. Responsabilidad jurídica y obligaciones formales. – La sociedad mercantil. Tipos de sociedades. – Sociedad anónima. – Sociedad de responsabilidad limitada. – Sociedades laborales: anónima y limitada. – Otras sociedades mercantiles. – Sociedades cooperativas. – Sociedades civiles y comunidades de bienes. – Selección de la forma jurídica adecuada para un pequeño comercio. – Constitución de la empresa: requisitos y obligaciones formales. – Trámites que se deben realizar para la puesta en marcha de la empresa. – La ventanilla única empresarial. – Obligaciones fiscales y laborales de la empresa. – Subvenciones oficiales y ayudas para la constitución y apertura de la empresa.

RA: 3. Elabora un proyecto de creación de un pequeño comercio, delimitando sus características e incluyendo un estudio de viabilidad para la puesta en marcha y sostenibilidad del mismo.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se ha establecido la ubicación y características de la tienda en función de la densidad, diversidad y accesibilidad de su zona de influencia, el tipo de clientes y sus hábitos de compra y los productos que se van a comercializar, entre otras.	– Análisis del macroentorno de la empresa. – Análisis del mercado y del entorno comercial. – Localización, accesibilidad y proximidad al cliente, zona de influencia, perfil de los clientes y competencia.

b) Se han identificado las fortalezas y debilidades personales y las oportunidades y amenazas del entorno, mediante el correspondiente análisis DAFO. c) Se ha definido la oferta comercial o surtido, en función de las oportunidades de negocio, el perfil de los clientes, las tendencias del mercado y la competencia de la zona de influencia, entre otras. d) Se ha elaborado una lista de precios de los productos, aplicando los criterios de fijación de precios establecidos. e) Se ha valorado la posibilidad de contratar empleados en función de las características y necesidades del comercio, calculando los costes y definiendo las funciones que hay que cubrir, el perfil de los candidatos y el procedimiento de selección. f) Se ha incluido un plan de inversiones básico que recoge los activos fijos necesarios, la forma de adquisición y la financiación de los mismos. g) Se ha incluido un estudio de viabilidad económica y financiera del comercio, elaborando una cuenta de resultados básica para dos ejercicios, a partir de la estimación de los ingresos, gastos y costes previstos, los recursos financieros necesarios y calculando ratios económico-financieros. h) Se ha valorado la conveniencia de aplicar innovaciones tecnológicas y de acudir a acciones formativas, analizando los puntos débiles y la relación coste beneficio esperado en cuanto a viabilidad y sostenibilidad del negocio. i) Se ha estudiado la posibilidad de comercialización online y de otras formas de venta a distancia, calculando su coste y teniendo en cuenta las características de los productos, el impacto esperado y los usos y prácticas del sector.	– Métodos y técnicas para seleccionar la ubicación del local comercial. – Análisis interno y externo de la empresa. Análisis DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades). – Estudio del consumidor/cliente. – Definición de las características de la tienda. – Definición de la oferta comercial o surtido de productos. – Precios de venta de los productos: lista de precios de venta al público. – Elaboración del plan de empresa en el que se incluya: el plan de inversiones básico con indicación de los recursos financieros necesarios y el estudio de viabilidad económico-financiera del comercio (cuentas de resultados básicas a partir de la previsión de ingresos, costes y gastos, márgenes y resultados).

RA: 4. Elabora un plan de inversiones básico, identificando los activos fijos que se requieren, su forma de adquisición y los recursos financieros necesarios, en función de las características de la tienda y de los productos que se van a comercializar.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se han determinado las necesidades de la tienda, local, mobiliario, equipos, sistema de cobro y terminal punto de venta, entre otros, en función de la idea de negocio, el tipo de clientes y los productos y servicios que hay que prestar al cliente. b) Se ha determinado la forma de adquisición del local, evaluando las modalidades de compraventa, traspaso o alquiler, a partir del análisis de costes, derechos y obligaciones de cada una de las modalidades. c) Se ha obtenido información sobre servicios bancarios y formas de financiación de las	– Estructura económica y estructura financiera de la empresa. – Fuentes de financiación propia y ajena, interna y externa. – Determinación de las necesidades de inversión para la apertura de la tienda. – Subvenciones oficiales y ayudas financieras a la actividad de una pyme. – Decisión de compra o alquiler del local y otros activos. – Búsqueda de suministradores y solicitud de ofertas y presupuestos.

inversiones y demás operaciones, analizando procedimiento, documentación, requisitos y garantías exigidas para obtener un crédito o un préstamo bancario. d) Se han valorado las opciones de leasing y renting para la adquisición de los equipos, calculando los costes y analizando los requisitos y garantías exigidas. e) Se ha seleccionado la forma de obtención y financiación de los equipos e instalaciones de la tienda, evaluando los costes y los riesgos. f) Se han seleccionado las pólizas de seguros adecuadas, en función de las coberturas necesarias según las contingencias y exigencias legales de la actividad. g) Se ha obtenido información sobre posibles ayudas y subvenciones para la compra del equipamiento de la tienda, identificado los organismos donde se tramitan.	– Presupuestos y condiciones de compra y/o alquiler. – Selección del suministrador más conveniente. – Financiación a largo plazo: préstamos, leasing, renting y otras formas de financiación. Intereses, comisiones y otros gastos. – Financiación a corto plazo: créditos comerciales y aplazamientos de pago, créditos bancarios, negociación de efectos comerciales. Intereses y gastos. – Cálculo de los costes financieros.

RA: 5. Planifica la gestión económica y la tesorería del pequeño comercio, estableciendo el sistema de fijación de precios que garantice su rentabilidad y sostenibilidad en el tiempo.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se han realizado previsiones de la demanda y los ingresos por ventas y de los costes y gastos previstos, a partir de los datos obtenidos de fuentes externas que facilitan información económica del sector y de otros comercios similares. b) Se ha establecido el sistema de fijación de los precios de venta en función de los costes, margen de beneficios, impuestos sobre el consumo, ciclo de vida del producto, precios de la competencia, diferenciación del producto y percepción del valor de los clientes, entre otros. c) Se han establecido los plazos, forma y medios de pago, descuentos y facilidades de pago a los clientes, en función de la capacidad financiera de la empresa, las características del producto, el tipo de clientes y los usos y prácticas del sector. d) Se ha elaborado el calendario de cobros y pagos previstos, en función de las necesidades, compromisos y obligaciones de pago del pequeño comercio y asegurando la disponibilidad de efectivo en caja diariamente. e) Se ha previsto el sistema para comprobar periódica y sistemáticamente la liquidez de la tienda, ajustando los compromisos de pago y las estimaciones de cobro. f) Se han calculado los costes financieros y los riesgos de gestión de cobro y de negociación de efectos comerciales.	– Previsión de la demanda. – Previsión de ingresos y gastos. – Elaboración de presupuestos. – Fijación de los precios de venta atendiendo a distintos criterios. – Cálculo de los precios de venta en función de costes y margen comercial, entre otros. – Cálculo del punto muerto o umbral de rentabilidad. – Evaluación de inversiones y cálculo de la rentabilidad. – Periodo medio de maduración. – Técnicas de control de flujos de tesorería y liquidez. – Análisis de la información contable y económico – financiera de la empresa. – Análisis de viabilidad y sostenibilidad económico – financiera de la empresa. – Cálculo e interpretación de ratios económico-financieros básicos como: rentabilidad, liquidez, solvencia y endeudamiento.

- g) Se han calculado los costes de personal y seguridad social a cargo de la empresa.

RA: 6. Gestiona la documentación comercial y de cobro y pago derivada de la compraventa de los productos y/o servicios prestados, respetando la normativa mercantil y fiscal vigente.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se ha interpretado la normativa mercantil y fiscal y los usos del comercio que regulan la facturación de productos/servicios, incluyendo la facturación electrónica. b) Se han interpretado la normativa reguladora del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) y las obligaciones establecidas para la facturación de productos y/o servicios. c) Se han elaborado facturas correspondientes a las operaciones de compraventa y/o prestación de servicios, de acuerdo con la normativa mercantil y fiscal y los usos del comercio, utilizando herramientas informáticas. d) Se ha realizado el registro periódico de las facturas emitidas y recibidas que exige la normativa del IVA. e) Se han cumplimentado y gestionado los documentos correspondientes a los diferentes medios de pago y cobro de las operaciones de la empresa. f) Se han preparado remesas de efectos comerciales para su envío a las entidades bancarias en gestión de cobro o para su negociación y descuento. g) Se han elaborado facturas de negociación de efectos comerciales.	– Facturación de ventas: características, requisitos legales y tipos de facturas. – Cumplimentación y expedición de facturas comerciales. – Fiscalidad de las operaciones de venta y prestación de servicios: el Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA). Operaciones gravadas. Repercusión del IVA. Tipos de gravamen. Recargo de equivalencia. – Registro y conservación de facturas según la normativa mercantil y fiscal. – Medios y documentos de pago y cobro: cheque, transferencia bancaria, recibo normalizado, letra de cambio y pagaré, y medios de pago electrónicos. – Gestión de cobro de efectos comerciales. – Negociación y descuento de efectos comerciales. – Cálculo de los costes de negociación de efectos comerciales.

RA: 7. Gestiona el proceso administrativo, contable y fiscal de la empresa, aplicando la legislación mercantil y fiscal vigente y los principios y normas del plan general contable para las pymes.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se han identificado las funciones de la contabilidad y los libros obligatorios y voluntarios que debe llevar la empresa. b) Se han diferenciado las distintas partidas del balance (activo, pasivo y patrimonio neto), analizando sus características y relación funcional. c) Se han registrado las operaciones realizadas, de acuerdo con los principios generales y las normas de valoración del Plan General Contable para pymes, utilizando la aplicación informática disponible.	– Gestión laboral en el pequeño comercio. Altas y bajas de los trabajadores, nóminas y boletines de cotización a la Seguridad Social. – Régimen de cotización a la Seguridad Social de trabajadores autónomos. – La contabilidad de la empresa. – El patrimonio de la empresa: activo, pasivo y patrimonio neto. – El balance. Partidas que lo integran. Relación funcional entre ellas. – Las cuentas.

d) Se ha calculado la amortización de los elementos del inmovilizado, de acuerdo con la normativa fiscal vigente y el Plan General Contable para las pymes. e) Se ha calculado el resultado del ejercicio y se han elaborado las cuentas anuales, de acuerdo con el Plan General Contable para las pymes. f) Se han cumplimentado las declaraciones-liquidaciones periódicas del Impuesto sobre el Valor Añadido, en función del régimen de tributación elegido. g) Se han determinado las obligaciones fiscales derivadas de los impuestos que gravan los beneficios, en función de la forma jurídica de la empresa (IRPF e Impuesto de Sociedades). h) Se ha valorado la posibilidad de utilizar asesoramiento externo de carácter laboral, fiscal y/o contable, en función de las características de la empresa.	– Conceptos de inversión, gasto y pago, ingreso y cobro. – Los libros contables y de registro. – El Plan General Contable para las pymes. – Registro de las operaciones. El ciclo contable. – El resultado del ejercicio. – Las cuentas anuales. – Fiscalidad del pequeño comercio. El calendario fiscal. – Gestión del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA). Regímenes de tributación. – Declaración-liquidación del IVA. – El Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF). Modalidades de tributación. – El Impuesto de Sociedades. Modalidades de tributación. – Otros impuestos y tributos que afectan al pequeño comercio. – Manejo de un paquete integrado de gestión comercial y contable.

RA: 8. Elabora un plan para la implantación de un servicio de calidad y proximidad con atención personalizada al cliente, potenciando la singularidad y la competitividad del comercio.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se han adaptado las características de la tienda a los sistemas normalizados de calidad y a los códigos de buenas prácticas, aplicables al pequeño comercio, de carácter europeo, nacional, autonómico y local. b) Se han definido las pautas de atención al cliente, aplicando criterios de calidad, cortesía y trato personalizado, de acuerdo con lo establecido en la norma UNE 175001- 1 (calidad de servicio para el pequeño comercio) y otras normas. c) Se han establecido los servicios adicionales a la venta propios del servicio de proximidad (envío a domicilio y servicios postventa), según características de la tienda, demandas de clientes y usos del sector, valorando su coste y efectividad. d) Se han fijado los horarios y calendario de apertura de la tienda, los períodos de rebajas y promociones y otros aspectos de funcionamiento, respetando la normativa local vigente y los usos y costumbres del comercio al por menor. e) Se ha diseñado un sistema actualizado de información y precios de los productos, accesible al consumidor, garantizando la correspondencia entre los precios marcados en	– Características del servicio de calidad en un pequeño comercio. – Normas de calidad y códigos de buenas prácticas en pequeños comercios. – Estrategias de calidad en la atención a los clientes en pequeños comercios. – Servicios adicionales a la venta en pequeños establecimientos. – Instrumentos para medir la calidad. – Normativa de ámbito nacional, autonómico y local que afecta al comercio al por menor. – Herramientas informáticas de gestión de las relaciones con los clientes. – Plan de gestión de incidencias, quejas y reclamaciones en el comercio. – Instrumentos para medir el grado de satisfacción de los clientes. – Normativa de protección del consumidor aplicada a pequeños comercios. – Técnicas para comprobar el mantenimiento de las instalaciones y la exposición de productos en la tienda, aplicando criterios comerciales y de seguridad. – Plan de calidad del pequeño comercio.

las etiquetas y los registrados en la aplicación del TPV. f) Se ha fijado el procedimiento de gestión de incidencias, quejas y reclamaciones que garantice un servicio de calidad y el cumplimiento de la normativa de protección del consumidor.	

Temporalización de los Resultados de Aprendizaje.

RESULTADO DE APRENDIZAJE	1T	2T
RA: 1. Obtiene información sobre iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de una pequeña empresa, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos.	X	
RA: 2. Determina la forma jurídica de la empresa y los trámites que se exigen para su creación y puesta en marcha, aplicando la normativa mercantil, laboral y fiscal vigente.	X	
RA: 3. Elabora un proyecto de creación de un pequeño comercio, delimitando sus características e incluyendo un estudio de viabilidad para la puesta en marcha y sostenibilidad del mismo.	X	X
RA: 4. Elabora un plan de inversiones básico, identificando los activos fijos que se requieren, su forma de adquisición y los recursos financieros necesarios, en función de las características de la tienda y de los productos que se van a comercializar.	X	
RA: 5. Planifica la gestión económica y la tesorería del pequeño comercio, estableciendo el sistema de fijación de precios que garantice su rentabilidad y sostenibilidad en el tiempo.	X	
RA: 6. Gestiona la documentación comercial y de cobro y pago derivada de la compraventa de los productos y/o servicios prestados, respetando la normativa mercantil y fiscal vigente.		X
RA: 7. Gestiona el proceso administrativo, contable y fiscal de la empresa, aplicando la legislación mercantil y fiscal vigente y los principios y normas del plan general contable para las pymes.		X
RA: 8. Elabora un plan para la implantación de un servicio de calidad y proximidad con atención personalizada al cliente, potenciando la singularidad y la competitividad del comercio.		X

4.- Metodología.

Orientaciones pedagógicas

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones de creación, administración y gestión de un pequeño establecimiento comercial que incluye aspectos como:

- Trámites de constitución y puesta en marcha de una pequeña empresa.
- Obtención y gestión de los recursos financieros necesarios para un pequeño establecimiento comercial.
- Gestión de compra y/o alquiler del local y del equipamiento necesario para la apertura de la tienda.
- Elaboración de presupuestos.
- Gestión del proceso de facturación.
- Gestión de cobros y pagos.
- Gestión económica y control de tesorería.
- Registro y archivo de documentación.
- Registro contable de las operaciones realizadas.
- Cálculo del resultado del ejercicio y elaboración de las cuentas anuales.
- Declaración-liquidación de los impuestos derivados de la actividad.
- Elaboración y gestión de la documentación derivada de las obligaciones laborales, contables y fiscales de la empresa.

Las **actividades profesionales asociadas** a esta función se aplican en:

- La administración y gestión de un pequeño comercio.
- La gestión de cobros y pagos.
- La gestión de la documentación comercial, administrativa y fiscal.

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

- Cumplimentación y tramitación de los documentos necesarios para la constitución y puesta en marcha de un pequeño comercio.
- Estudio de las necesidades de equipamiento e inversiones.
- Análisis de las alternativas de financiación y crédito existentes en el mercado.
- Gestión de la compra o alquiler del local y equipamiento necesario.
- Elaboración y gestión de facturas, recibos y documentos de cobro y pago.
- Gestión de cobro y negociación de efectos comerciales.

- Control de tesorería.
- Registro y archivo de la documentación comercial y administrativa generada en la actividad de la empresa.
- Realización de las declaraciones–liquidaciones del IVA.
- Contabilización de las compras, gastos y ventas de la empresa, de acuerdo con el Plan General Contable para las pymes.
- Cálculo del resultado del ejercicio y elaboración de las cuentas anuales.
- Manejo de aplicaciones informáticas de gestión comercial y contabilidad.
- Control de calidad del servicio prestado al cliente.
- Elaboración de planes de calidad del pequeño comercio.

Se establecerán **estrategias didácticas** de tipo expositivo y de investigación. Para establecerlas, es útil conocer los tipos de aprendizaje según el autor David. P. Ausubel:

- Receptivo. Por explicación del profesor, material impreso, medios audiovisuales.
- Por descubrimiento. Descubre el material por sí mismo: guiado por el profesor en principio y después de manera autónoma.
- Memorístico de conceptos clave en los que después aplicar la práctica.
- Significativo. Relaciona los conceptos nuevos con los poseídos, con la experiencia y modifica esquemas conceptuales. Cada variable del marketing aprendida está relacionada con las anteriores y se integran en un Plan de Marketing en la última unidad.

Planteamiento metodológico y actividades.

Se propone una metodología dialógica o interactiva en la que el alumnado “aprenda haciendo” y/o “aplicando conocimientos” sobre situaciones-problemas significativos. Una forma de aprender que facilita la interrelación entre los distintos contenidos y el refuerzo de los aspectos prácticos, lo más cercana posible a situaciones que se puedan presentar en la realidad. Por ello, a la hora de plantear cada actividad se tiene como prioridad aclarar el objetivo que se pretende conseguir con ella, qué tipo de problema pretende resolver, en qué casos concretos del entorno productivo tiene su aplicación real, qué datos de partida se deben conocer, a qué resultado se pretende llegar y cómo se interpretan los resultados obtenidos.

Métodos didácticos:

Aplicación combinada de los siguientes métodos didácticos para el desarrollo de las sesiones formativas:

- **Método constructivista del aprendizaje**, de forma que el alumnado sea partícipe del proceso y partiendo de sus conocimientos previos, la investigación personal y/o profesional, el contacto con la realidad de su entorno y las experiencias del grupo clase, puedan plantearse cuestiones de investigación centrándose en el interés del alumnado y que estos se conviertan en participantes totalmente activos de su propia formación. ¿Cómo lo haremos? Gracias a la evaluación inicial del curso y la valoración al final de la unidad de lo que van aprendiendo los alumnos por parte del profesor, poniendo de manifiesto los conocimientos y experiencias previas de los alumnos gracias a la puesta en común mediante actividades, casos prácticos introductorios, vídeos o documentales. Posteriormente se llevarán a cabo tareas de investigación relacionadas con los aspectos que se

hayan puesto de manifiesto en la puesta en común, siendo mi labor como profesor orientarlos hacia aquellos aspectos necesarios para la adquisición de las competencias. Durante todas las sesiones el alumnado podrá realizar aportaciones que sirvan para enriquecer el desarrollo de estas y que servirán para profundizar en la unidad, en aspectos concretos de la misma o en su aplicación en el ámbito profesional específico o del entorno. Por ello siempre se hará referencia a los aspectos que ya conocen o hayan trabajado. El objetivo es que el proceso de aprendizaje tenga significado para los alumnos y en todo momento sientan que lo que aprenden les sirve realmente en el entorno donde quieren desarrollarse profesionalmente (aprendizaje significativo).

- **Método de trabajo en grupo**, donde el aprendizaje colaborativo está presente en todo momento. Este método cobra mucha importancia en este módulo donde el alumnado tiene que aprender a dirigir y a formar parte de un grupo de marketing en el ámbito comercial. ¿Cómo lo haremos? Por medio de trabajos con grupos permanentes y esporádicos de carácter heterogéneo, fomentando la interacción entre profesor-alumnos, entre alumnos del mismo grupo, pero también entre alumnos de otros cursos y ciclos, así como con el resto de la comunidad educativa. Para ello se le facilitará herramientas para poder llevar a cabo sus objetivos de forma óptima y favoreciendo las habilidades sociales y emocionales.

Se destaca la configuración de entre grupos heterogéneos de manera que los alumnos puedan aprender unos de otros, fomentando la tutorización entre iguales o la tutorización entre expertos en el caso de que encontremos alumnos especialmente hábiles o conocedores de ciertas disciplinas, tal y como puede ocurrir en un entorno de trabajo real.

Buena parte de los métodos de trabajo serán en grupo, sin embargo, también se trabajará de manera individual en base a poder reconocer el esfuerzo y aprendizaje individual.

- **Método expositivo**, en el que por medio de presentaciones y explicaciones se pueda ayudar al alumnado al inicio de cada acto didáctico sobre los objetivos a alcanzar, conjuntamente con los contenidos específicos a tratar. Igualmente, este método me permitirá resumir y reforzar los puntos esenciales de cada módulo, unidad didáctica o contenidos tratados en el día a día. Muy útil también la resolución de dudas.

Este método expositivo siempre irá acompañado de pequeños ejercicios prácticos que ayuden y hagan participar al alumno, evitando la comunicación unidireccional y que la sesión sea sólo teórica.

Tipos de actividades

Actividades de enseñanza:

Se basan en captar la atención del alumnado en todo momento, explicando los contenidos acercándose a su entorno. Igualmente, y para conseguir autonomía en el desarrollo de sus funciones, se plantean actividades en las que tienen que realizar búsquedas o investigación para encontrar la solución a determinados casos expuestos. La puesta en común de todas las acciones que llevemos a cabo será vital.

Actividades de aprendizaje:

- Actividades de **inicio** como casos prácticos, dinámicas, debates, búsquedas, artículos o lluvias de ideas, vídeos, gamificación...

- Actividades de **desarrollo**: como las demostrativas (docencia directa o visita de expertos), las de investigación y aplicación (actividades de clase, casos prácticos, problemas, retos, trabajos prácticos)
- Actividades de **síntesis** como tipo test, resúmenes y esquemas, en algunas ocasiones los casos recopilatorios de algunos RA constituyen en sí una actividad de síntesis, así como de relación entre los contenidos de cada RA.
- Actividades **digitales**; Incorporando el uso de las TAC (tecnología aplicada al aprendizaje y el conocimiento), con la utilización de dispositivos digitales (PC). Nuestro alumnado deberá dominar perfectamente las estrategias de búsqueda de información en la red, tanto a lo largo del curso para su aprendizaje como una vez finalizado el curso en su vida laboral, ya que están en contacto directo y continuo con las nuevas tecnologías, principalmente con Internet y su uso en dispositivos, además la mayoría de las actividades evaluables serán seguidas a través de la plataforma **Moodle** del centro. Estas actividades pueden ser de inicio, desarrollo, síntesis, refuerzo o ampliación.
- Actividades de **refuerzo** y **ampliación**. Las actividades de refuerzo estarán centradas en aquellas capacidades que el alumnado no haya podido conseguir. Las actividades de ampliación estarán enfocadas al alumnado que ha ido adquiriendo las capacidades necesarias durante la unidad y al que se le encomienda la investigación, profundización o resolución de tareas que lograrán enriquecer su conocimiento.

Para alcanzar los objetivos y competencias se desarrollarán las siguientes unidades:

UNIDAD	HORAS	TRIMESTRE	RA Y CE _s
UD 1. La empresa	8 horas	Primer Trimestre	1. c, d, e, f, g, h, i
UD 3. Iniciativa emprendedora	4 horas	Primer Trimestre	1. a, b
UD 2. La forma jurídica de la empresa	16 horas	Primer Trimestre	2. a, b, c, d, e, f, g, h
UD 4. Creación de un pequeño comercio	12 horas	Primer Trimestre	3. a, b
UD 5. El plan de inversiones en el establecimiento comercial	16 horas	Primer Trimestre	3. f, i_4. a, b, c, d, e, f, g, h
UD 6. La gestión económica y la tesorería en el establecimiento comercial	19 horas	Primer Trimestre	3. c, d 5. a, b, c, d, e, f, g, h
UD 7. Obligaciones fiscales en el establecimiento comercial	14 horas	Primer Trimestre	7. f, g
UD 9. La contabilidad en el establecimiento comercial	26 horas	Primer Trimestre	7. a, b, c, d, e, h
UD 8. Documentos de compraventa y cobro-pago	12 horas	Segundo Trimestre	6. a, b, c, d, e, f, g
UD 10. La gestión de Recursos Humanos	8 horas	Segundo Trimestre	3. e
UD 11. La calidad del servicio al	16 horas	Segundo Trimestre	8. a, b, c, d, e, f

cliente			
Plan empresa	17 horas		RA1-RA8
Total Horas	168 horas		

Planteamiento metodológico y actividades.

Como se ha expuesto anteriormente la programación se ha organizado en 8 unidades didácticas. La duración de cada una de ellas será flexible y estará en función del grado de complejidad de los contenidos y del ritmo de aprendizaje del grupo.

La temporalización de las actividades programadas en cada unidad didáctica variará en función del tipo de actividad, agrupamiento de los alumnos y alumnas y de los recursos utilizados teniendo en cuenta que será necesario adaptar la actividad al tiempo disponible, como es el caso de alguna actividad especial; y si existe alguna salida fuera del centro, actividad que habrá que programar con tiempo.

En cualquier caso, independientemente del número de sesiones de cada unidad de trabajo, el orden metodológico general a seguir, será el siguiente:

1. **Introducción** al tema en clase sobre los conceptos, la estructura y procedimientos fundamentales de la unidad didáctica.
2. **Exploración inicial** para determinar qué grado de conocimiento tienen sobre lo que se tratará en la nueva unidad, verificando los conocimientos a través de cuestionarios, debates, gamificaciones.
3. **Desarrollo** de los contenidos. Es deseable que los contenidos sean fáciles de seguir por el alumno, que estén fuertemente estructurados y escritos con un lenguaje sencillo pero preciso. Las palabras y conceptos clave de la unidad didáctica deben señalarse, explicarse y definirse. Al terminar la explicación de cada epígrafe, o aspecto destacado de la unidad didáctica, se debería potenciar la asimilación de conocimientos mediante la realización de ejercicios y actividades prácticas. La explicación del profesor se realizará de forma presencial.
4. Realización de **casos prácticos, simulaciones y actividades** sobre los temas objeto de estudio, lo más cercanos a la realidad, con un grado creciente de dificultad. Se realizarán tareas tanto en clase como en casa y se subirán a la plataforma Moodle para su evaluación. Los casos prácticos de tipo recopilatorio siempre incluyen un debate con el grupo completo y en ocasiones la presentación al resto de compañeros, a veces cuando el interés didáctico lo requiera.
5. Realización de **trabajos de investigación**, valorando la capacidad de trabajo en equipo y la exposición de resultados en público, así como ser capaces de obtener información relevante y saber utilizarla para diseñar cambios o mejoras en un entorno de trabajo de empresa.
6. **Recuperación, refuerzo y ampliación.** A lo largo de la unidad o después de las mismas para reforzar/ ampliar conocimientos.

5.- La evaluación, medios y criterios de calificación.

Dentro del marco legal de la ORDEN de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de

formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía. Se evaluará cada uno de los siguientes resultados de aprendizaje mediante las evidencias descritas en las siguientes tablas:

NOTA: el apartado “Evidencia” puede sufrir modificaciones por el carácter flexible de la programación, según vayan planteándose el curso para adaptarnos al grupo de clase.

NOTA: En el apartado “Evidencia” las entregas se refieren a casos prácticos individuales o grupales, trabajos de exposición o trabajos de investigación, las pruebas son teórica-prácticas y de carácter individual.

RA 1. Obtiene información sobre iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de una pequeña empresa, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos.

Criterio de evaluación	Evidencia	Peso 13,5%
a) Se ha considerado el concepto de cultura emprendedora, valorando su importancia como fuente de creación de empleo y de bienestar social.	Prueba	13,5%
b) Se ha valorado la importancia de la iniciativa individual, la creatividad, la formación y la colaboración para tener éxito en la actividad emprendedora.		
c) Se ha reconocido el fenómeno de la responsabilidad social de la empresa y su importancia como elemento de estrategia empresarial.		
d) Se han identificado prácticas empresariales que incorporan valores éticos, sociales y de respeto al medioambiente.		
e) Se han descrito individualmente las funciones básicas de la empresa y se han analizado todas en conjunto como un sistema integral.		
f) Se han identificado los principales elementos del entorno general de la empresa, analizando factores económicos, sociales, demográficos, culturales, tecnológicos, medioambientales y político-legales.		
g) Se han descrito los factores del microentorno de la empresa, analizando la competencia, proveedores/suministradores, los intermediarios e intermediarias y las instituciones que regulan y/o influyen en el comercio interior.		
h) Se han identificado las ventajas y fortalezas del comercio de proximidad tradicional frente a las grandes superficies y otras formas de distribución minorista.		

RA 2. Determina la forma jurídica de la empresa y los trámites que se exigen para su creación y puesta en marcha, aplicando la normativa mercantil, laboral y fiscal vigente.

Criterio de evaluación	Evidencia	Peso 13,5%
a) Se han identificado las formas jurídicas que puede adoptar una pequeña empresa, analizando características, capital social, número de socios, obligaciones formales y responsabilidad de los socios, entre otras.		
b) <i>Se han calculado los gastos de constitución y puesta en marcha de la empresa derivados de las distintas formas jurídicas, consultando la legislación vigente.</i>		

c) Se ha seleccionado la forma jurídica más adecuada, a partir de un estudio comparativo, valorando los costes, los trámites y obligaciones jurídicas y la responsabilidad de los socios.	Prueba 10% Entrega 3,5%.	13,5%
d) Se han determinado los trámites administrativos y jurídicos, las autorizaciones y licencias que se requieren para la apertura y puesta en marcha del comercio y los organismos donde se gestionan y/o tramitan.		
e) <i>Se ha cumplimentado la documentación que se requiere para la creación y puesta en marcha de la empresa.</i>		
f) <i>Se ha consultado la normativa nacional, autonómica y local que regula y/o afecta al pequeño comercio.</i>		
g) Se han identificado las obligaciones mercantiles, laborales y fiscales derivadas del ejercicio de la actividad económica de la empresa.		
h) <i>Se ha obtenido información sobre posibles ayudas y subvenciones para la creación de una empresa, identificando los requisitos y trámites que se deben realizar.</i>		
i) Se han identificado las formas jurídicas que puede adoptar una pequeña empresa, analizando características, capital social, número de socios, obligaciones formales y responsabilidad de los socios, entre otras.		

RA: 3. Elabora un proyecto de creación de un pequeño comercio, delimitando sus características e incluyendo un estudio de viabilidad para la puesta en marcha y sostenibilidad del mismo.

Criterio de evaluación	Evidencia	Peso 13,5%
a) Se ha establecido la ubicación y características de la tienda en función de la densidad, diversidad y accesibilidad de su zona de influencia, el tipo de clientes y sus hábitos de compra y los productos que se van a comercializar, entre otras.	Prueba	2,5%
b) Se han identificado las fortalezas y debilidades personales y las oportunidades y amenazas del entorno, mediante el correspondiente análisis DAFO.		
c) <i>Se ha definido la oferta comercial o surtido, en función de las oportunidades de negocio, el perfil de los clientes, las tendencias del mercado y la competencia de la zona de influencia, entre otras.</i>	Entrega	0,5%
d) <i>Se ha elaborado una lista de precios de los productos, aplicando los criterios de fijación de precios establecidos.</i>	Entrega	0,5%
e) Se ha valorado la posibilidad de contratar empleados en función de las características y necesidades del comercio, calculando los costes y definiendo las funciones que hay que cubrir, el perfil de los candidatos y el procedimiento de selección.	Prueba	4%
f) Se ha incluido un plan de inversiones básico que recoge los activos fijos necesarios, la forma de adquisición y la financiación de los mismos.	Prueba	5%
g) Se ha incluido un estudio de viabilidad económica y financiera del comercio, elaborando una cuenta de resultados básica para dos ejercicios, a partir de la estimación de los ingresos, gastos y costes previstos, los recursos financieros necesarios y calculando ratios económico-financieros.		

h) Se ha valorado la conveniencia de aplicar innovaciones tecnológicas y de acudir a acciones formativas, analizando los puntos débiles y la relación coste beneficio esperado en cuanto a viabilidad y sostenibilidad del negocio.	Entrega	0,5%
i) Se ha estudiado la posibilidad de comercialización online y de otras formas de venta a distancia, calculando su coste y teniendo en cuenta las características de los productos, el impacto esperado y los usos y prácticas del sector.	Entrega	0,5%

RA: 4. Elabora un plan de inversiones básico, identificando los activos fijos que se requieren, su forma de adquisición y los recursos financieros necesarios, en función de las características de la tienda y de los productos que se van a comercializar.

Criterio de evaluación	Evidencia	Peso 13,5%
a) Se han determinado las necesidades de la tienda, local, mobiliario, equipos, sistema de cobro y terminal punto de venta, entre otros, en función de la idea de negocio, el tipo de clientes y los productos y servicios que hay que prestar al cliente.	Prueba	13,5%
b) Se ha determinado la forma de adquisición del local, evaluando las modalidades de compraventa, traspaso o alquiler, a partir del análisis de costes, derechos y obligaciones de cada una de las modalidades.		
c) Se ha obtenido información sobre servicios bancarios y formas de financiación de las inversiones y demás operaciones, analizando procedimiento, documentación, requisitos y garantías exigidas para obtener un crédito o un préstamo bancario.		
d) Se han valorado las opciones de leasing y renting para la adquisición de los equipos, calculando los costes y analizando los requisitos y garantías exigidas.		
e) Se ha seleccionado la forma de obtención y financiación de los equipos e instalaciones de la tienda, evaluando los costes y los riesgos.		
f) Se han seleccionado las pólizas de seguros adecuadas, en función de las coberturas necesarias según las contingencias y exigencias legales de la actividad.		
g) Se ha obtenido información sobre posibles ayudas y subvenciones para la compra del equipamiento de la tienda, identificado los organismos donde se tramitan.		

RA: 5. Planifica la gestión económica y la tesorería del pequeño comercio, estableciendo el sistema de fijación de precios que garantice su rentabilidad y sostenibilidad en el tiempo.

Criterio de evaluación	Evidencia	Peso 13,5%
a) Se han realizado previsiones de la demanda y los ingresos por ventas y de los costes y gastos previstos, a partir de los datos obtenidos de fuentes externas que facilitan información económica del sector y de otros comercios similares.	Prueba	2%
b) Se ha establecido el sistema de fijación de los precios de venta en función de los costes, margen de beneficios, impuestos sobre el consumo, ciclo de vida del producto, precios de la competencia, diferenciación del producto y percepción del valor de los clientes, entre otros.	Prueba	11,5%
c) Se han establecido los plazos, forma y medios de pago, descuentos y facilidades de pago a los clientes, en función de la capacidad financiera de la empresa, las características del producto, el tipo de clientes y los usos y prácticas del sector.		

d) Se ha elaborado el calendario de cobros y pagos previstos, en función de las necesidades, compromisos y obligaciones de pago del pequeño comercio y asegurando la disponibilidad de efectivo en caja diariamente.		
e) Se ha previsto el sistema para comprobar periódica y sistemáticamente la liquidez de la tienda, ajustando los compromisos de pago y las estimaciones de cobro.		
f) Se han calculado los costes financieros y los riesgos de gestión de cobro y de negociación de efectos comerciales.		
g) Se han calculado los costes de personal y seguridad social a cargo de la empresa.		

RA: 6. Gestiona la documentación comercial y de cobro y pago derivada de la compraventa de los productos y/o servicios prestados, respetando la normativa mercantil y fiscal vigente.

Criterio de evaluación	Evidencia	Peso 13,5%
a) Se ha interpretado la normativa mercantil y fiscal y los usos del comercio que regulan la facturación de productos/servicios, incluyendo la facturación electrónica.	Prueba y entrega	13,5%
b) Se han interpretado la normativa reguladora del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) y las obligaciones establecidas para la facturación de productos y/o servicios.		
c) Se han elaborado facturas correspondientes a las operaciones de compraventa y/o prestación de servicios, de acuerdo con la normativa mercantil y fiscal y los usos del comercio, utilizando herramientas informáticas.		
d) Se ha realizado el registro periódico de las facturas emitidas y recibidas que exige la normativa del IVA.		
e) Se han cumplimentado y gestionado los documentos correspondientes a los diferentes medios de pago y cobro de las operaciones de la empresa.		
f) Se han preparado remesas de efectos comerciales para su envío a las entidades bancarias en gestión de cobro o para su negociación y descuento.		
g) Se han elaborado facturas de negociación de efectos comerciales.		

RA: 7. Gestiona el proceso administrativo, contable y fiscal de la empresa, aplicando la legislación mercantil y fiscal vigente y los principios y normas del plan general contable para las pymes.

Criterio de evaluación	Evidencia	Peso 13,5%
a) Se han identificado las funciones de la contabilidad y los libros obligatorios y voluntarios que debe llevar la empresa.	Prueba y entrega	10%
b) Se han diferenciado las distintas partidas del balance (activo, pasivo y patrimonio neto), analizando sus características y relación funcional.		
c) Se han registrado las operaciones realizadas, de acuerdo con los principios generales y las normas de valoración del Plan General Contable para pymes, utilizando la aplicación informática disponible.		
d) Se ha calculado la amortización de los elementos del inmovilizado, de acuerdo con la normativa fiscal vigente y el Plan General Contable para las pymes.		
e) Se ha calculado el resultado del ejercicio y se han elaborado las cuentas anuales, de acuerdo con el Plan General Contable para las pymes.		

f) Se han cumplimentado las declaraciones– liquidaciones periódicas del Impuesto sobre el Valor Añadido, en función del régimen de tributación elegido.	Prueba y entrega	3,5%
g) Se han determinado las obligaciones fiscales derivadas de los impuestos que gravan los beneficios, en función de la forma jurídica de la empresa (IRPF e Impuesto de Sociedades).		
h) Se ha valorado la posibilidad de utilizar asesoramiento externo de carácter laboral, fiscal y/o contable, en función de las características de la empresa.		

RA: 8. Elabora un plan para la implantación de un servicio de calidad y proximidad con atención personalizada al cliente, potenciando la singularidad y la competitividad del comercio.

Criterio de evaluación	Evidencia	Peso 5,5%
a) Se han adaptado las características de la tienda a los sistemas normalizados de calidad y a los códigos de buenas prácticas, aplicables al pequeño comercio, de carácter europeo, nacional, autonómico y local.	Entrega	2,5%
b) Se han definido las pautas de atención al cliente, aplicando criterios de calidad, cortesía y trato personalizado, de acuerdo con lo establecido en la norma UNE 175001- 1 (calidad de servicio para el pequeño comercio) y otras normas.		
c) Se han establecido los servicios adicionales a la venta propios del servicio de proximidad (envío a domicilio y servicios postventa), según características de la tienda, demandas de clientes y usos del sector, valorando su coste y efectividad.		
d) Se han fijado los horarios y calendario de apertura de la tienda, los periodos de rebajas y promociones y otros aspectos de funcionamiento, respetando la normativa local vigente y los usos y costumbres del comercio al por menor.	Entrega	3%
e) Se ha diseñado un sistema actualizado de información y precios de los productos, accesible al consumidor, garantizando la correspondencia entre los precios marcados en las etiquetas y los registrados en la aplicación del TPV.		
f) Se ha fijado el procedimiento de gestión de incidencias, quejas y reclamaciones que garantice un servicio de calidad y el cumplimiento de la normativa de protección del consumidor.		

INFORMACIÓN SOBRE EL PROCESO DE EVALUACIÓN EN LOS CICLOS FORMATIVOS DE GRADO MEDIO Y GRADO SUPERIOR.

Proceso de evaluación en los ciclos formativos de grado medio y superior.

Todos los módulos de los ciclos formativos se rigen por la **Orden de 29 de septiembre de 2010**, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Los porcentajes que corresponden a cada criterio de evaluación en los que se basan los exámenes prácticos, así como el resto de actividades formativas, se encuentran detallados en las programaciones de los distintos módulos, disponibles en la web del centro.

Este proceso de evaluación es válido para todos los módulos profesionales impartidos por el departamento de Comercio y Marketing.

Aspectos a tener en cuenta:

A) Para superar las pruebas teórico-prácticas:

1. Se necesitará obtener como mínimo una puntuación de **5 puntos, utilizando una evaluación criterial para aprobar cada una de ellas**

2. Si el alumno/a no asiste y presenta documentación justificativa **oficial** (máximo 3 días lectivos tras la falta), podrá realizar de nuevo esa prueba el día fijado para la recuperación de la correspondiente evaluación. Si no superase esta prueba, podría realizar la recuperación de la misma, que se realizaría antes de la celebración de la evaluación correspondiente.

3. Las pruebas teórico-prácticas tienen carácter individual y cualquier ayuda que pudiera tener el alumno/a, ya sea de un compañero/a o a través de algún instrumento de apoyo no permitido, supondrá la retirada de la prueba y su inmediata **anulación**, teniendo que realizarla en el periodo de recuperación de junio el alumnado de primer curso y antes de realizar la evaluación previa del módulo de formación en centros de trabajo, el alumnado de segundo curso.

4. Para superar el módulo se han de aprobar todas las pruebas teórico-prácticas.

5. Se abrirá un plazo de recuperación antes de cada evaluación cuando su calificación criterial sea menor de cinco y para los no presentados según tiempo y forma, y otro plazo de recuperación más adicional en el periodo de recuperación de junio en el caso de que aún no se hubieran superado algunas de las pruebas.

B) Para superar las entregas (actividades, proyectos...):

1. Para aprobar el módulo deberán estar presentados **TODAS en tiempo y forma** y tener una **puntuación criterial mínima de 5 puntos en cada una de ellas**.

2. Deben realizarse en clase o en el taller, dentro de la organización normal de las clases. También pueden ser realizadas por el alumnado en casa y colgadas en la plataforma Moodle /Classroom dentro del plazo y forma indicadas.

3. En ningún caso, corresponde al profesor/a la tarea de recordar al alumnado que no haya presentado alguna de sus actividades, proyectos y entregas que proceda a subsanar dicha situación. Se considera que el alumnado, tiene la madurez personal y profesional suficiente como para ser conscientes de lo que no haya entregado puntualmente. El propio alumnado deberá llevar un sistema adecuado de control de esto, así como de las calificaciones obtenidas en las pruebas realizadas a lo largo del curso.

4. Se abrirá un plazo de recuperación antes de cada evaluación cuando su calificación criterial sea menor de cinco y para las no presentadas según tiempo y forma, y otro plazo de recuperación más adicional en el periodo de recuperación de junio en el caso de que aún no se hubieran superado algunas de las entregas.

C) Evaluación continua: de acuerdo con la **Orden de 29 de septiembre de 2010** en su artículo 2.2 la aplicación de la evaluación continua requiere la asistencia regular a clase y participación en las actividades programadas del ciclo formativo, aquellos alumnos/as que incumplan esto no podrán ser evaluados mediante dicha evaluación continua y tendrán que superar **todas las entregas, actividades, proyectos y pruebas teórico-prácticas** directamente en el periodo de recuperaciones de junio. Concretamente se ha establecido que más de un 20 % de faltas injustificadas del total de horas en un módulo supone la pérdida de la evaluación continua para dicha materia.

Nota Competencias Personales y Sociales

La participación activa y positiva en clase, muestra de autonomía e interés e iniciativa se evaluarán mediante registros del profesor que incluyen:

- 1) Participación activa en el desarrollo de las sesiones de clase a modo de intervenciones cuando el profesor las requiera o de manera espontánea
- 2) Recogida en clase de pequeñas preguntas realizadas de manera presencial sin previo aviso sobre contenidos que se imparten en clase

La puntuación en colaboración en actividades grupales se pierde cuando un alumno o alumna no colabora en las entregas en grupo con el resto de sus compañeros/as o simplemente no las realiza o no se presenta a alguna de las exposiciones grupales

La puntuación en actitud correcta ante los miembros de la comunidad educativa se pierde si el alumno obtiene partes de disciplina o falta el respeto a los profesores/as una sola vez.

La entrega de trabajos en tiempo y forma solo puntúa a los alumnos/as que entregan todos ellos antes del plazo de entrega establecido por el profesor

Nota para entregas con exposición

En el caso de entregas de tareas con exposición bien sean grupales o individuales, los alumnos que no expongan en el día y horas indicadas (salvo justificación documentada) no superan estas y tendrán que realizar de nuevo la entrega (nuevo trabajo también en el caso de trabajo entregado, pero no expuesto) y también exponerlo/a en el periodo indicado por el profesor para recuperar las entregas suspensas.

Los alumnos que justifiquen esta y entregan en tiempo y forma el trabajo, tendrán la posibilidad de cerrar con el profesor un día y hora para realizar la exposición y si es superada no van con dicha entrega a recuperaciones.

Nota coevaluación de actividades grupales

En las actividades grupales los alumnos reflejarán el trabajo que ha realizado cada uno y su porcentaje de implicación mediante un documento firmado de acuerdo por todos los integrantes del grupo, estos aspectos repercutirán en la nota del trabajo de manera individual para cada alumno/a de manera que se garantice la participación de todos los integrantes del grupo de trabajo.

Nota entregas plan de empresa y otros proyectos

Al ser un trabajo por proyectos en los que tras la entrega de una fase los alumnos/as deben corregir sus fallos para poder avanzar a la siguiente fase, la no entrega de dos entregas parciales del proyecto o la no corrección de los errores tras dos entregas corregidas por el profesor conlleva que ese proyecto va al periodo de recuperación de junio.

En estos trabajos al ser continuos, un alumno/a tiene la opción de separarse del compañero/a en el caso de que su otro compañero/s no rindan (siempre tiene que quedar constancia en varios documentos de

coevaluación de entregas previas firmadas por todos los miembros del grupo) y depende del avance que lleven los proyectos el profesor decidirá si continúa solo o con otro grupo en las siguientes entregas del mismo.

Periodo entre la 2ª evaluación parcial y la evaluación final

Este periodo que está regulado en la normativa vigente será dedicado prioritariamente a la adquisición de aprendizajes no adquiridos por parte del alumnado con evaluación negativa y que por tanto no van a FCT. El alumno asistirá a la mitad de horas programadas del módulo a clases de apoyo con el profesor para intentar recuperar los RA no superados de cara a la evaluación final del curso.

En este periodo el alumno debe realizar aquellas pruebas, proyectos, actividades y prácticas que no hayan superado, no alcanzando sus competencias profesionales, personales y/o sociales previstas ni consiguiendo por tanto los objetivos del módulo.

Una vez realizada la propuesta de nota final del módulo en junio, los alumnos que hayan superado el módulo y que deseen mejorar su nota final, deberán realizar la petición en el plazo estimado y deberán realizar aquellas prácticas, pruebas o actividades en las que haya obtenido más baja puntuación y que le serán indicadas (un máximo de 6 evidencias), para decidir cuáles se hacen se mantendrá una reunión previa con el profesor.

6.- Medidas de atención al alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo.

Aquellos alumnos que presenten problemas de aprendizaje o algún tipo de deficiencia se les garantizará el acceso a las pruebas de evaluación, proporcionándoles materiales específicos que les facilite la comprensión de los contenidos y realización de prácticas.

Las actividades estarán diseñadas para atender a todo el alumnado, si se detectara cualquier necesidad educativa se dará respuesta de inmediato según el protocolo n.e.a.e. (necesidades específicas de apoyo educativo). Así, nuestra actuación se centrará básicamente en:

- ❖ Atención a la diversidad de ritmos, aptitudes, intereses, expectativas y motivaciones del alumnado. Para dar respuesta a los distintos ritmos de aprendizaje, aptitudes, intereses, expectativas y motivaciones del alumnado al que hemos hecho referencia anteriormente y con los que nos encontramos inevitablemente en todos los cursos, estableceré dos tipos de actividades concretas, unas serán de refuerzo y otras de ampliación:
 - Si se aprecia la existencia de alumnos con un ritmo más acelerado de aprendizaje, se les propondrá **actividades de ampliación**, que generalmente consistirán en la realización de alguna investigación referente a los contenidos que se estén trabajando para motivarlos y que se impliquen en su proceso de enseñanza-aprendizaje.
 - Si se aprecia alumnos con posibles dificultades de aprendizaje (ritmo más lento) o con problemas de motivación o falta de interés, se les propondrá la realización de **actividades de refuerzo**, que los introduzca en los contenidos de la materia y les ayude a seguir el ritmo de la clase con menor dificultad, así como la selección de actividades y el desarrollo de una metodología motivadora y que despierte su interés.

❖ Atención a alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo. Se contemplan las siguientes medidas de atención a la diversidad para atender a este alumnado que lo necesite cuando se detecte la necesidad:

- Situarlo en primera fila o un lugar dónde pueda tener un compañero de apoyo, a no ser que el alumno progrese bien en el sitio dónde se encuentre.
- Actividades muy pautadas con instrucciones claras y concisas.
- Supervisión constante: Si la tarea es muy larga fragmentarla. Para facilitar su implicación en las tareas incrementar el número de veces que se supervisa su trabajo. Apoyo en las explicaciones y más atención en su consecución de los estándares.
- Actividades variadas con diferente nivel de dificultad con intención de desarrollarlas con el alumnado en clase. Para aquellos alumnos/as que no tienen problemas en realizar las actividades básicas propuestas para todos/as, se pueden diseñar actividades más complejas (actividades de ampliación), y, por otra parte, para aquellos/as que se ha detectado que tienen problemas para la consecución de las actividades básicas, se plantea otras más sencillas que presentan menor nivel de dificultad (actividades de refuerzo).
- Flexibilidad en los tiempos asignados a las actividades en función de las dificultades encontradas por el alumnado.
- Se podrán crear si se ve conveniente, grupos de cooperación en el que los/as alumnos/as más aventajados orientarán y ayudarán a aquellos/as compañeros/as que necesiten más tiempo y refuerzo en la ejecución de las tareas, cuando la profesora esté ocupada trabajando con el resto del grupo.

Para concluir, destacar que la planificación de esta programación y su puesta en práctica va a tener en cuenta la diversidad del alumnado y las consiguientes necesidades educativas con el fin de:

- Prevenir la aparición o evitar la consolidación de dificultades de aprendizaje.
- Facilitar el proceso de maduración y autonomía del alumnado.
- Fomentar actitudes de respeto a las diferencias individuales.

7.- Transversalidad.

Expresamente, en nuestra programación estableceremos los siguientes elementos transversales para el fomento y desarrollo de la educación en valores:

- Fomentar el emprendimiento y la innovación.
- La educación moral y cívica: fomentando actitudes de respeto hacia el compañero, otras culturas y tolerancia con otras ideas. Esto se llevará a cabo con actividades en grupo y debate.
- Igualdad entre hombres y mujeres y la diversidad sexual: al tratarse de investigación podemos hacer llegar estudios sobre ello a los alumnos/as
- Las Tics.: la creciente importancia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, conocidas como TIC, que agrupan elementos y técnicas utilizadas en el tratamiento y transmisión de información, en general informática, Internet y telecomunicaciones, con búsqueda de definiciones para términos claves, así como el uso habitual de Moodle.

- Cultura andaluza: siempre que sea posible, con especial hincapié en datos de investigación la cultura empresarial andaluza.
- Libertades individuales (raza, sexo...) al tratarse de investigación podemos hacer llegar estudios sobre ello a los alumnos/as
- Legalidad en el tratamiento de los datos, muy importante en un módulo de investigación.

Los anteriores elementos tendrán su concreción en los contenidos transversales establecidos a través de las unidades didácticas y cuyo fin será la búsqueda de la asimilación y el desarrollo de la educación en los valores seleccionados en nuestro alumnado.

8.- Materiales y recursos didácticos.

Se hace necesario tanto para el profesor como para el alumno disponer continuamente de un dispositivo informático adecuado para trabajar en la plataforma Moodle y realizar trabajos con implicación de TICS en el campo del Comercio y Marketing. En el centro existen ordenadores portátiles para poder trabajar

A modo de resumen podemos indicar los siguientes:

1. Cuaderno de clase online: los alumnos deberán reflejar en él todas las actividades que se realicen en clase y en casa, de forma ordenada y limpia, y subirlo en la plataforma Moodle en su correspondiente unidad.
2. Recursos impresos: en este curso escolar seguiremos como guía de trabajo el libro, Gestión de un pequeño comercio de la editorial Mc Graw Hill. Complementarán el trabajo diario de clase otros materiales: apuntes preparados por el profesorado, libros, prensa, catálogos, tickets, fotocopias. Podemos señalar los apuntes en PDF subidos a la plataforma como una guía para el trabajo diario de clase, sin perder de vista la base de la programación.
3. Encerado: la pizarra será un apoyo a las explicaciones del profesor y para las exposiciones de los alumnos, así como algunas correcciones de ejercicios. Podrá ser una aplicación del ordenador cuando haya videoconferencias.
4. Material audiovisual y visual: actualmente es un recurso importante por la motivación y el interés que suscita en el alumno, por lo que se intentará usar regularmente alguno de los siguientes materiales: fotografías, carteles, proyector/videoproyector, vídeos, programas televisivos, fragmentos de películas, emisiones radiofónicas.
5. Material informático: como parte fundamental de las Nuevas Tecnologías el alumno deberá manejar la herramienta de Internet para realizar diversas actividades de búsqueda de información. En general deberán usar el ordenador para trabajar en la plataforma Moodle, realizar búsquedas de información, actividades, trabajos, etc.

En este módulo además es relevante el uso de programas informáticos asociados al marketing.

9.- Actividades complementarias y extraescolares.

A lo largo del curso se intentarán adaptar todas las posibles, realizando las charlas de especialistas o de organismos a través de videoconferencia.

No obstante, se llevarán a cabo diferentes visitas a empresas con el fin de observar en la práctica los contenidos vistos en el aula. Así mismo, se recibirán visitas de especialistas en el centro que impartirán charlas y talleres al alumnado relacionados con los contenidos del módulo.

En la siguiente tabla se recogen las planteadas a principio de curso:

Actividad	Temporización
Visitas a comercios y centros comerciales de la zona	Todo el curso
Charlas en diferentes localizaciones relacionadas con la materia	Todo el curso
Días mundiales señalados	Todo el curso

Programación didáctica

Módulo	Comercio Electrónico (1235)
Ciclo	T.M. Actividades Comerciales
Curso	Segundo
Familia	Comercio y marketing
Profesor/a	Cristina Bautista Benítez
Curso	2024/25



IES Huerta Alta



Unión Europea

Fondo Social Europeo

"El FSE invierte en tu futuro"



JUNTA DE ANDALUCÍA
CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN

Índice:

- 1.- Introducción.**
- 2.- Objetivos y Competencias.**
- 3.- Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos.**
- 4.- Metodología.**
- 5.- La evaluación, medios y criterios de calificación.**
- 6.- Medidas para el alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo.**
- 7.- Transversalidad.**
- 8.- Materiales y recursos didácticos.**
- 9.- Actividades complementarias y extraescolares.**
- 10- Aportación del módulo al proyecto intermodular**

1.- Introducción

Perfil del alumnado

El alumnado procede del mismo Alhaurín de la Torre y zonas colindantes, enclavado el IES en la Urbanización Fuensanguinea, el municipio limita con Málaga, Cártama, Torremolinos, Mijas, Benalmádena y Alhaurín el Grande.

Sobre el rendimiento académico del alumnado en los ciclos, el alumnado suele dedicar tiempo estudio muy dispar, por ello es importante tener en cuenta los resultados de las evaluaciones iniciales que llevaremos a cabo a principio de curso.

La implicación de las familias y el entorno y su efecto positivo o negativo en la repercusión académica de los alumnos/as no es muy notable para los ciclos de grado medio y prácticamente inexistente para los alumnos de grado superior debido a las edades avanzadas de estos alumnos, no obstante se mantiene tutoría con los mayores de edad y con los tutores legales de los menores de edad durante todo el curso para intentar incentivarlo.

La convivencia en el centro para los ciclos formativos es ejemplar, salvo algún caso atípico los grupos cohesionan bien y el clima es muy bueno.

El centro tiene diversidad de edades y perfiles de alumnado y está muy bien organizado en este aspecto, al ser solo los ciclos destinados al horario de tarde con exclusividad este aspecto de heterogeneidad no influye al normal desarrollo de la convivencia.

Los alumnos/as del ciclo proceden de este mismo centro educativo tras cursar bachillerato, de otros centros de Alhaurín de la Torre, Alhaurín el Grande, Málaga, Fuengirola y Marbella. También existen alumnos/as que han accedido tras cursar el grado medio de Actividades comerciales.

Contexto socio-cultural

La población de Alhaurín de la Torre la componen 45.531 habitantes, los sexos son bastante equiparados 21.153 hombres y 21.378 mujeres, siendo la edad media 39,8 años de manera que no es un núcleo urbano excesivamente envejecido, propio de una ciudad dormitorio a solo unos 16 km de la capital malagueña.

Alhaurín de la Torre es uno de los municipios con más rápido crecimiento de la Costa del Sol, gracias en gran medida a su cercanía a Málaga y a la carretera costera A7 / N-340, así como al entusiasmo de sus habitantes por modernizar su municipio. Se trata de un área progresista que ha aprovechado plenamente las

oportunidades comerciales que se le han presentado y que son vitales para el desarrollo profesional de los ciclos de actividades comerciales y marketing y publicidad de nueva implantación en el centro.

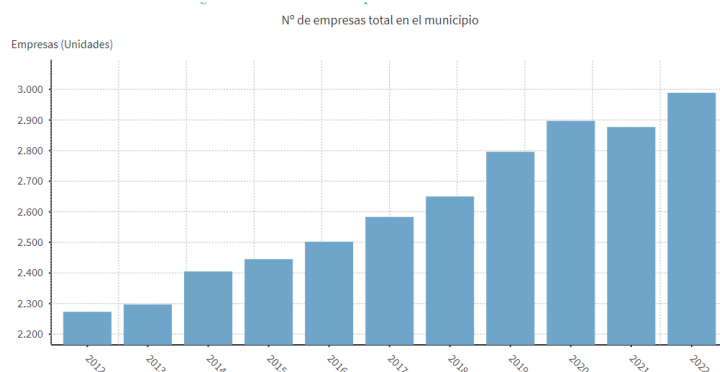
Con respecto a las comunicaciones Alhaurín de la Torre es accesible de las siguientes maneras: por el desvío de la N-340 Málaga-Cádiz: la A-404 dirección a Coín, a través de la autovía Campanillas-Parque Tecnológico sentido Cártama: salida a Churriana. y a través de la hiperronda de Málaga (MA-30), inaugurada en noviembre de 2011 que parte desde el Enlace de las Virreinas a Torremolinos y que conecta con la circunvalación del municipio.

Con respecto al mercado de trabajo el desempleo es de 2.137 mujeres frente a 1.160 hombres, no siendo uno de los municipios dónde existe mayor desigualdad de género en este aspecto. La tasa de paro de un 14 % se sitúa por debajo del 18 % de la capital, no obstante es la quinta con mayor tasa dentro de los municipios de más de 40.000 habitantes de la provincia.

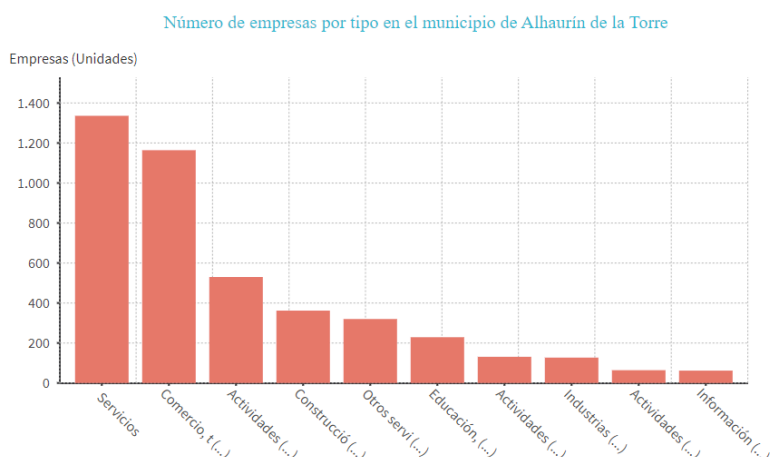
La renta bruta media del municipio ha experimentado crecimientos constantes en los últimos años de manera paralela al crecimiento de la población, siendo la mayor de la comarca del Guadalhorce.

El nivel educativo refleja bajo analafabetismo solo 390 personas según el IAE, y siendo el mayor porcentaje el de personas que tienen la enseñanza secundaria o bachillerato, no existiendo gran número de licenciados (si muchos más diplomados) equiparando las cifras de licenciados a los titulados como técnicos y técnicos superiores de formación profesional.

El número de empresas totales en el municipio ha presentado un ascenso progresivo en los últimos años rozando las 3.000 como puede observarse en el siguiente gráfico (INE).



Del total de empresas de la zona la gran mayoría se dedica a actividades relacionadas con el comercio y los servicios, siendo un dato positivo de cara a la inserción laboral de nuestros ciclos. Además se prevé la apertura en un año de un centro comercial en la localidad que desencadenará centenares de puestos de trabajo de la rama de comercio y marketing



NORMATIVA:

1. Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional
2. Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional.
3. Resolución de 26 de junio de 2024, de la Dirección General de Formación Profesional, por la que se dictan Instrucciones para regular aspectos relativos a la organización y al funcionamiento del curso 2024/2025 en la Comunidad Autónoma de Andalucía
4. Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación
5. 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.
6. Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía.
7. ORDEN de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
8. Real Decreto 39/1997, de 17 de enero por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención.
9. Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas
10. Orden de 28 de julio de 2015, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales.
11. Decreto 327/2010, de 13 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria

2.- Objetivos y Competencias

La **competencia general de este título** consiste en desarrollar actividades de distribución y comercialización de bienes y/o servicios, y en gestionar un pequeño establecimiento comercial, aplicando las normas de calidad y seguridad establecidas y respetando la legislación vigente.

La formación del módulo ayudará a alcanzar los siguientes **objetivos generales del título**, enunciados en el Anexo I de la Orden de 28 de julio de 2015:

- k) Seleccionar datos e introducirlos en la página web de la empresa, realizando su mantenimiento y buscando un buen posicionamiento, la facilidad de uso y la máxima persuasión para realizar acciones de comercio electrónico.
- l) Fomentar las interrelaciones con otros usuarios de la red, utilizando estrategias de marketing digital en las redes sociales, para realizar acciones de comercio electrónico.
- q) Analizar y utilizar los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación para aprender y actualizar sus conocimientos, reconociendo las posibilidades de mejora profesional y personal, para adaptarse a diferentes situaciones profesionales y laborales.
- r) Desarrollar trabajos en equipo y valorar su organización, participando con tolerancia y respeto, y tomar decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía.
- s) Adoptar y valorar soluciones creativas ante problemas y contingencias que se presentan en el desarrollo de los procesos de trabajo, para resolver de forma responsable las incidencias de su actividad.
- t) Aplicar técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a su finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia del proceso.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las **competencias profesionales, personales y sociales** de este título que se relacionan a continuación:

- g) Realizar acciones de comercio electrónico, manteniendo la página web de la empresa y los sistemas sociales de comunicación a través de Internet, para cumplir con los objetivos de comercio electrónico de la empresa definidos en el plan de marketing digital.
- m) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.
- n) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.
- ñ) Resolver de forma responsable las incidencias relativas a su actividad, identificando las causas que las provocan, dentro del ámbito de su competencia y autonomía.
- o) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.

- p) Aplicar los protocolos y las medidas preventivas de riesgos laborales y protección ambiental durante el proceso productivo, para evitar daños en las personas y en el entorno laboral y ambiental.
- q) Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de «diseño para todos» en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

3.- Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos.

RA1. Aplica las directrices del plan de marketing digital de la empresa, participando en su ejecución y sostenimiento.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se han examinado las características generales y particulares de un plan de marketing digital capaz de alcanzar los objetivos comerciales de la empresa. b) Se han ejecutado los procesos de posicionamiento y marketing online. c) Se han ejecutado los procesos de publicidad y promoción online ajustados a la normativa legal existente. d) Se han identificado los elementos que configuran el marketing de buscadores. e) Se han evaluado los desafíos del marketing electrónico: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad. f) Se han gestionado electrónicamente las relaciones con los clientes, definiendo el programa de fidelización y las herramientas que se van a utilizar. g) Se han reconocido las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente en el marketing digital.	• Aplicación de las directrices del plan de marketing digital: - Plan de marketing digital. - Alta en buscadores y en directorios especializados. - Características específicas del cliente online. - Boletines electrónicos enviados con email marketing. - Diseño de blogs corporativos: modalidades. - Marketing en buscadores: SEM, SEO y campañas en páginas afines. - Normativa sobre comunicaciones electrónicas y privacidad. - Pagos con dinero electrónico y pagos en línea. - Marketing de afiliación. - Marketing relacional y la gestión de la relación con los clientes (CRM). - Cross marketing. - Marketing viral. - Marketing one-to-one. - Aplicaciones del mobile marketing y TDT, entre otros. - Internet TV, videoblogs y web TV, entre otros.

RA: 2. Realiza las acciones necesarias para efectuar ventas online, aplicando las políticas de comercio electrónico definidas por la empresa.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio online. b) Se han definido acciones de captación de clientes enfocadas al comercio electrónico. c) Se han identificado los modelos de negocio convencionales y electrónicos existentes en la red. d) Se ha diseñado una tienda virtual. e) Se ha planificado la gestión de los pedidos recibidos y todo el proceso logístico. f) Se han establecido los medios de pago que se van a utilizar. g) Se han seleccionado los sistemas de seguridad que garanticen la privacidad e invulnerabilidad de las operaciones.	• Realización de acciones de compraventa online: - Idea y diseño de una tienda virtual. - Catálogo de productos online. - Selección y registro de dominio. - Modelos de negocio digital: portales horizontales, B2B y B2C, entre otros. - Escaparate web. Catálogo electrónico. - Control logístico de las mercancías vendidas online. - La reclamación como instrumento de fidelización del cliente. - Medios de pago electrónico. - Períodos de reflexión y cancelaciones. - Seguridad en las transacciones electrónicas: cifrado, firma digital, certificados digitales y DNI electrónico. - Encriptación. - Negocios electrónicos: e-shop, e-mail, e-procurement, e-marketplace y e-auction, entre otros.

RA: 3 Realiza el mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online, utilizando aplicaciones informáticas y lenguajes específicos.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se han redactado sentencias en lenguaje de etiquetas de hipertexto (HTML). b) Se han utilizado programas comerciales para crear los ficheros que componen las páginas web. c) Se ha registrado la dirección de páginas web con dominio propio o con alojamiento gratuito. d) Se han enviado los ficheros web creados al servidor de Internet mediante programas especializados en esta tarea. e) Se han utilizado programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido. f) Se ha construido una página web eficiente para el comercio electrónico. g) Se han incluido en la web enlaces de interés capaces de generar tráfico orientado e interesado en lo que se ofrece	• Realización del mantenimiento de la página web: - Estructurar una página web corporativa. - Lenguaje HTML. - Creación de páginas web con los editores web más usuales. - Elección del servidor para alojar páginas web. - Publicación de páginas web vía FTP. - Alta en buscadores. - Programas de diseño gráfico y otras utilidades para la web. - Catálogo online. - Flujos de caja y financiación de la tienda online. - Zonas calientes y zonas de usuario. - El carrito de la compra online.

RA: 4. Establece foros de comunicación entre usuarios, utilizando las redes sociales de ámbito empresarial.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se han utilizado programas web para mantener cibercharlas de texto. b) Se han manejado aplicaciones de mensajería instantánea. c) Se han aplicado sistemas de comunicación oral que utilizan solo sonido o sonido e imagen. d) Se han propuesto temas de contenido profesional a través de blogs temáticos. e) Se han establecido contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional. f) Se han efectuado comunicaciones, publicidad y ventas con otros usuarios de la red a través de redes sociales. g) Se han generado contenidos audiovisuales y fotográficos de la actividad, productos y procesos comerciales.	• Establecimiento de relaciones con otros usuarios de la red: - Los grupos de conversación o chat: programas IRC y programas webchat. - Servicio de mensajería instantánea. - Telefonía por Internet. - Los foros: leer y escribir en un foro. - Los grupos de discusión. - Redes sociales. - Weblogs, blogs o bitácoras. - Redes sociales para empresas. - Añadir elementos a una página de una red social. - Utilizar elementos fotográficos y audiovisuales en una página de una red social. - Añadir aplicaciones profesionales a una página. - Cómo buscar un grupo interesante. - Crear una red de contactos influyentes. - Comprar y vender en redes sociales

RA: 5. Utiliza entornos de trabajo dirigidos al usuario final (Web 2.0), integrando herramientas informáticas y recursos de Internet

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se han definido los modelos y funcionalidades Web 2.0. existentes en la red. b) Se han utilizado los recursos gratuitos y libres incluidos en los sitios Web 2.0. c) Se han aplicado los resultados obtenidos en el entorno Web 2.0 mediante la información (feedback) proporcionada por los usuarios. d) Se han realizado las tareas necesarias para que la empresa esté presente, además de en su propio sitio web, en buscadores, redes sociales, blogs y chats y foros, entre otros. e) Se han seleccionado las acciones necesarias para integrar el comercio electrónico con funcionalidades propias de la Web 2.0.	• Utilización de entornos Web 2.0: - Concepto y características. - Funcionalidades: opiniones y foros de usuarios. - Reputación corporativa online. - Objetivos que hay que alcanzar. - Herramientas del marketing online utilizadas en la Web 2.0. - Webs integradas. - Redes sociales que integran a los consumidores como prescriptores. - Los consumidores como participantes activos (prosumidores): opiniones de otros compradores, ofertas cruzadas y comparativas, entre otras. - Implementación de estrategias de seguridad informática.

Temporalización de los Resultados de Aprendizaje

RESULTADO DE APRENDIZAJE	1T	2T
1. Aplica las directrices del plan de marketing digital de la empresa, participando en su ejecución y sostenimiento.	X	
2. Realiza las acciones necesarias para efectuar ventas online, aplicando las políticas de comercio electrónico definidas por la empresa.	X	
3. Realiza el mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online, utilizando aplicaciones informáticas y lenguajes específicos.	X	
4. Establece foros de comunicación entre usuarios, utilizando las redes sociales de ámbito empresarial.		X
5. Utiliza entornos de trabajo dirigidos al usuario final (Web 2.0), integrando herramientas informáticas y recursos de Internet		X

4.- Metodología.

Orientaciones pedagógicas:

Este módulo contiene la formación necesaria para el desempeño de actividades relacionadas con la venta de productos/servicios a través de Internet. La función de ventas por Internet incluye aspectos como:

- La colaboración en la aplicación del plan de marketing digital.
- La realización de acciones encaminadas a la venta por Internet.
- El mantenimiento de la página web de la empresa.
- La actualización en tiempo real del catálogo online de productos.
- La gestión de la tienda virtual.
- La utilización de redes sociales para potenciar las ventas.
- La inclusión de la empresa en entornos de ventas Web 2.0.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- La realización de ventas online.
- La confección de escaparates virtuales.
- En la programación de carritos de la compra online.
- La inclusión de nuestro comercio en redes sociales empresariales.

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

- Aplicación de técnicas de marketing digital.
- Gestión del catálogo digital de artículos y/o servicios.
- Atención de las ventas gestionadas desde la tienda virtual.
- Utilización de aplicaciones informáticas de creación y mantenimiento de páginas web.
- Inclusión de contenidos comerciales en redes sociales.

Se establecerán **estrategias didácticas** de tipo expositivo y de investigación. Para establecerlas, es útil conocer los tipos de aprendizaje según el autor David. P. Ausubel:

- Receptivo. Por explicación del profesor, material impreso, medios audiovisuales.
- Por descubrimiento. Descubre el material por sí mismo: guiado por el profesor en principio y después de manera autónoma.
- Memorístico de conceptos clave en los que después aplicar la práctica.

- **Significativo.** Relaciona los conceptos nuevos con los poseídos, con la experiencia y modifica esquemas conceptuales. Como el estudio del surtido y su posterior aplicación al lineal o el control de las acciones promocionales una vez entendidas esta

Métodos didácticos:

Aplicación combinada de los siguientes métodos didácticos para el desarrollo de las sesiones formativas:

- **Método constructivista del aprendizaje**, de forma que el alumnado sea participe del proceso y partiendo de sus conocimientos previos, la investigación personal y/o profesional, el contacto con la realidad de su entorno y las experiencias del grupo clase, puedan plantearse cuestiones de investigación centrándose en el interés del alumnado y que estos se conviertan en participantes totalmente activos de su propia formación. ¿Cómo lo haremos? Gracias a la evaluación inicial del curso y la valoración al final de la unidad de lo que van aprendiendo los alumnos por parte del profesor, poniendo de manifiesto los conocimientos y experiencias previas de los alumnos gracias a la puesta en común mediante actividades, casos prácticos introductorios, vídeos o documentales. Posteriormente se llevarán a cabo tareas de investigación relacionadas con los aspectos que se hayan puesto de manifiesto en la puesta en común, siendo mi labor como profesor orientarlos hacia aquellos aspectos necesarios para la adquisición de las competencias. Durante todas las sesiones el alumnado podrá realizar aportaciones que sirvan para enriquecer el desarrollo de estas y que servirán para profundizar en la unidad, en aspectos concretos de la misma o en su aplicación en el ámbito profesional específico o del entorno. Por ello siempre se hará referencia a los aspectos que ya conocen o hayan trabajado. El objetivo es que el proceso de aprendizaje tenga significado para los alumnos y en todo momento sientan que lo que aprenden les sirve realmente en el entorno donde quieren desarrollarse profesionalmente (aprendizaje significativo).
- **Método de trabajo en grupo**, donde el aprendizaje colaborativo está presente en todo momento. Este método cobra mucha importancia en este módulo donde el alumnado tiene que aprender a dirigir y a formar parte de un equipo para la gestión de eventos de marketing. ¿Cómo lo haremos? Por medio de trabajos con grupos permanentes y esporádicos de carácter heterogéneo, fomentando la interacción entre profesor-alumnos, entre alumnos del mismo grupo, pero también entre alumnos de otros cursos y ciclos, así como con el resto de la comunidad educativa. Para ello se le facilitará herramientas para poder llevar a cabo sus objetivos de forma óptima y favoreciendo las habilidades sociales y emocionales.

Se destaca la configuración de entre grupos heterogéneos de manera que los alumnos puedan aprender unos de otros, fomentando la tutorización entre iguales o la tutorización entre expertos en el caso de que encontremos alumnos especialmente hábiles o conocedores de ciertas disciplinas, tal y como puede ocurrir en un entorno de trabajo real.

Buena parte de los métodos de trabajo serán en grupo, sin embargo, también se trabajará de manera individual en base a poder reconocer el esfuerzo y aprendizaje individual.

- **Método expositivo**, en el que por medio de presentaciones y explicaciones se pueda ayudar al alumnado al inicio de cada acto didáctico sobre los objetivos a alcanzar, conjuntamente con los

contenidos específicos a tratar. Igualmente, este método me permitirá resumir y reforzar los puntos esenciales de cada módulo, unidad didáctica o contenidos tratados en el día a día. Muy útil también la resolución de dudas.

Este método expositivo siempre irá acompañado de pequeños ejercicios prácticos que ayuden y hagan participar al alumno, evitando la comunicación unidireccional y que la sesión sea sólo teórica.

Tipos de actividades

Actividades de enseñanza:

Se basan en captar la atención del alumnado en todo momento, explicando los contenidos acercándose a su entorno. Igualmente, y para conseguir autonomía en el desarrollo de sus funciones, se plantean actividades en las que tienen que realizar búsquedas o investigación para encontrar la solución a determinados casos expuestos. La puesta en común de todas las acciones que llevemos a cabo será vital.

Actividades de aprendizaje:

- Actividades de **inicio** como casos prácticos, dinámicas, debates, búsquedas, artículos o lluvias de ideas, vídeos, gamificación...
- Actividades de **desarrollo**: como las demostrativas (docencia directa o visita de expertos), las de investigación y aplicación (actividades de clase, casos prácticos, problemas, retos, trabajos prácticos)
- Actividades de **síntesis** como resúmenes y esquemas, en algunas ocasiones los casos recopilatorios de algunos RA constituyen en sí una actividad de síntesis, así como de relación entre los contenidos de cada RA.
- Actividades **digitales**; Incorporando el uso de las TAC (tecnología aplicada al aprendizaje y el conocimiento), con la utilización de dispositivos digitales (PC). Nuestro alumnado deberá dominar perfectamente las estrategias de búsqueda de información en la red, tanto a lo largo del curso para su aprendizaje como una vez finalizado el curso en su vida laboral, ya que están en contacto directo y continuo con las nuevas tecnologías, principalmente con Internet y su uso en dispositivos, además la mayoría de las actividades evaluables serán seguidas a través de la plataforma **Classroom** del centro. Estas actividades pueden ser de inicio, desarrollo, síntesis, refuerzo o ampliación.
- Actividades de **refuerzo y ampliación**. Las actividades de refuerzo estarán centradas en aquellas capacidades que el alumnado no haya podido conseguir. Las actividades de ampliación estarán enfocadas al alumnado que ha ido adquiriendo las capacidades necesarias durante la unidad y al que se le encomienda la investigación, profundización o resolución de tareas que lograrán enriquecer su conocimiento.

Para alcanzar los objetivos y competencias se desarrollarán las siguientes unidades:

UNIDAD	HORAS	TRIMESTRE	RA Y CE _s
UD 1. PLAN DE MARKETING DIGITAL	30 horas	PRIMER TRIMESTRE	1. a, c, e, f, g
UD 2 ACCIONES DE COMPRAVENTA ONLINE	15 horas	PRIMER TRIMESTRE	2. a, b, c, d, e, f, g
UD3. REALIZACIÓN DE PÁGINA WEB	20 horas	PRIMER TRIMESTRE	3. a, b, d, e, f, h
UD 4. RELACIONES CON OTROS USUARIOS DE LA RED	20 horas	SEGUNDO TRIMESTRE	4. a, b, c, d, e, f, g, h, i
UD 5. ENTORNOS WEB 2.0	20 horas	SEGUNDO TRIMESTRE	5. a, b, c, d, e, f, g
TOTAL HORAS	105 horas		

Planteamiento metodológico y actividades.

Como se ha expuesto anteriormente la programación se ha organizado en 5 unidades didácticas. La duración de cada una de ellas será flexible y estará en función del grado de complejidad de los contenidos y del ritmo de aprendizaje del grupo.

La temporalización de las actividades programadas en cada unidad didáctica variará en función del tipo de actividad, agrupamiento de los alumnos y alumnas y de los recursos utilizados teniendo en cuenta que será necesario adaptar la actividad al tiempo disponible, como es el caso de alguna actividad especial; y si existe alguna salida fuera del centro, actividad que habrá que programar con tiempo.

En cualquier caso, independientemente del número de sesiones de cada unidad de trabajo, el orden metodológico general a seguir será el siguiente:

1. **Introducción** al tema en clase sobre los conceptos, la estructura y procedimientos fundamentales de la unidad didáctica.
2. **Exploración inicial** para determinar qué grado de conocimiento tienen sobre lo que se tratará en la nueva unidad, verificando los conocimientos a través de cuestionarios, debates, gamificaciones.

3. **Desarrollo** de los contenidos. Es deseable que los contenidos sean fáciles de seguir por el alumno, que estén fuertemente estructurados y escritos con un lenguaje sencillo pero preciso. Las palabras y conceptos clave de la unidad didáctica deben señalarse, explicarse y definirse. Al terminar la explicación de cada epígrafe, o aspecto destacado de la unidad didáctica, se debería potenciar la asimilación de conocimientos mediante la realización de ejercicios y actividades prácticas. La explicación del profesor se realizará de forma presencial.
4. Realización de **casos prácticos, simulaciones y actividades** sobre los temas objeto de estudio, lo más cercanos a la realidad, con un grado creciente de dificultad. Se realizarán tareas tanto en clase como en casa y se subirán a la plataforma Classroom para su evaluación. Los casos prácticos de tipo proyecto siempre incluyen un debate con el grupo completo y en ocasiones la presentación al resto de compañeros, cuando el interés didáctico lo requiera.
5. Realización de **trabajos de investigación**, valorando la capacidad de trabajo en equipo y la exposición de resultados en público, así como ser capaces de obtener información relevante y saber utilizarla para diseñar cambios o mejoras en un entorno de trabajo de empresa.
6. **Recuperación, refuerzo y ampliación**. A lo largo de la unidad o después de las mismas para reforzar/ ampliar conocimientos.

5.- La evaluación, medios y criterios de calificación.

Dentro del marco legal de la ORDEN de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía. Se evaluará cada uno de los siguientes resultados de aprendizaje mediante las evidencias descritas en las siguientes tablas:

NOTA: el apartado “Evidencia” puede sufrir modificaciones por el carácter flexible de la programación, según vayan planteándose el curso para adaptarnos al grupo de clase.

NOTA: En el apartado “Evidencia” las entregas se refieren a casos prácticos individuales o grupales, trabajos de exposición o trabajos de investigación, las pruebas son teórica-prácticas y de carácter individual.

RA 1. Aplica las directrices del plan de marketing digital de la empresa, participando en su ejecución y sostenimiento.

Criterio de evaluación	Evidencia	Peso (25%)
a) Se han examinado las características generales y particulares de un plan de marketing digital capaz de alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.	Proyecto 1 (10%)	15 %
c) Se han ejecutado los procesos de publicidad y promoción online ajustados a la normativa legal existente.	Entrega 1 (5 %)	
e) Se han evaluado los desafíos del marketing electrónico: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad.		

RA 1. Aplica las directrices del plan de marketing digital de la empresa, participando en su ejecución y sostenimiento.

f) Se han gestionado electrónicamente las relaciones con los clientes, definiendo el programa de fidelización y las herramientas que se van a utilizar. g) Se han reconocido las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente en el marketing digital.	Entrega 2 (5%) Prueba 1 (5%)	10 %

RA2. Realiza las acciones necesarias para efectuar ventas online, aplicando las políticas de comercio electrónico definidas por la empresa.

Criterio de evaluación	Evidencia	Peso (25%)
a) Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio online. b) Se han definido acciones de captación de clientes enfocadas al comercio electrónico. c) Se han identificado los modelos de negocio convencionales y electrónicos existentes en la red. d) Se ha diseñado una tienda virtual. e) Se ha planificado la gestión de los pedidos recibidos y todo el proceso logístico. f) Se han establecido los medios de pago que se van a utilizar. g) Se han seleccionado los sistemas de seguridad que garanticen la privacidad e invulnerabilidad de las operaciones.	Prueba 2 (5%) Proyecto 2 (20%)	25 %

Criterio de evaluación

Peso (25%)

Entrega 3
(5%)

25 %

Proyecto 3 (20%)

f) Se ha construido una página web eficiente para el comercio electrónico.

RA4. Establece foros de comunicación entre usuarios, utilizando las redes sociales de ámbito empresarial.

Criterio de evaluación	Evidencia	Peso (20%)
a) Se han utilizado programas web para mantener cibercharlas de texto. b) Se han manejado aplicaciones de mensajería instantánea. c) Se han aplicado sistemas de comunicación oral que utilizan solo sonido o sonido e imagen. d) Se han propuesto temas de contenido profesional a través de blogs temáticos. e) Se han establecido contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional. f) Se han efectuado comunicaciones, publicidad y ventas con otros usuarios de la red a través de redes sociales. g) Se han generado contenidos audiovisuales y fotográficos de la actividad, productos y procesos comerciales.	Proyecto 4 (20%)	20 %

RA5. Utiliza entornos de trabajo dirigidos al usuario final (Web 2.0), integrando herramientas informáticas y recursos de Internet.

Criterio de evaluación	Evidencia	Peso (5%)
a) Se han definido los modelos y funcionalidades Web 2.0. existentes en la red. b) Se han utilizado los recursos gratuitos y libres incluidos en los sitios Web 2.0. c) Se han aplicado los resultados obtenidos en el entorno Web 2.0 mediante la información (feedback) proporcionada por los usuarios. d) Se han realizado las tareas necesarias para que la empresa esté presente, además de en su propio sitio web, en buscadores, redes sociales, blogs y chats y foros, entre otros. e) Se han seleccionado las acciones necesarias para integrar el comercio electrónico con funcionalidades propias de la Web 2.0.	Proyecto 5 (5%)	5 %

PROCESO DE EVALUACIÓN EN LOS CICLOS FORMATIVOS DE GRADO MEDIO Y SUPERIOR.

Todos los módulos de los ciclos formativos se rigen por la **ORDEN de 29 de septiembre de 2010**, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Los porcentajes que corresponden a cada criterio de evaluación en los que se basan los exámenes prácticos así como el resto de actividades formativas, se encuentran detallados en las programaciones de los distintos módulos, disponibles en la web del centro.

Este proceso de evaluación es válido para todos los módulos profesionales impartidos por el departamento de Comercio y Marketing.

Aspectos a tener en cuenta:**A) Para superar las pruebas teórico-prácticas:**

1. Se necesitará obtener como mínimo una puntuación de **5 puntos, utilizando una evaluación criterial para aprobar cada una de ellas**
2. Si el alumno/a no asiste y presenta documentación justificativa **oficial** (máximo 3 días lectivos tras la falta), podrá realizar de nuevo esa prueba el día fijado para la recuperación de la correspondiente evaluación. Si no superase esta prueba, podría realizar la recuperación de la misma, que se realizaría antes de la celebración de la evaluación correspondiente.
3. Las pruebas teórico-prácticas tienen carácter individual y cualquier ayuda que pudiera tener el alumno/a, ya sea de un compañero/a o a través de algún instrumento de apoyo no permitido, supondrá la retirada de la prueba y su inmediata **anulación**, teniendo que realizarla en el periodo de recuperación de junio el alumnado de primer curso y antes de realizar la evaluación previa del módulo de formación en centros de trabajo, el alumnado de segundo curso.
4. Para superar el módulo se han de aprobar todas las pruebas teórico-prácticas
5. Se abrirá un plazo de recuperación antes de cada evaluación cuando su calificación criterial sea menor de cinco y para los no presentados según tiempo y forma, y otro plazo de recuperación más adicional en el periodo de recuperación de junio en el caso de que aún no se hubieran superado alguna/s de las pruebas

B) Para superar las entregas (actividades, proyectos...):

1. Para aprobar el módulo deberán estar presentados **TODAS en tiempo y forma** y tener una **puntuación criterial mínima de 5 puntos en cada una de ellas**.
2. Deben realizarse en clase o en el taller, dentro de la organización normal de las clases. También pueden ser realizadas por el alumnado en casa y colgadas en la plataforma Moodle /Classroom dentro del plazo y forma indicadas.
3. En ningún caso, corresponde al profesor/a la tarea de recordar al alumnado que no haya presentado alguna de sus actividades, proyectos y entregas que proceda a subsanar dicha situación. Se considera que el alumnado, tiene la madurez personal y profesional suficiente como para ser conscientes de lo que no haya entregado puntualmente. El propio alumnado deberá llevar un sistema adecuado de control de esto, así como de las calificaciones obtenidas en las pruebas realizadas a lo largo del curso.

4. Se abrirá un plazo de recuperación antes de cada evaluación cuando su calificación criterial sea menor de cinco y para las no presentadas según tiempo y forma, y otro plazo de recuperación más adicional en el periodo de recuperación de junio en el caso de que aún no se hubieran superado alguna/s de las entregas.

C) Evaluación continua: de acuerdo con la **ORDEN de 29 de septiembre de 2010** en su artículo 2.2 la aplicación de la evaluación continua requiere la asistencia regular a clase y participación en las actividades programadas del ciclo formativo, aquellos alumnos/as que incumplan esto no podrán ser evaluados mediante dicha evaluación continua y tendrán que superar **TODAS las entregas, actividades, proyectos y pruebas teórico-prácticas** directamente en el periodo de recuperaciones de junio. Concretamente se ha establecido que más de un 20 % de faltas injustificadas del total de horas de un módulo supone la pérdida de la evaluación continua para dicha materia.

Nota Competencias Personales y Sociales

La participación activa y positiva en clase, colaboración y participación en entregas grupales o la entrega de trabajos en tiempo y forma pueden ser evaluados de manera conjunta con los criterios de evaluación de cada uno de los resultados de aprendizaje por el profesor, se trabajan y evalúan en consonancia a estos criterios.

Nota para entregas con exposición

En el caso de entregas de tareas con exposición bien sean grupales o individuales, los alumnos que no expongan en el día y horas indicadas (salvo justificación documentada) no superan estas y tendrán que realizar de nuevo la entrega (nuevo trabajo también en el caso de trabajo entregado pero no expuesto) y también exponerlo/a en el periodo indicado por el profesor para recuperar las entregas suspensas.

Los alumnos que justifiquen esta y entregan en tiempo y forma el trabajo, tendrán la posibilidad de cerrar con el profesor un día y hora para realizar la exposición y si es superada no van con dicha entrega a recuperaciones.

Nota coevaluación de actividades grupales

En las actividades grupales, si algún miembro del grupo lo solicita, los alumnos reflejarán el trabajo que ha realizado cada uno y su porcentaje de implicación mediante un documento firmado de acuerdo por todos los integrantes del grupo, estos aspectos repercutirán en la nota del trabajo de manera individual para cada alumno/a de manera que se garantice la participación de todos los integrantes del grupo de trabajo.

Nota entregas proyectos

El desarrollo de un evento de marketing en el caso de que se desarrolle sobre la misma empresa, marca, producto... de manera continua en varias de las entregas a lo largo del curso, es un trabajo por proyectos esto supone que tras la entrega de una fase los alumnos/as deben corregir sus fallos para poder avanzar a la

siguiente fase, en estos casos la no entrega de dos entregas parciales de proyecto o la no corrección de los errores tras dos entregas corregidas por el profesor, conlleva que todas las entregas vinculadas a ese evento (pasadas y futuras) van al periodo de recuperación de la segunda evaluación previa a la FCT (en el caso de que se persista sin subsanar van a junio) . En estos trabajos al ser continuos, si son por grupos, un alumno/a tiene la opción de separarse del compañero/a en el caso de que su otro compañero/s no rindan (siempre tiene que quedar constancia en varios documentos de coevaluación de entregas previas firmadas por todos los miembros del grupo) y depende del avance que lleven estas tareas el profesor decidirá si continúa solo o con otro grupo en las siguientes entregas del mismo.

Periodo entre la 2ª evaluación parcial y la evaluación final

Este periodo que está regulado en la normativa vigente será dedicado prioritariamente a la adquisición de aprendizajes no adquiridos por parte del alumnado con evaluación negativa y que por tanto no van a FCT. El alumno asistirá a la mitad de horas programadas del módulo a clases de apoyo con el profesor para intentar recuperar los RA no superados de cara a la evaluación final del curso.

En este periodo el alumno debe realizar aquellas pruebas, proyectos, actividades y prácticas que no hayan superado, no alcanzando sus competencias profesionales, personales y/o sociales previstas ni consiguiendo por tanto los objetivos del módulo.

Una vez realizada la propuesta de nota final del módulo en junio, los alumnos que hayan superado el módulo y que deseen mejorar su nota final, deberán realizar la petición en el plazo estimado y deberán realizar aquellas prácticas, pruebas o actividades en las que haya obtenido más baja puntuación y que le serán indicadas (un máximo de 6 evidencias), para decidir cuáles se hacen se mantendrá una reunión previa con el profesor.

6.- Medidas de atención al alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo.

Aquellos alumnos que presenten problemas de aprendizaje o algún tipo de deficiencia se les garantizará el acceso a las pruebas de evaluación, proporcionándoles materiales específicos que les facilite la comprensión de los contenidos y realización de prácticas.

Las actividades estarán diseñadas para atender a todo el alumnado, si se detectara cualquier necesidad educativa se dará respuesta de inmediato según el protocolo n.e.a.e. (necesidades específicas de apoyo educativo). Así, nuestra actuación se centrará básicamente en:

- ❖ Atención a la diversidad de ritmos, aptitudes, intereses, expectativas y motivaciones del alumnado. Para dar respuesta a los distintos ritmos de aprendizaje, aptitudes, intereses, expectativas y motivaciones del alumnado al que hemos hecho referencia anteriormente y con los que nos encontramos inevitablemente en todos los cursos, estableceré dos tipos de actividades concretas, unas serán de refuerzo y otras de ampliación:
 - Si se aprecia la existencia de alumnos con un ritmo más acelerado de aprendizaje, se les propondrá **actividades de ampliación**, que generalmente consistirán en la realización de alguna investigación referente a los contenidos que se estén trabajando para motivarlos y que se impliquen en su proceso de enseñanza-aprendizaje.
 - Si se aprecia alumnos con posibles dificultades de aprendizaje (ritmo más lento) o con problemas de motivación o falta de interés, se les propondrá la realización de **actividades de refuerzo**, que los introduzca en los contenidos de la materia y les ayude a seguir el ritmo de la clase con menor dificultad, así como la selección de actividades y el desarrollo de una metodología motivadora y que despierte su interés.
- ❖ Atención a alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo. Se contemplan las siguientes medidas de atención a la diversidad para atender a este alumnado que lo necesite cuando se detecte la necesidad:
 - Situarlo en primera fila o un lugar dónde pueda tener un compañero de apoyo, a no ser que el alumno progrese bien en el sitio dónde se encuentre.
 - Actividades muy pautadas con instrucciones claras y concisas.

- Supervisión constante: Si la tarea es muy larga fragmentarla. Para facilitar su implicación en las tareas incrementar el número de veces que se supervisa su trabajo. Apoyo en las explicaciones y más atención en su consecución de los estándares.
- Actividades variadas con diferente nivel de dificultad con intención de desarrollarlas con el alumnado en clase. Para aquellos alumnos/as que no tienen problemas en realizar las actividades básicas propuestas para todos/as, se pueden diseñar actividades más complejas (actividades de ampliación), y, por otra parte, para aquellos/as que se ha detectado que tienen problemas para la consecución de las actividades básicas, se plantea otras más sencillas que presentan menor nivel de dificultad (actividades de refuerzo).
- Flexibilidad en los tiempos asignados a las actividades en función de las dificultades encontradas por el alumnado.
- Se podrán crear si se ve conveniente, grupos de cooperación en el que los/as alumnos/as más aventajados orientarán y ayudarán a aquellos/as compañeros/as que necesiten más tiempo y refuerzo en la ejecución de las tareas, cuando la profesora esté ocupada trabajando con el resto del grupo.

Para concluir, destacar que la planificación de esta programación y su puesta en práctica va a tener en cuenta la diversidad del alumnado y las consiguientes necesidades educativas con el fin de:

- Prevenir la aparición o evitar la consolidación de dificultades de aprendizaje.
- Facilitar el proceso de maduración y autonomía del alumnado.
- Fomentar actitudes de respeto a las diferencias individuales.

7.- Transversalidad.

Expresamente, en nuestra programación estableceremos los siguientes elementos transversales para el fomento y desarrollo de la educación en valores:

- Fomentar el emprendimiento y la innovación.
- La educación moral y cívica: fomentando actitudes de respeto hacia el compañero, otras culturas y tolerancia con otras ideas. Esto se llevará a cabo con actividades en grupo y debate.
- Las Tics.: la creciente importancia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, conocidas como TIC, que agrupan elementos y técnicas utilizadas en el tratamiento y transmisión de información, en general informática, Internet y telecomunicaciones, con búsqueda de definiciones para términos claves, así como el uso habitual de Moodle.
- Cultura andaluza: siempre que sea posible, con especial hincapié en datos de investigación sobre la cultura empresarial andaluza.

Los anteriores elementos tendrán su concreción en los contenidos transversales establecidos a través de las unidades didácticas y cuyo fin será la búsqueda de la asimilación y el desarrollo de la educación en los valores seleccionados en nuestro alumnado.

8.- Materiales y recursos didácticos.

Se hace necesario tanto para el profesor como para el alumno disponer continuamente de un dispositivo informático adecuado para trabajar en la plataforma Classroom y realizar trabajos con implicación de TICS en el campo del Comercio y Marketing. A modo de resumen podemos indicar los siguientes:

1. Cuaderno de clase online: los alumnos deberán reflejar en él todas las actividades que se realicen en clase y en casa, de forma ordenada y limpia, y subirlo en la plataforma Classroom en su correspondiente unidad.
2. Recursos impresos: complementarán el trabajo diario de clase. Algunos de estos materiales son: libros, prensa, catálogos, tickets, fotocopias. Podemos señalar los apuntes en PDF subidos a la plataforma como una guía para el trabajo diario de clase, sin perder de vista la base de la programación.
3. Encerado: la pizarra será un apoyo a las explicaciones del profesor y para las exposiciones de los alumnos, así como algunas correcciones de ejercicios. Podrá ser una aplicación del ordenador cuando haya videoconferencias.
4. Material audiovisual y visual: actualmente es un recurso importante por la motivación y el interés que suscita en el alumno, por lo que se intentará usar regularmente alguno de los siguientes materiales: fotografías, carteles, proyector/videoprojector, vídeos, programas televisivos, fragmentos de películas, emisiones radiofónicas.
5. Material informático: como parte fundamental de las Nuevas Tecnologías el alumno deberá manejar la herramienta de Internet para realizar diversas actividades de búsqueda de información. En general deberán usar el ordenador para trabajar en la plataforma Classroom, realizar búsquedas de información, actividades, trabajos, etc.

En este módulo además es relevante el uso de programas informáticos asociados al marketing.

9.- Actividades complementarias y extraescolares.

A lo largo del curso se intentarán adaptar todas las posibles, realizando las charlas de especialistas o de organismos a través de videoconferencia.

No obstante, se llevarán a cabo diferentes visitas a empresas con el fin de observar en la práctica los contenidos vistos en el aula. Así mismo, se recibirán visitas de especialistas en el centro que impartirán charlas y talleres al alumnado relacionados con los contenidos del módulo.

En la siguiente tabla se recogen las planteadas a principio de curso:

Actividad	Temporización
Empresas/ Entidades dedicadas al marketing	Todo el curso
Charlas de especialistas del sector en clase	Todo el curso
Charlas en diferentes localizaciones relacionadas con la materia	Todo el curso
Charlas de temáticas transversales	Todo el curso
Charlas sobre Analítica Digital	Todo el curso
Días mundiales señalados	Todo el curso
Visita a departamentos de Comercio y Marketing de empresas	Todo el curso
Visita a agencias de publicidad y marketing	Todo el curso

10.- Aportación del módulo al proyecto intermodular

De vital importancia para el proyecto intermodular de segundo curso son los siguientes resultados de aprendizaje:

RA3. Realiza el mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online, utilizando aplicaciones informáticas y lenguajes específicos.

RA4. Establece foros de comunicación entre usuarios, utilizando las redes sociales de ámbito empresarial.

El alumno deberá, dentro del proyecto intermodular, realizar una página web con tienda virtual, así como configurar, desarrollar y llevar a cabo las redes sociales de dicha empresa como parte principal del proyecto intermodular.

Programación didáctica

Módulo	HLC
Ciclo	T.M. Actividades Comerciales
Curso	Segundo
Familia	Comercio y marketing
Profesor/a	Cristina Bautista Benítez
Curso	2024/25



IES Huerta Alta



Unión Europea

Fondo Social Europeo
"El FSE invierte en tu futuro"



Índice:

- 1.- Introducción.**
- 2.- Objetivos y Competencias.**
- 3.- Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos.**
- 4.- Metodología.**
- 5.- La evaluación, medios y criterios de calificación.**
- 6.- Medidas para el alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo.**
- 7.- Transversalidad.**
- 8.- Materiales y recursos didácticos.**
- 9.- Actividades complementarias y extraescolares.**
- 10- Aportación del módulo al proyecto intermodular**

1.- Introducción

Perfil del alumnado

El alumnado procede del mismo Alhaurín de la Torre y zonas colindantes, enclavado el IES en la Urbanización Fuensanguinea, el municipio limita con Málaga, Cártama, Torremolinos, Mijas, Benalmádena y Alhaurín el Grande.

Sobre el rendimiento académico del alumnado en los ciclos, el alumnado suele dedicar tiempo estudio muy dispar, por ello es importante tener en cuenta los resultados de las evaluaciones iniciales que llevaremos a cabo a principio de curso.

La implicación de las familias y el entorno y su efecto positivo o negativo en la repercusión académica de los alumnos/as no es muy notable para los ciclos de grado medio y prácticamente inexistente para los alumnos de grado superior debido a las edades avanzadas de estos alumnos, no obstante se mantiene tutoría con los mayores de edad y con los tutores legales de los menores de edad durante todo el curso para intentar incentivarlo.

La convivencia en el centro para los ciclos formativos es ejemplar, salvo algún caso atípico los grupos cohesionan bien y el clima es muy bueno.

El centro tiene diversidad de edades y perfiles de alumnado y está muy bien organizado en este aspecto, al ser solo los ciclos destinados al horario de tarde con exclusividad este aspecto de heterogeneidad no influye al normal desarrollo de la convivencia.

Los alumnos/as del ciclo proceden de este mismo centro educativo tras cursar bachillerato, de otros centros de Alhaurín de la Torre, Alhaurín el Grande, Málaga, Fuengirola y Marbella. También existen alumnos/as que han accedido tras cursar el grado medio de Actividades comerciales.

Contexto socio-cultural

La población de Alhaurín de la Torre la componen 45.531 habitantes, los sexos son bastante equiparados 21.153 hombres y 21.378 mujeres, siendo la edad media 39,8 años de manera que no es un núcleo urbano excesivamente envejecido, propio de una ciudad dormitorio a solo unos 16 km de la capital malagueña.

Alhaurín de la Torre es uno de los municipios con más rápido crecimiento de la Costa del Sol, gracias en gran medida a su cercanía a Málaga y a la carretera costera A7 / N-340, así como al entusiasmo de sus habitantes por modernizar su municipio. Se trata de un área progresista que ha aprovechado plenamente las oportunidades comerciales que se le han presentado y que son vitales para el desarrollo profesional de los ciclos de actividades comerciales y marketing y publicidad de nueva implantación en el centro.

Con respecto a las comunicaciones Alhaurín de la Torre es accesible de las siguientes maneras: por el desvío de la N-340 Málaga-Cádiz: la A-404 dirección a Coín, a través de la autovía Campanillas-Parque Tecnológico sentido Cártama: salida a Churriana. y a través de la hiperronda de Málaga (MA-30), inaugurada en noviembre

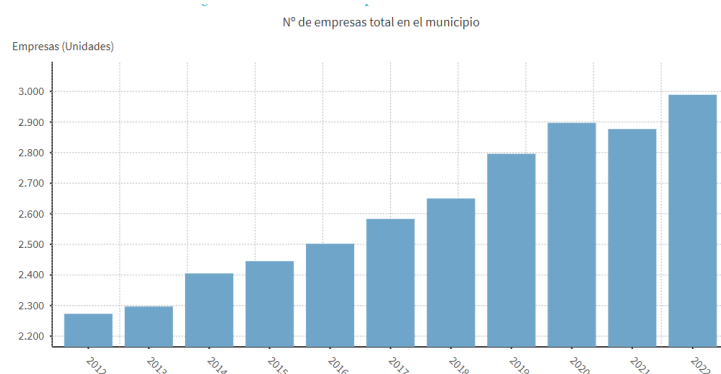
de 2011 que parte desde el Enlace de las Virreinas a Torremolinos y que conecta con la circunvalación del municipio.

Con respecto al mercado de trabajo el desempleo es de 2.137 mujeres frente a 1.160 hombres, no siendo uno de los municipios dónde existe mayor desigualdad de género en este aspecto. La tasa de paro de un 14 % se sitúa por debajo del 18 % de la capital, no obstante es la quinta con mayor tasa dentro de los municipios de más de 40.000 habitantes de la provincia.

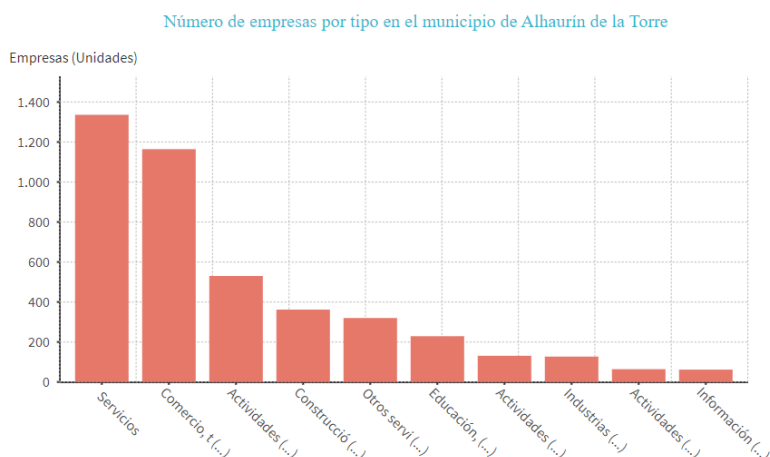
La renta bruta media del municipio ha experimentado crecimientos constantes en los últimos años de manera paralela al crecimiento de la población, siendo la mayor de la comarca del Guadalhorce.

El nivel educativo refleja bajo analafabetismo solo 390 personas según el IAE, y siendo el mayor porcentaje el de personas que tienen la enseñanza secundaria o bachillerato, no existiendo gran número de licenciados (si muchos más diplomados) equiparando las cifras de licenciados a los titulados como técnicos y técnicos superiores de formación profesional.

El número de empresas totales en el municipio ha presentado un ascenso progresivo en los últimos años rozando las 3.000 como puede observarse en el siguiente gráfico (INE).



Del total de empresas de la zona la gran mayoría se dedica a actividades relacionadas con el comercio y los servicios, siendo un dato positivo de cara a la inserción laboral de nuestros ciclos. Además se prevé la apertura en un año de un centro comercial en la localidad que desencadenará centenares de puestos de trabajo de la rama de comercio y marketing



NORMATIVA:

1. Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional
2. Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional.
3. Resolución de 26 de junio de 2024, de la Dirección General de Formación Profesional, por la que se dictan Instrucciones para regular aspectos relativos a la organización y al funcionamiento del curso 2024/2025 en la Comunidad Autónoma de Andalucía
4. Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación
5. 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.
6. Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía.
7. ORDEN de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
8. Real Decreto 39/1997, de 17 de enero por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención.
9. Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas
10. Orden de 28 de julio de 2015, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales.
11. Decreto 327/2010, de 13 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria

2.- Objetivos y Competencias

La **competencia general de este título** consiste en desarrollar actividades de distribución y comercialización de bienes y/o servicios, y en gestionar un pequeño establecimiento comercial, aplicando las normas de calidad y seguridad establecidas y respetando la legislación vigente.

La formación del módulo ayudará a alcanzar los siguientes **objetivos generales del título**, enunciados en el Anexo I de la Orden de 28 de julio de 2015:

- k) Seleccionar datos e introducirlos en la página web de la empresa, realizando su mantenimiento y buscando un buen posicionamiento, la facilidad de uso y la máxima persuasión para realizar acciones de comercio electrónico.
- q) Analizar y utilizar los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación para aprender y actualizar sus conocimientos, reconociendo las posibilidades de mejora profesional y personal, para adaptarse a diferentes situaciones profesionales y laborales.
- r) Desarrollar trabajos en equipo y valorar su organización, participando con tolerancia y respeto, y tomar decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía.

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

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

La formación del módulo contribuye a alcanzar las **competencias profesionales, personales y sociales** de este título que se relacionan a continuación:

m) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.

n) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.

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

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

q) Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de «diseño para todos» en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

3.- Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos.

RA1. Comprender los Fundamentos del Marketing en Buscadores	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se han identificado los elementos que configuran el marketing de buscadores. b) Se han definido los procesos de posicionamiento y marketing online.	- Alta en buscadores y en directorios especializados. - Características específicas del cliente online. - Marketing en buscadores: SEM, SEO y campañas en páginas afines.

RA: 2. Aplicar Técnicas de Optimización SEO en Páginas Web	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se han ejecutado los procesos de posicionamiento y marketing online (SEO) b) Se han incluido en la web enlaces de interés capaces de generar tráfico orientado e interesado en lo que se ofrece. c) Se ha registrado la dirección de páginas web con dominio propio o con alojamiento gratuito. d) Se han redactado las sentencias más utilizadas en lenguaje de etiquetas de hipertexto (HTML).	- Selección y registro de dominio. - Lenguaje HTML. - Elección del servidor para alojar páginas web.

RA: 3 Configurar y Optimizar Campañas en Google Ads para una Estrategia SEM Efectiva

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se han establecido las pautas que hay que seguir para realizar la publicidad y promoción online. b) Se han ejecutado los procesos de publicidad y promoción online ajustados a la normativa legal existente (SEM)	- Comprender el funcionamiento de Google Ads y sus campañas de pago por clic (PPC). - Conocer cómo usar Google Analytics para medir el rendimiento de un sitio web. - Establecer objetivos y conversiones en Marketing Digital.

Temporalización de los Resultados de Aprendizaje

RESULTADO DE APRENDIZAJE	1T	2T
1. Comprender los Fundamentos del Marketing en Buscadores	X	
2. Aplicar Técnicas de Optimización SEO en Páginas Web	X	
3. Configurar y Optimizar Campañas en Google Ads para una Estrategia SEM Efectiva	X	X

4.- Metodología.

Orientaciones pedagógicas:

Este módulo contiene la formación necesaria para el desempeño de actividades relacionadas con la venta de productos/servicios a través de Internet. La función de ventas por Internet incluye aspectos como:

- La colaboración en la aplicación del plan de marketing digital.
- La realización de acciones encaminadas a la venta por Internet.
- El mantenimiento de la página web de la empresa.
- La actualización en tiempo real del catálogo online de productos.
- La gestión de la tienda virtual.
- La utilización de redes sociales para potenciar las ventas.
- La inclusión de la empresa en entornos de ventas Web 2.0.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- La realización de ventas online.
- La confección de escaparates virtuales.
- En la programación de carritos de la compra online.
- La inclusión de nuestro comercio en redes sociales empresariales.

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

- Aplicación de técnicas de marketing digital.
- Gestión del catálogo digital de artículos y/o servicios.
- Atención de las ventas gestionadas desde la tienda virtual.
- Utilización de aplicaciones informáticas de creación y mantenimiento de páginas web.
- Inclusión de contenidos comerciales en redes sociales.

Se establecerán **estrategias didácticas** de tipo expositivo y de investigación. Para establecerlas, es útil conocer los tipos de aprendizaje según el autor David. P. Ausubel:

- Receptivo. Por explicación del profesor, material impreso, medios audiovisuales.
- Por descubrimiento. Descubre el material por sí mismo: guiado por el profesor en principio y después de manera autónoma.
- Memorístico de conceptos clave en los que después aplicar la práctica.

- **Significativo.** Relaciona los conceptos nuevos con los poseídos, con la experiencia y modifica esquemas conceptuales. Como el estudio del surtido y su posterior aplicación al lineal o el control de las acciones promocionales una vez entendidas esta

Métodos didácticos:

Aplicación combinada de los siguientes métodos didácticos para el desarrollo de las sesiones formativas:

- **Método constructivista del aprendizaje**, de forma que el alumnado sea participe del proceso y partiendo de sus conocimientos previos, la investigación personal y/o profesional, el contacto con la realidad de su entorno y las experiencias del grupo clase, puedan plantearse cuestiones de investigación centrándose en el interés del alumnado y que estos se conviertan en participantes totalmente activos de su propia formación. ¿Cómo lo haremos? Gracias a la evaluación inicial del curso y la valoración al final de la unidad de lo que van aprendiendo los alumnos por parte del profesor, poniendo de manifiesto los conocimientos y experiencias previas de los alumnos gracias a la puesta en común mediante actividades, casos prácticos introductorios, vídeos o documentales. Posteriormente se llevarán a cabo tareas de investigación relacionadas con los aspectos que se hayan puesto de manifiesto en la puesta en común, siendo mi labor como profesor orientarlos hacia aquellos aspectos necesarios para la adquisición de las competencias. Durante todas las sesiones el alumnado podrá realizar aportaciones que sirvan para enriquecer el desarrollo de estas y que servirán para profundizar en la unidad, en aspectos concretos de la misma o en su aplicación en el ámbito profesional específico o del entorno. Por ello siempre se hará referencia a los aspectos que ya conocen o hayan trabajado. El objetivo es que el proceso de aprendizaje tenga significado para los alumnos y en todo momento sientan que lo que aprenden les sirve realmente en el entorno donde quieren desarrollarse profesionalmente (aprendizaje significativo).
- **Método de trabajo en grupo**, donde el aprendizaje colaborativo está presente en todo momento. Este método cobra mucha importancia en este módulo donde el alumnado tiene que aprender a dirigir y a formar parte de un equipo para la gestión de eventos de marketing. ¿Cómo lo haremos? Por medio de trabajos con grupos permanentes y esporádicos de carácter heterogéneo, fomentando la interacción entre profesor-alumnos, entre alumnos del mismo grupo, pero también entre alumnos de otros cursos y ciclos, así como con el resto de la comunidad educativa. Para ello se le facilitará herramientas para poder llevar a cabo sus objetivos de forma óptima y favoreciendo las habilidades sociales y emocionales.

Se destaca la configuración de entre grupos heterogéneos de manera que los alumnos puedan aprender unos de otros, fomentando la tutorización entre iguales o la tutorización entre expertos en el caso de que encontremos alumnos especialmente hábiles o conocedores de ciertas disciplinas, tal y como puede ocurrir en un entorno de trabajo real.

Buena parte de los métodos de trabajo serán en grupo, sin embargo, también se trabajará de manera individual en base a poder reconocer el esfuerzo y aprendizaje individual.

- **Método expositivo**, en el que por medio de presentaciones y explicaciones se pueda ayudar al alumnado al inicio de cada acto didáctico sobre los objetivos a alcanzar, conjuntamente con los

contenidos específicos a tratar. Igualmente, este método me permitirá resumir y reforzar los puntos esenciales de cada módulo, unidad didáctica o contenidos tratados en el día a día. Muy útil también la resolución de dudas.

Este método expositivo siempre irá acompañado de pequeños ejercicios prácticos que ayuden y hagan participar al alumno, evitando la comunicación unidireccional y que la sesión sea sólo teórica.

Tipos de actividades

Actividades de enseñanza:

Se basan en captar la atención del alumnado en todo momento, explicando los contenidos acercándose a su entorno. Igualmente, y para conseguir autonomía en el desarrollo de sus funciones, se plantean actividades en las que tienen que realizar búsquedas o investigación para encontrar la solución a determinados casos expuestos. La puesta en común de todas las acciones que llevemos a cabo será vital.

Actividades de aprendizaje:

- Actividades de **inicio** como casos prácticos, dinámicas, debates, búsquedas, artículos o lluvias de ideas, vídeos, gamificación...
- Actividades de **desarrollo**: como las demostrativas (docencia directa o visita de expertos), las de investigación y aplicación (actividades de clase, casos prácticos, problemas, retos, trabajos prácticos)
- Actividades de **síntesis** como resúmenes y esquemas, en algunas ocasiones los casos recopilatorios de algunos RA constituyen en sí una actividad de síntesis, así como de relación entre los contenidos de cada RA.
- Actividades **digitales**; Incorporando el uso de las TAC (tecnología aplicada al aprendizaje y el conocimiento), con la utilización de dispositivos digitales (PC). Nuestro alumnado deberá dominar perfectamente las estrategias de búsqueda de información en la red, tanto a lo largo del curso para su aprendizaje como una vez finalizado el curso en su vida laboral, ya que están en contacto directo y continuo con las nuevas tecnologías, principalmente con Internet y su uso en dispositivos, además la mayoría de las actividades evaluables serán seguidas a través de la plataforma **Classroom** del centro. Estas actividades pueden ser de inicio, desarrollo, síntesis, refuerzo o ampliación.
- Actividades de **refuerzo y ampliación**. Las actividades de refuerzo estarán centradas en aquellas capacidades que el alumnado no haya podido conseguir. Las actividades de ampliación estarán enfocadas al alumnado que ha ido adquiriendo las capacidades necesarias durante la unidad y al que se le encomienda la investigación, profundización o resolución de tareas que lograrán enriquecer su conocimiento.

Para alcanzar los objetivos y competencias se desarrollarán las siguientes unidades:

UNIDAD	HORAS	TRIMESTRE	RA Y CE _s
UD 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING EN BUSCADORES	3 horas	PRIMER TRIMESTRE	1. a, b
UD 2. FUNDAMENTOS DE SEO (ON-PAGE Y OFF-PAGE)	3 horas	PRIMER TRIMESTRE	2. a, b, c, d
UD3. HERRAMIENTAS Y TÉCNICAS SEO	3 horas	PRIMER TRIMESTRE	2. a, b, c, d
UD4. ESTRATEGIAS DE CREACIÓN DE CONTENIDO SEO	3 horas	PRIMER TRIMESTRE	2. a, b, c, d
UD5. INTRODUCCIÓN A GOOGLE ADS	3 horas	PRIMER TRIMESTRE	3. a, b
UD6. CONFIGURACIÓN Y OPTIMIZACIÓN DE CAMPAÑAS EN GOOGLE ADS	3 horas	SEGUNDO TRIMESTRE	3. a, b
UD7. MONITORIZACIÓN Y MEJORAS DE CAMPAÑAS SEM	3 horas	SEGUNDO TRIMESTRE	3. a, b
UD8. INTRODUCCIÓN A GOOGLE ANALYTICS	3 horas	SEGUNDO TRIMESTRE	3. a, b
UD9. ANALÍTICA WEB Y SEGUIMIENTO DE CONVERSIONES	3 horas	SEGUNDO TRIMESTRE	3. a, b
TOTAL HORAS	27 horas		

Planteamiento metodológico y actividades.

Como se ha expuesto anteriormente la programación se ha organizado en 9 unidades didácticas. La duración de cada una de ellas será flexible y estará en función del grado de complejidad de los contenidos y del ritmo de aprendizaje del grupo.

La temporalización de las actividades programadas en cada unidad didáctica variará en función del tipo de actividad, agrupamiento de los alumnos y alumnas y de los recursos utilizados teniendo en cuenta que será necesario adaptar la actividad al tiempo disponible, como es el caso de alguna actividad especial; y si existe alguna salida fuera del centro, actividad que habrá que programar con tiempo.

En cualquier caso, independientemente del número de sesiones de cada unidad de trabajo, el orden metodológico general a seguir será el siguiente:

1. **Introducción** al tema en clase sobre los conceptos, la estructura y procedimientos fundamentales de la unidad didáctica.
2. **Exploración inicial** para determinar qué grado de conocimiento tienen sobre lo que se tratará en la nueva unidad, verificando los conocimientos a través de cuestionarios, debates, gamificaciones.
3. **Desarrollo** de los contenidos. Es deseable que los contenidos sean fáciles de seguir por el alumno, que estén fuertemente estructurados y escritos con un lenguaje sencillo pero preciso. Las palabras y conceptos clave de la unidad didáctica deben señalarse, explicarse y definirse. Al terminar la explicación de cada epígrafe, o aspecto destacado de la unidad didáctica, se debería potenciar la asimilación de conocimientos mediante la realización de ejercicios y actividades prácticas. La explicación del profesor se realizará de forma presencial.
4. Realización de **casos prácticos, simulaciones y actividades** sobre los temas objeto de estudio, lo más cercanos a la realidad, con un grado creciente de dificultad. Se realizarán tareas tanto en clase como en casa y se subirán a la plataforma Classroom para su evaluación. Los casos prácticos de tipo proyecto siempre incluyen un debate con el grupo completo y en ocasiones la presentación al resto de compañeros, cuando el interés didáctico lo requiera.
5. Realización de **trabajos de investigación**, valorando la capacidad de trabajo en equipo y la exposición de resultados en público, así como ser capaces de obtener información relevante y saber utilizarla para diseñar cambios o mejoras en un entorno de trabajo de empresa.
6. **Recuperación, refuerzo y ampliación**. A lo largo de la unidad o después de las mismas para reforzar/ ampliar conocimientos.

5.- La evaluación, medios y criterios de calificación.

Dentro del marco legal de la ORDEN de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía. Se evaluará cada uno de los siguientes resultados de aprendizaje mediante las evidencias descritas en las siguientes tablas:

NOTA: el apartado “Evidencia” puede sufrir modificaciones por el carácter flexible de la programación, según vayan planteándose el curso para adaptarnos al grupo de clase.

NOTA: En el apartado “Evidencia” las entregas se refieren a casos prácticos individuales o grupales, trabajos de exposición o trabajos de investigación, las pruebas son teórica-prácticas y de carácter individual.

RA 1. Aplica las directrices del plan de marketing digital de la empresa, participando en su ejecución y sostenimiento.

Criterio de evaluación	Evidencia	Peso (10%)
a) Se han identificado los elementos que configuran el marketing de buscadores. b) Se han definido los procesos de posicionamiento y marketing online.	Entrega 1 (10%)	10%

RA2. Aplicar Técnicas de Optimización SEO en Páginas Web

Criterio de evaluación	Evidencia	Peso (40%)
a) Se han ejecutado los procesos de posicionamiento y marketing online (SEO) b) Se han incluido en la web enlaces de interés capaces de generar tráfico orientado e interesado en lo que se ofrece. c) Se ha registrado la dirección de páginas web con dominio propio o con alojamiento gratuito. d) Se han redactado las sentencias más utilizadas en lenguaje de etiquetas de hipertexto (HTML).	Entrega 2 (10%) Entrega 3 (15%) Entrega 4 (15%)	40 %

RA3. Configurar y Optimizar Campañas en Google Ads para una Estrategia SEM Efectiva

Criterio de evaluación	Evidencia	Peso (50%)
a) Se han establecido las pautas que hay que seguir para realizar la publicidad y promoción online. b) Se han ejecutado los procesos de publicidad y promoción online ajustados a la normativa legal existente (SEM)	Entrega 5 (10%) Entrega 6 (10%) Entrega 7 (10%) Entrega 8 (10%) Entrega 9 (10%)	50 %

PROCESO DE EVALUACIÓN EN LOS CICLOS FORMATIVOS DE GRADO MEDIO Y SUPERIOR.

Todos los módulos de los ciclos formativos se rigen por la **ORDEN de 29 de septiembre de 2010**, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Los porcentajes que corresponden a cada criterio de evaluación en los que se basan los exámenes prácticos así como el resto de actividades formativas, se encuentran detallados en las programaciones de los distintos módulos, disponibles en la web del centro.

Este proceso de evaluación es válido para todos los módulos profesionales impartidos por el departamento de Comercio y Marketing.

Aspectos a tener en cuenta:**A) Para superar las pruebas teórico-prácticas:**

1. Se necesitará obtener como mínimo una puntuación de **5 puntos, utilizando una evaluación criterial para aprobar cada una de ellas**
2. Si el alumno/a no asiste y presenta documentación justificativa **oficial** (máximo 3 días lectivos tras la falta), podrá realizar de nuevo esa prueba el día fijado para la recuperación de la correspondiente evaluación. Si no superase esta prueba, podría realizar la recuperación de la misma, que se realizaría antes de la celebración de la evaluación correspondiente.
3. Las pruebas teórico-prácticas tienen carácter individual y cualquier ayuda que pudiera tener el alumno/a, ya sea de un compañero/a o a través de algún instrumento de apoyo no permitido, supondrá la retirada de la prueba y su inmediata **anulación**, teniendo que realizarla en el periodo de recuperación de junio el alumnado de primer curso y antes de realizar la evaluación previa del módulo de formación en centros de trabajo, el alumnado de segundo curso.
4. Para superar el módulo se han de aprobar todas las pruebas teórico-prácticas
5. Se abrirá un plazo de recuperación antes de cada evaluación cuando su calificación criterial sea menor de cinco y para los no presentados según tiempo y forma, y otro plazo de recuperación más adicional en el periodo de recuperación de junio en el caso de que aún no se hubieran superado alguna/s de las pruebas

B) Para superar las entregas (actividades, proyectos...):

1. Para aprobar el módulo deberán estar presentados **TODAS en tiempo y forma** y tener una **puntuación criterial mínima de 5 puntos en cada una de ellas**.
2. Deben realizarse en clase o en el taller, dentro de la organización normal de las clases. También pueden ser realizadas por el alumnado en casa y colgadas en la plataforma Moodle /Classroom dentro del plazo y forma indicadas.
3. En ningún caso, corresponde al profesor/a la tarea de recordar al alumnado que no haya presentado alguna de sus actividades, proyectos y entregas que proceda a subsanar dicha situación. Se considera que el alumnado, tiene la madurez personal y profesional suficiente como para ser conscientes de lo que no haya entregado puntualmente. El propio alumnado deberá llevar un sistema adecuado de control de esto, así como de las calificaciones obtenidas en las pruebas realizadas a lo largo del curso.

4. Se abrirá un plazo de recuperación antes de cada evaluación cuando su calificación criterial sea menor de cinco y para las no presentadas según tiempo y forma, y otro plazo de recuperación más adicional en el periodo de recuperación de junio en el caso de que aún no se hubieran superado alguna/s de las entregas.

C) Evaluación continua: de acuerdo con la **ORDEN de 29 de septiembre de 2010** en su artículo 2.2 la aplicación de la evaluación continua requiere la asistencia regular a clase y participación en las actividades programadas del ciclo formativo, aquellos alumnos/as que incumplan esto no podrán ser evaluados mediante dicha evaluación continua y tendrán que superar **TODAS las entregas, actividades, proyectos y pruebas teórico-prácticas** directamente en el periodo de recuperaciones de junio. Concretamente se ha establecido que más de un 20 % de faltas injustificadas del total de horas de un módulo supone la pérdida de la evaluación continua para dicha materia.

Nota Competencias Personales y Sociales

La participación activa y positiva en clase, colaboración y participación en entregas grupales o la entrega de trabajos en tiempo y forma pueden ser evaluados de manera conjunta con los criterios de evaluación de cada uno de los resultados de aprendizaje por el profesor, se trabajan y evalúan en consonancia a estos criterios.

Nota para entregas con exposición

En el caso de entregas de tareas con exposición bien sean grupales o individuales, los alumnos que no expongan en el día y horas indicadas (salvo justificación documentada) no superan estas y tendrán que realizar de nuevo la entrega (nuevo trabajo también en el caso de trabajo entregado pero no expuesto) y también exponerlo/a en el periodo indicado por el profesor para recuperar las entregas suspensas.

Los alumnos que justifiquen esta y entregan en tiempo y forma el trabajo, tendrán la posibilidad de cerrar con el profesor un día y hora para realizar la exposición y si es superada no van con dicha entrega a recuperaciones.

Nota coevaluación de actividades grupales

En las actividades grupales, si algún miembro del grupo lo solicita, los alumnos reflejarán el trabajo que ha realizado cada uno y su porcentaje de implicación mediante un documento firmado de acuerdo por todos los integrantes del grupo, estos aspectos repercutirán en la nota del trabajo de manera individual para cada alumno/a de manera que se garantice la participación de todos los integrantes del grupo de trabajo.

Nota entregas proyectos

El desarrollo de un evento de marketing en el caso de que se desarrolle sobre la misma empresa, marca, producto... de manera continua en varias de las entregas a lo largo del curso, es un trabajo por proyectos esto supone que tras la entrega de una fase los alumnos/as deben corregir sus fallos para poder avanzar a la

siguiente fase, en estos casos la no entrega de dos entregas parciales de proyecto o la no corrección de los errores tras dos entregas corregidas por el profesor, conlleva que todas las entregas vinculadas a ese evento (pasadas y futuras) van al periodo de recuperación de la segunda evaluación previa a la FCT (en el caso de que se persista sin subsanar van a junio) . En estos trabajos al ser continuos, si son por grupos, un alumno/a tiene la opción de separarse del compañero/a en el caso de que su otro compañero/s no rindan (siempre tiene que quedar constancia en varios documentos de coevaluación de entregas previas firmadas por todos los miembros del grupo) y depende del avance que lleven estas tareas el profesor decidirá si continúa solo o con otro grupo en las siguientes entregas del mismo.

Periodo entre la 2ª evaluación parcial y la evaluación final

Este periodo que está regulado en la normativa vigente será dedicado prioritariamente a la adquisición de aprendizajes no adquiridos por parte del alumnado con evaluación negativa y que por tanto no van a FCT. El alumno asistirá a la mitad de horas programadas del módulo a clases de apoyo con el profesor para intentar recuperar los RA no superados de cara a la evaluación final del curso.

En este periodo el alumno debe realizar aquellas pruebas, proyectos, actividades y prácticas que no hayan superado, no alcanzando sus competencias profesionales, personales y/o sociales previstas ni consiguiendo por tanto los objetivos del módulo.

Una vez realizada la propuesta de nota final del módulo en junio, los alumnos que hayan superado el módulo y que deseen mejorar su nota final, deberán realizar la petición en el plazo estimado y deberán realizar aquellas prácticas, pruebas o actividades en las que haya obtenido más baja puntuación y que le serán indicadas (un máximo de 6 evidencias), para decidir cuáles se hacen se mantendrá una reunión previa con el profesor.

6.- Medidas de atención al alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo.

Aquellos alumnos que presenten problemas de aprendizaje o algún tipo de deficiencia se les garantizará el acceso a las pruebas de evaluación, proporcionándoles materiales específicos que les facilite la comprensión de los contenidos y realización de prácticas.

Las actividades estarán diseñadas para atender a todo el alumnado, si se detectara cualquier necesidad educativa se dará respuesta de inmediato según el protocolo n.e.a.e. (necesidades específicas de apoyo educativo). Así, nuestra actuación se centrará básicamente en:

- ❖ Atención a la diversidad de ritmos, aptitudes, intereses, expectativas y motivaciones del alumnado. Para dar respuesta a los distintos ritmos de aprendizaje, aptitudes, intereses, expectativas y motivaciones del alumnado al que hemos hecho referencia anteriormente y con los que nos encontramos inevitablemente en todos los cursos, estableceré dos tipos de actividades concretas, unas serán de refuerzo y otras de ampliación:
 - Si se aprecia la existencia de alumnos con un ritmo más acelerado de aprendizaje, se les propondrá **actividades de ampliación**, que generalmente consistirán en la realización de alguna investigación referente a los contenidos que se estén trabajando para motivarlos y que se impliquen en su proceso de enseñanza-aprendizaje.
 - Si se aprecia alumnos con posibles dificultades de aprendizaje (ritmo más lento) o con problemas de motivación o falta de interés, se les propondrá la realización de **actividades de refuerzo**, que los introduzca en los contenidos de la materia y les ayude a seguir el ritmo de la clase con menor dificultad, así como la selección de actividades y el desarrollo de una metodología motivadora y que despierte su interés.
- ❖ Atención a alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo. Se contemplan las siguientes medidas de atención a la diversidad para atender a este alumnado que lo necesite cuando se detecte la necesidad:
 - Situarlo en primera fila o un lugar dónde pueda tener un compañero de apoyo, a no ser que el alumno progrese bien en el sitio dónde se encuentre.
 - Actividades muy pautadas con instrucciones claras y concisas.

- Supervisión constante: Si la tarea es muy larga fragmentarla. Para facilitar su implicación en las tareas incrementar el número de veces que se supervisa su trabajo. Apoyo en las explicaciones y más atención en su consecución de los estándares.
- Actividades variadas con diferente nivel de dificultad con intención de desarrollarlas con el alumnado en clase. Para aquellos alumnos/as que no tienen problemas en realizar las actividades básicas propuestas para todos/as, se pueden diseñar actividades más complejas (actividades de ampliación), y, por otra parte, para aquellos/as que se ha detectado que tienen problemas para la consecución de las actividades básicas, se plantea otras más sencillas que presentan menor nivel de dificultad (actividades de refuerzo).
- Flexibilidad en los tiempos asignados a las actividades en función de las dificultades encontradas por el alumnado.
- Se podrán crear si se ve conveniente, grupos de cooperación en el que los/as alumnos/as más aventajados orientarán y ayudarán a aquellos/as compañeros/as que necesiten más tiempo y refuerzo en la ejecución de las tareas, cuando la profesora esté ocupada trabajando con el resto del grupo.

Para concluir, destacar que la planificación de esta programación y su puesta en práctica va a tener en cuenta la diversidad del alumnado y las consiguientes necesidades educativas con el fin de:

- Prevenir la aparición o evitar la consolidación de dificultades de aprendizaje.
- Facilitar el proceso de maduración y autonomía del alumnado.
- Fomentar actitudes de respeto a las diferencias individuales.

7.- Transversalidad.

Expresamente, en nuestra programación estableceremos los siguientes elementos transversales para el fomento y desarrollo de la educación en valores:

- Fomentar el emprendimiento y la innovación.
- La educación moral y cívica: fomentando actitudes de respeto hacia el compañero, otras culturas y tolerancia con otras ideas. Esto se llevará a cabo con actividades en grupo y debate.
- Las Tics.: la creciente importancia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, conocidas como TIC, que agrupan elementos y técnicas utilizadas en el tratamiento y transmisión de información, en general informática, Internet y telecomunicaciones, con búsqueda de definiciones para términos claves, así como el uso habitual de Moodle.
- Cultura andaluza: siempre que sea posible, con especial hincapié en datos de investigación sobre la cultura empresarial andaluza.

Los anteriores elementos tendrán su concreción en los contenidos transversales establecidos a través de las unidades didácticas y cuyo fin será la búsqueda de la asimilación y el desarrollo de la educación en los valores seleccionados en nuestro alumnado.

8.- Materiales y recursos didácticos.

Se hace necesario tanto para el profesor como para el alumno disponer continuamente de un dispositivo informático adecuado para trabajar en la plataforma Classroom y realizar trabajos con implicación de TICS en el campo del Comercio y Marketing. A modo de resumen podemos indicar los siguientes:

1. Cuaderno de clase online: los alumnos deberán reflejar en él todas las actividades que se realicen en clase y en casa, de forma ordenada y limpia, y subirlo en la plataforma Classroom en su correspondiente unidad.
2. Recursos impresos: complementarán el trabajo diario de clase. Algunos de estos materiales son: libros, prensa, catálogos, tickets, fotocopias. Podemos señalar los apuntes en PDF subidos a la plataforma como una guía para el trabajo diario de clase, sin perder de vista la base de la programación.
3. Encerado: la pizarra será un apoyo a las explicaciones del profesor y para las exposiciones de los alumnos, así como algunas correcciones de ejercicios. Podrá ser una aplicación del ordenador cuando haya videoconferencias.
4. Material audiovisual y visual: actualmente es un recurso importante por la motivación y el interés que suscita en el alumno, por lo que se intentará usar regularmente alguno de los siguientes materiales: fotografías, carteles, proyector/videoprojector, vídeos, programas televisivos, fragmentos de películas, emisiones radiofónicas.
5. Material informático: como parte fundamental de las Nuevas Tecnologías el alumno deberá manejar la herramienta de Internet para realizar diversas actividades de búsqueda de información. En general deberán usar el ordenador para trabajar en la plataforma Classroom, realizar búsquedas de información, actividades, trabajos, etc.

En este módulo además es relevante el uso de programas informáticos asociados al marketing.

9.- Actividades complementarias y extraescolares.

A lo largo del curso se intentarán adaptar todas las posibles, realizando las charlas de especialistas o de organismos a través de videoconferencia.

No obstante, se llevarán a cabo diferentes visitas a empresas con el fin de observar en la práctica los contenidos vistos en el aula. Así mismo, se recibirán visitas de especialistas en el centro que impartirán charlas y talleres al alumnado relacionados con los contenidos del módulo.

En la siguiente tabla se recogen las planteadas a principio de curso:

Actividad	Temporización
Empresas/ Entidades dedicadas al marketing	Todo el curso
Charlas de especialistas del sector en clase	Todo el curso
Charlas en diferentes localizaciones relacionadas con la materia	Todo el curso
Charlas de temáticas transversales	Todo el curso
Charlas sobre Analítica Digital	Todo el curso
Días mundiales señalados	Todo el curso
Visita a departamentos de Comercio y Marketing de empresas	Todo el curso
Visita a agencias de publicidad y marketing	Todo el curso

10.- Aportación del módulo al proyecto intermodular

De vital importancia para el proyecto intermodular de segundo curso son los siguientes resultados de aprendizaje:

RA1. Comprender los Fundamentos del Marketing en Buscadores

RA2. Aplicar Técnicas de Optimización SEO en Páginas Web

El alumno deberá, dentro del proyecto intermodular, realizar una estrategia SEO On-Page de su página web como parte principal del proyecto intermodular.

Programación didáctica

Módulo	Venta Técnicas (1230)
Ciclo	T. Actividades comerciales
Curso	Segundo
Familia	Comercio y marketing
Profesor/a	M^a Elena Sánchez Fontivero
Curso	2024/25

**IES Huerta Alta**

Unión Europea

Fondo Social Europeo
"El FSE invierte en tu futuro"

Índice:

-
- 1.- Introducción.
 - 2.- Objetivos y Competencias.
 - 3.- Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos.
 - 4.- Metodología.
 - 5.- La evaluación, medios y criterios de calificación.
 - 6.- Medidas para el alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo.
 - 7.- Transversalidad.
 - 8.- Materiales y recursos didácticos.
 - 9.- Actividades complementarias y extraescolares.

1.- Introducción

Perfil del alumnado

El alumnado procede del mismo Alhaurín de la Torre y zonas colindantes, enclavado el IES en la Urbanización Fuensanguinea, el municipio limita con Málaga, Cártama, Torremolinos, Mijas, Benalmádena y Alhaurín el Grande.

Sobre el rendimiento académico del alumnado en los ciclos, al ser de nueva implantación, no podemos en este primer curso abordar cuestiones referentes a los resultados o el tiempo que dedican a las tareas y el estudio, por ello es importante tener en cuenta los resultados de las evaluaciones iniciales que llevaremos a cabo a principio de curso.

Tampoco podemos valorar por el mismo motivo la implicación de las familias y el entorno y su efecto positivo o negativo en la repercusión académica de los alumnos/as, ni la convivencia en el centro. El centro tiene diversidad de edades y perfiles de alumnado y está muy bien organizado en este aspecto, al ser solo los ciclos destinados al horario de tarde con exclusividad este aspecto de heterogeneidad no influye al normal desarrollo de la convivencia.

Será muy importante el próximo curso evaluar la inserción laboral de los ciclos, estableciendo comparativas con la empleabilidad en el sector, hoy por hoy son datos que no disponemos al implantarse solo el primer curso del ciclo.

Los alumnos/as del ciclo proceden de este mismo centro educativo tras cursar bachillerato, de otros centros de Alhaurín de la Torre, Alhaurín el Grande, Málaga, Fuengirola y Marbella. También existen alumnos/as que han accedido tras cursar el grado medio de Actividades comerciales.

Contexto socio-cultural

La población de Alhaurín de la Torre la componen 45.531 habitantes, los sexos son bastante equiparados 21.153 hombres y 21.378 mujeres, siendo la edad media 39,8 años de manera que no es un núcleo urbano excesivamente envejecido, propio de una ciudad dormitorio a solo unos 16 km de la capital malagueña.

Alhaurín de la Torre es uno de los municipios con más rápido crecimiento de la Costa del Sol, gracias en gran medida a su cercanía a Málaga y a la carretera costera A7 / N-340, así como al entusiasmo de sus habitantes por modernizar su municipio. Se trata de un área progresista que ha aprovechado plenamente las oportunidades comerciales que se le han presentado y que son vitales para el desarrollo profesional de los ciclos de actividades comerciales y marketing y publicidad de nueva implantación en el centro.

Con respecto a las comunicaciones Alhaurín de la Torre es accesible de las siguientes maneras: por el desvío de la N-340 Málaga-Cádiz: la A-404 dirección a Coín, a través de la autovía Campanillas-Parque Tecnológico sentido Cártama: salida a Churriana. y a través de la

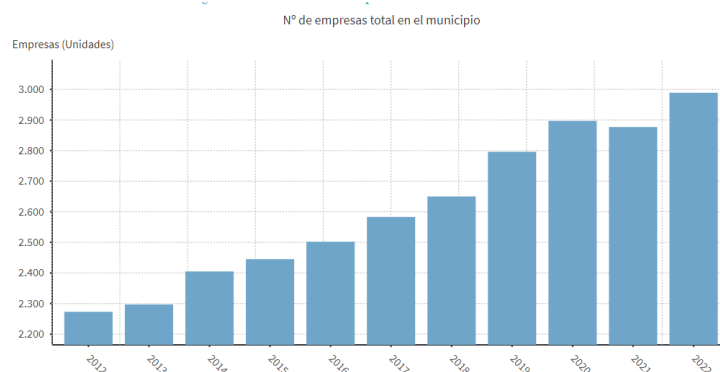
hiperronda de Málaga (MA-30), inaugurada en noviembre de 2011 que parte desde el Enlace de las Virreinas a Torremolinos y que conecta con la circunvalación del municipio.

Con respecto al mercado de trabajo el desempleo es de 2.137 mujeres frente a 1.160 hombres, no siendo uno de los municipios donde existe mayor desigualdad de género en este aspecto. La tasa de paro de un 14 % se sitúa por debajo del 18 % de la capital, no obstante, es la quinta con mayor tasa dentro de los municipios de más de 40.000 habitantes de la provincia.

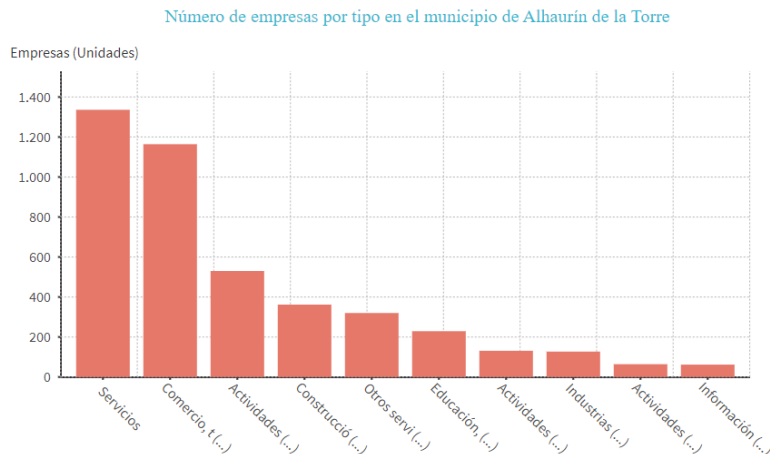
La renta bruta media del municipio ha experimentado crecimientos constantes en los últimos años de manera paralela al crecimiento de la población, siendo la mayor de la comarca del Guadalhorce.

El nivel educativo refleja bajo analfabetismo solo 390 personas según el IAE, y siendo el mayor porcentaje el de personas que tienen la enseñanza secundaria o bachillerato, no existiendo gran número de licenciados (si muchos más diplomados) equiparando las cifras de licenciados a los titulados como técnicos y técnicos superiores de formación profesional.

El número de empresas totales en el municipio ha presentado un ascenso progresivo en los últimos años rozando las 3.000 como puede observarse en el siguiente gráfico (INE).



Del total de empresas de la zona la gran mayoría se dedica a actividades relacionadas con el comercio y los servicios, siendo un dato positivo de cara a la inserción laboral de nuestros ciclos. Además, se prevé la apertura en un año de un centro comercial en la localidad que desencadenará centenares de puestos de trabajo de la rama de comercio y marketing



NORMATIVA:

1. Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional
2. Ley 5/2002. LEY ORGÁNICA 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional
3. Ley 2/ 2006. LEY ORGÁNICA 2/2006, de 3 de mayo, de Educación. LOE
4. Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo.
5. RD 1538/2006, Ordenación de FP (Derogada, pero con algunos apartados vigentes durante el presente curso)
6. 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
7. Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía.
8. ORDEN de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
9. Real Decreto 39/1997, de 17 de enero por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención
10. Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas.
11. Corrección de errores del REAL DECRETO 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas (BOE 12-03- 2012).
12. Orden de 28 de julio de 2015, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales
13. Decreto 327/2010, de 13 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria

2.- Objetivos y Competencias

El artículo 9 del Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas, establece los objetivos generales de las enseñanzas correspondientes al mismo.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales d), e), o), q), r), s), t), u), v) y w) del ciclo formativo (recogidos en el mencionado art.9)

Dichos **objetivos** son:

d) Comparar y evaluar pedidos de clientes a través de los diferentes canales de comercialización, atendiendo y satisfaciendo sus necesidades de productos y/o servicios, para realizar la venta de productos y/o servicios.

e) Identificar los procesos de seguimiento y post venta, atendiendo y resolviendo, las reclamaciones presentadas por los clientes, para realizar la venta de productos y/o servicios.

o) Determinar las características diferenciadoras de cada subsector comercial, ofertando los productos y/o servicios mediante técnicas de marketing apropiadas para realizar ventas especializadas de productos y/o servicios.

q) Analizar y utilizar los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación para aprender y actualizar sus conocimientos, reconociendo las posibilidades de mejora profesional y personal, para adaptarse a diferentes situaciones profesionales y laborales.

r) Desarrollar trabajos en equipo y valorar su organización, participando con tolerancia y respeto, y tomar decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía.

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

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

u) Analizar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional, relacionándolos con las causas que los producen, a fin de fundamentar las medidas preventivas que se van adoptar, y aplicar los protocolos correspondientes para evitar daños en uno mismo, en las demás personas, en el entorno y en el medio ambiente.

v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todos».

w) Aplicar y analizar las técnicas necesarias para mejorar los procedimientos de calidad del trabajo en el proceso de aprendizaje y del sector productivo de referencia.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las **competencias profesionales, personales y sociales** de este título que se relacionan a continuación:

c) Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los distintos canales de comercialización, utilizando las técnicas de venta adecuadas a la tipología del cliente y a los criterios establecidos por la empresa.

k) Realizar ventas especializadas de productos y/o servicios, adaptando el argumentario de ventas a las características peculiares de cada caso para cumplir con los objetivos comerciales definidos por la dirección comercial.

m) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.

n) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.

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

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

p) Aplicar los protocolos y las medidas preventivas de riesgos laborales y protección ambiental durante el proceso productivo, para evitar daños en las personas y en el entorno laboral y ambiental.

q) Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de «diseño para todos» en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

La correspondencia de las **unidades de competencia** acreditadas de acuerdo con lo establecido en el artículo 8 de la Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, con los módulos profesionales para su convalidación determina para el presente módulo la siguiente:

UC1420_2: Realizar la venta y difusión de productos inmobiliarios a través de distintos canales de comercialización.

UC0240_2: Realizar las operaciones auxiliares a la venta.

3.-Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos.

RA1 Elabora ofertas comerciales de productos industriales y del sector primario, adaptando los argumentos de venta a los distintos tipos de clientes (minoristas, mayoristas e institucionales).

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se han realizado búsquedas de fuentes de información de clientes industriales y mayoristas. b) Se han elaborado argumentarios de ventas centrados en la variable producto, tales como atributos físicos, composición, utilidades y aplicaciones de dichos productos. c) Se han realizado propuestas de ofertas de productos a un cliente institucional, industrial o mayorista. d) Se han destacado las ventajas de nuevos materiales, componentes e ingredientes de los productos ofertados. e) Se han seleccionado subvariables de producto, tales como el envase, el etiquetado, la certificación y la seguridad, como herramientas de marketing para potenciar los beneficios del producto ofertado. f) Se ha identificado la relación entre la empresa vendedora y el sector financiero en la venta de productos industriales	Elaboración de ofertas comerciales de productos industriales: - Técnicas de venta aplicadas al cliente industrial. - Diferencias entre el marketing industrial y el de consumo masivo. - Alta segmentación y especialización, procedimientos para dar imagen seria de la empresa y visión amplia del producto, soluciones a la medida del comprador, entre otros. - Agentes comerciales. Fomento del encuentro comprador-vendedor. - Perfil profesional. Alta especialización, dominio del lenguaje técnico, documentación adecuada, asesoramiento técnico eficaz, entre otros. Venta relacional. - Tipología del comprador industrial. Comprador activo, pasivo y colaborativo. - Materiales, composición e ingredientes. Proveedores de confianza, calidad demostrable, entre otros. El contrato de suministro. - Subvariables de producto. - El envase y el embalaje como argumento de ventas. Envoltura retráctil, sellado hermético, envasado al vacío, bandeja recerrable, blíster, precintado, entre otras. - La certificación como herramienta de marketing. Certificados de calidad, medioambientales y de control de riesgos laborales, entre otros. - La seguridad del producto como parámetro para mantener la confianza del cliente industrial. Información adecuada para evitar riesgos en la manipulación. Controles de seguridad. Marco legal de la actividad industrial. - Facilitadores. Aseguradoras y entidades financieras. Financiación de productos.

	Pagos a plazos, instrumentos de arrendamiento financiero, leasing, créditos internacionales, fondos de capital privado, entre otras

RA2 Confecciona ofertas comerciales de servicios, adaptando los argumentos de venta a las características específicas del servicio propuesto y a las necesidades de cada cliente.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS: Confección de ofertas comerciales de servicios
a) Se han estructurado y jerarquizado los objetivos de las ofertas de servicios entre logros económicos y sociales, si los hubiera. b) Se han identificado características intrínsecas de los servicios, como son caducidad inmediata, demanda concentrada puntualmente, intangibilidad, inseparabilidad y heterogeneidad. c) Se han analizado estrategias para superar las dificultades que conlleva la aceptación de una oferta de prestación de servicios. d) Se han confeccionado argumentos de ventas de servicios públicos y privados. e) Se han elaborado propuestas para captar clientes que contraten prestaciones de servicios a largo plazo. f) Se ha encuestado a los clientes para conocer su grado de comprensión y aceptación del servicio ofrecido. g) Se ha medido la efectividad de las encuestas una vez aplicadas por la organización	- Tipología de servicios. Clasificación según su naturaleza, el tipo de comprador y de vendedor, el grado de utilización de mano de obra, el grado de contacto con el usuario, de intangibilidad, entre otras. - Objetivos en la prestación de servicios. Objetivos sociales y económicos. - Planificación de los servicios según las necesidades de los usuarios. - Características inherentes a los servicios. Intangibilidad y ausencia de propiedad, inseparabilidad, heterogeneidad y caducidad. - La intangibilidad. Imposibilidad de almacenarlos, de patentarlos, dificultad para comunicarlos y fijar sus precios. - Las propuestas para contrarrestar este factor. Pruebas materiales, pistas tangibles, fuentes personales de información, entre otras.. - La inseparabilidad. Participación del cliente en la producción del servicio. - Modos de superarla. Capacitación del prestador del servicio, administración de los consumidores, entre otros. - La heterogeneidad y la lucha en la empresa por reducirla. La personalización y la estandarización. - La caducidad inmediata y las soluciones para evitar la pérdida total. Precios creativos, reservas, servicios complementarios, entre otras. - La concentración de la demanda en periodos puntuales y estrategias para combatirla. Diversificación, empleos discontinuos, precios diferenciados por temporadas, entre otras.

	- Sistemas de control de satisfacción de los usuarios en la ejecución de la oferta de servicios.

RA3. Realiza actividades propias de la venta de productos tecnológicos, aplicando técnicas de venta adecuadas y recopilando información actualizada de la evolución y tendencias del mercado de este tipo de bienes.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS: Realización de actividades propias de la venta de productos tecnológicos
a) Se han analizado carteras de productos/servicios tecnológicos ofertados en los distintos canales de comercialización. b) Se han obtenido datos del mercado a través de la información y sugerencias recibidas de los clientes. c) Se ha organizado la información obtenida sobre innovaciones del mercado, centrándose en las utilidades de productos, nuevos usos, fácil manejo, accesorios, complementos y compatibilidades. d) Se ha argumentado la posibilidad de introducir nuevos productos y/o servicios, modificaciones o variantes de modelos que complementen la cartera de productos, ajustándose a las nuevas modas y tendencias. e) Se han proporcionado datos al superior inmediato sobre la existencia de segmentos de clientes comercialmente rentables, proponiendo nuevas líneas de negocio, fomentando el espíritu emprendedor en la empresa. f) Se han elaborado ofertas de productos tecnológicos, utilizando herramientas informáticas de presentación. g) Se han detectado áreas de mejora en grupos de clientes poco satisfechos, que pueden ser cubiertos con la oferta de un producto/servicio que se adapte mejor a sus necesidades. h) Se ha analizado la importancia de la flexibilidad y la rápida adaptación en los mercados tecnológicos como factor estratégico	- El espíritu emprendedor en la búsqueda de nuevos nichos de mercado. Las empresas de base tecnológica. La innovación y el lanzamiento de nuevos productos. - Mercados de bienes tecnológicos. Electrónica de consumo, fotografía, PAE, gama blanca, gama marrón, tecnologías de la información, telecomunicaciones, industria del ocio, entre otros. - El proceso de venta de productos tecnológicos. - Prospección. Recogiendo información del mercado. El cliente prescriptor como punta de lanza en el mercado. Análisis del fenómeno de la moda y las tendencias. Previsión. - Venta. Agrupación de funciones, nuevos usos y utilidades, novedades en el manejo, desarrollo de accesorios y complementos, y compatibilidades en sistemas y productos. Catálogos y manuales de instrucciones. Elaboración de presentaciones de novedades. - Postventa. Servicio al cliente. Gestión de clientes poco satisfechos y sugerencias de mejora. - Flexibilidad de la empresa para adaptarse a entornos cambiantes. La venta online. Formación.

RA4. Desarrolla actividades relacionadas con la venta de productos de alta gama, aplicando técnicas que garanticen la transmisión de la imagen de marca de calidad y reputación elevada.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS: Desarrollo de actividades relacionadas con la venta de productos de alta gama
a) Se han establecido las causas que determinan la consideración de un producto como de alta gama, tales como precio, características innovadoras y calidad entre otras. b) Se ha determinado el procedimiento de transmisión de una imagen de alto posicionamiento a través del lenguaje verbal y no verbal, la imagen personal y el trato al cliente. c) Se han analizado características específicas del merchandising y la ambientación del punto de venta de los productos de alta gama. d) Se ha revisado la seguridad de la mercancía con sistemas antihurto, comprobando la concordancia etiqueta-producto y el funcionamiento de las cámaras de video vigilancia. e) Se han analizado las pautas de actuación establecidas por la organización al detectar un hurto. f) Se ha confeccionado un argumentario de ventas centrado en la variable comunicación, tales como imagen de marca, origen, personalidad, reconocimiento social, pertenencia a un grupo o clase y exclusiva cartera de clientes. g) Se han seleccionado los argumentos adecuados en operaciones de venta de productos de alto posicionamiento. h) Se ha realizado el empaquetado y/o embalaje del producto con rapidez y eficiencia, utilizando distintas técnicas acordes con los parámetros estéticos de la imagen corporativa. i) Se ha realizado el etiquetaje de productos de alto valor monetario, siguiendo la normativa aplicable en cada caso.	- El producto de alta gama. - Definición y características propias, precio, innovación, calidad, exclusividad, servicios asociados, imagen internacional, entre otras. - La distribución selectiva. Sectores de alta gama, vehículos, joyería, peletería, moda, complementos, entre otros. - Producto. Los objetos exclusivos, las series limitadas y los modelos de autor. - El análisis de marca. Branding y lujo. - El cliente que busca la marca. - Imagen de marca e imagen personal. Marca de lujo y estilo de vida. - La comunicación del posicionamiento. - Publicidad. El mensaje del lujo. La utilización de caras conocidas en la publicidad. - El Punto de venta. Características y ambientación. Merchandising del lujo y etiquetado. Sistemas de alarma para productos. Políticas antihurto. - La venta de productos de lujo. - Comunicación verbal. Comunicación no verbal, imagen personal del vendedor o vendedora. - El trato al cliente de alto standing. - Técnicas de empaquetado. - El servicio postventa.

RA5. Prepara diferentes acciones promocionales de bienes inmuebles, aplicando técnicas de comunicación adaptadas al sector.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS: Preparación de acciones promocionales de bienes inmuebles
a) Se han elaborado mensajes publicitarios con la información de los inmuebles que se ofertan. b) Se han comparado las ventajas e inconvenientes de los distintos soportes de difusión. c) Se ha gestionado la difusión del material promocional utilizando diversos medios de comunicación. d) Se han seleccionado las fuentes de información disponibles para la captación de potenciales demandantes-clientes de inmuebles en venta o alquiler. e) Se han determinado las necesidades y posibilidades económico-financieras de los potenciales demandantes-clientes, aplicando los instrumentos de medida previstos por la organización. f) Se han registrado los datos del posible cliente, cumpliendo con los criterios de confidencialidad y con la normativa sobre protección de datos. g) Se han realizado estudios comparativos para seleccionar el elemento de nuestra cartera de inmuebles que mejor se ajuste a las expectativas y posibilidades económicas del cliente.	- La figura de agente comercial y de asesor o asesora comercial inmobiliario. Concepto y funciones. Otros conceptos. Promotor inmobiliario y constructor. - La promoción de inmuebles. - Medios y canales. Publicidad estática, cartel de agencia, inserciones en prensa, folletos, revistas, internet, entre otros. La importancia del escaparate de la agencia. - Diseño de mensajes publicitarios. - Comercialización de inmuebles. Presencial, por teléfono y por ordenador. Ventajas y desventajas. Costes. - La capacidad de compra o alquiler de los potenciales clientes. Calificación de los clientes potenciales. - Legislación vigente en materia de protección de datos. - Protección al consumidor en operaciones de compraventa y alquiler de inmuebles. Texto refundido de la ley de consumidores y usuarios. RD sobre la información a suministrar en la compraventa y arrendamiento de inmuebles. - Política de confidencialidad de datos de la organización. - La cartera de inmuebles. Clasificación por filtros. Zona, precio, estado de habitabilidad y características. Clasificación según su categoría de preferencia comercial.

RA6. Desarrolla actividades relacionadas con el proceso de venta de inmuebles, cumplimentando los documentos generados en este tipo de operaciones.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS: Desarrollo de actividades relacionadas con el proceso de venta de inmuebles
a) Se han seleccionado los inmuebles más en consonancia con las necesidades y deseos de los potenciales clientes, presentando la información en forma de dossier. b) Se ha informado de forma clara y efectiva a los clientes de las características y precios de los inmuebles previamente seleccionados. c) Se han seleccionado los parámetros esenciales en las visitas a los inmuebles que más se ajustan a los intereses de los potenciales clientes. d) Se han transmitido a los posibles clientes del producto inmobiliario las condiciones de la intermediación de la operación. e) Se han programado procesos de negociación comercial para alcanzar el cierre de la operación comercial. f) Se han cumplimentado hojas de visita, precontratos, contratos y documentación anexa. g) Se ha realizado el seguimiento de las operaciones a través de un sistema de comunicación continua capaz de planificar nuevas visitas y de registrar las variaciones en los datos de la oferta.	- Tipos de inmuebles. Vivienda libre, de protección oficial y cooperativas de viviendas. - Normativa reguladora de las operaciones inmobiliarias. - LAU. Ley de arrendamientos urbanos. - Normativa autonómica y estatal sobre VPO, entre otras normativas. - Presentación, visita y demostración del producto inmobiliario. - La visita a los inmuebles en cartera. - Documento de visita. - Documento de reserva de compra o alquiler. - Escritura pública de la operación. Nota simple y certificado registral. Contenido de la escritura. Registro de la propiedad. - Gastos de formalización de contrato. Notaría, registro, gestoría, entre otros. - Obligaciones, desgravaciones y bonificaciones fiscales. - Obligaciones fiscales en la compra. IVA, ITP y AJD y plusvalía municipal. - IRPF. Desgravaciones por compra o arrendamiento. - Ayudas al alquiler. - Ayudas para VPO. - Garantías reales y personales. Hipoteca, avalista, fianzas, y otras.

RA7. Desarrolla actividades de telemarketing en situaciones de venta telefónica, captación y fidelización de clientes y atención personalizada, aplicando las técnicas adecuadas en cada caso.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS: Desarrollo de actividades de telemarketing
a) Se han analizado las diversas funciones que cumple esta herramienta de comunicación comercial en la empresa.	- Concepto de telemarketing. Objetivos, características y funciones. CRM operacional.

b) Se han identificado los distintos sectores donde se ha desarrollado el telemarketing. c) Se ha analizado el perfil que debe tener un buen teleoperador. d) Se han caracterizado las técnicas de atención personalizada, captación y fidelización del cliente a través del telemarketing. e) Se han identificado las distintas etapas del proceso de venta telefónica. f) Se han elaborado guiones para la realización de llamadas de ventas. g) Se han previsto las objeciones que pueden plantear los clientes y la forma de afrontarlas con éxito. h) Se han realizado simulaciones de operaciones de telemarketing en casos de captación, retención o recuperación de clientes.	- Evolución hasta el BPO (Business Process Outsourcing). Influencia del desarrollo de las TIC. Externalización de campañas de telemarketing. Nearshore y offshoring. - Ventajas y factores de éxito del telemarketing. Adaptabilidad, potencial para incrementar las ventas a distancia, instantaneidad, disponibilidad, rentabilidad, entre otros. - Sectores económicos de desarrollo del telemarketing. Telecomunicaciones, servicios financieros, tecnología, informática, administraciones públicas, entre otros. - El profesigramo del teleoperador. Conocimientos, habilidades, escucha activa, entre otros. - Técnicas de atención personalizada, captación y fidelización de clientes. - Pautas para la excelencia en la comunicación telefónica. Reglas de cortesía telefónica, recursos esenciales, lenguaje, voz, sonrisa telefónica, entre otros. - Tipología de interlocutores. Interlocutor desconfiado, impulsivo, específico, indeciso, versátil, inmovilista, ególatra, entre otros. - Aplicaciones del uso del teléfono en operaciones comerciales. Emisión de llamadas. Televenta, fidelización de clientes, marketing one to one, entre otras. Recepción. Atención al cliente, asesoramiento, entre otras. - Investigación comercial por teléfono. Búsqueda de clientes potenciales, sondeos de aceptación o rechazo de productos, marcas o empresas, encuestas de opinión, entre otros. - El proceso de la venta telefónica. Identificación del Público objetivo. Preparación, toma de contacto, reconocimiento de necesidades, gestión/argumentación, tratamiento de objeciones, cierre y despedida. Postventa. - Las ratios en la medición de la excelencia, calidad y eficiencia del servicio en las

	actuaciones de telemarketing. Criterios de valoración cuantitativos y cualitativos. Herramientas estadísticas, encuestas de satisfacción, entre otras.

Temporalización de los Resultados de Aprendizaje.

RESULTADO DE APRENDIZAJE	1T	2T
RA1 Elabora ofertas comerciales de productos industriales y del sector primario, adaptando los argumentos de venta a los distintos tipos de clientes (minoristas, mayoristas e institucionales).	X	
RA2 Confecciona ofertas comerciales de servicios, adaptando los argumentos de venta a las características específicas del servicio propuesto y a las necesidades de cada cliente..	X	
RA3. Realiza actividades propias de la venta de productos tecnológicos, aplicando técnicas de venta adecuadas y recopilando información actualizada de la evolución y tendencias del mercado de este tipo de bienes.	X	
RA4. Desarrolla actividades relacionadas con la venta de productos de alta gama, aplicando técnicas que garanticen la transmisión de la imagen de marca de calidad y reputación elevada.	X	
RA5. Prepara diferentes acciones promocionales de bienes inmuebles, aplicando técnicas de comunicación adaptadas al sector.	X	
RA6. Desarrolla actividades relacionadas con el proceso de venta de inmuebles, cumplimentando los documentos generados en este tipo de operaciones.		X
RA7. Desarrolla actividades de telemarketing en situaciones de venta telefónica, captación y fidelización de clientes y atención personalizada, aplicando las técnicas adecuadas en cada caso.		X

4.- Metodología.

Orientaciones pedagógicas

Las **actividades profesionales asociadas** a esta función se aplican en:

- Las actividades de supervisión de mercancía de elevado precio en el establecimiento comercial.
- el trabajo en un equipo de ventas y la comunicación a superiores jerárquicos sobre nichos de mercados, sugerencias de diversificación hacia nuevos productos y demandas de los clientes.
- La promoción de venta al por menor de productos y servicios tecnológicos.
- Los procesos de venta al por mayor en establecimiento y fuera de establecimiento al cliente particular, comercial o industrial.
- Las operaciones de promoción de inmuebles en venta o alquiler.
- Las actividades de telemarketing dirigidas a la investigación de mercados, promoción, atención al cliente, venta, retención, recuperación y fidelización del cliente.

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

- Etiquetado de productos.
- Alarmado de productos.
- Empaquetado y embalaje.
- Confección de informes comerciales.
- Análisis de informes de vendedor con las peticiones de los clientes.
- Presentación de novedades al equipo de ventas.
- Confección de argumentarios de venta técnica.
- Simulación de operaciones de venta y grabaciones en vídeo.
- Telemarketing.

Se establecerán **estrategias didácticas** de tipo expositivo y de investigación. Para establecerlas, es útil conocer los tipos de aprendizaje según el autor David. P. Ausubel:

- Receptivo. Por explicación del profesor, material impreso, medios audiovisuales.
- Por descubrimiento. Descubre el material por sí mismo: guiado por el profesor o de forma autónoma.

- Memorístico. Memorización de datos, hechos, conceptos, aprendizaje mecánico.
- Significativo. Relaciona los conceptos nuevos con los poseídos, con la experiencia y modifica esquemas conceptuales.

Métodos didácticos:

Aplicación combinada de los siguientes métodos didácticos para el desarrollo de las sesiones formativas:

- **Método constructivista del aprendizaje**, de forma que el alumnado sea partícipe del proceso y partiendo de sus conocimientos previos, la investigación personal y/o profesional, el contacto con la realidad de su entorno y las experiencias del grupo clase, puedan plantearse cuestiones de investigación centrándose en el interés del alumnado y que estos se conviertan en participantes totalmente activos de su propia formación. ¿Cómo lo haremos? Gracias a la evaluación inicial del curso y la valoración al final de la unidad de lo que van aprendiendo los alumnos por parte del profesor, poniendo de manifiesto los conocimientos y experiencias previas de los alumnos gracias a la puesta en común mediante actividades, casos prácticos introductorios, vídeos o documentales. Posteriormente se llevarán a cabo tareas de investigación relacionadas con los aspectos que se hayan puesto de manifiesto en la puesta en común, siendo mi labor como profesor orientarlos hacia aquellos aspectos necesarios para la adquisición de las competencias. Durante todas las sesiones el alumnado podrá realizar aportaciones que sirvan para enriquecer el desarrollo de estas y que servirán para profundizar en la unidad, en aspectos concretos de la misma o en su aplicación en el ámbito profesional específico o del entorno. Por ello siempre se hará referencia a los aspectos que ya conocen o hayan trabajado. El objetivo es que el proceso de aprendizaje tenga significado para los alumnos y en todo momento sientan que lo que aprenden les sirve realmente en el entorno donde quieren desarrollarse profesionalmente (aprendizaje significativo).
- **Método de trabajo en grupo**, donde el aprendizaje colaborativo está presente en todo momento. Este método cobra mucha importancia en este módulo donde el alumnado tiene que aprender a dirigir y a formar parte de un grupo de marketing en el ámbito comercial. ¿Cómo lo haremos? Por medio de trabajos con grupos permanentes y esporádicos de carácter heterogéneo, fomentando la interacción entre profesor-alumnos, entre alumnos del mismo grupo, pero también entre alumnos de otros cursos y ciclos, así como con el resto de la comunidad educativa. Para ello se le facilitará herramientas para poder llevar a cabo sus objetivos de forma óptima y favoreciendo las habilidades sociales y emocionales.

Se destaca la configuración de entre grupos heterogéneos de manera que los alumnos puedan aprender unos de otros, fomentando la tutorización entre iguales o la tutorización entre expertos en el caso de que encontremos alumnos especialmente hábiles o conocedores de ciertas disciplinas, tal y como puede ocurrir en un entorno de trabajo real.

Buena parte de los métodos de trabajo serán en grupo, sin embargo, también se trabajará de manera individual en base a poder reconocer el esfuerzo y aprendizaje individual.

- **Método expositivo**, en el que por medio de presentaciones y explicaciones se pueda ayudar al alumnado al inicio de cada acto didáctico sobre los objetivos a alcanzar, conjuntamente con los contenidos específicos a tratar. Igualmente, este método me permitirá resumir y reforzar los puntos esenciales de cada módulo, unidad didáctica o contenidos tratados en el día a día. Muy útil también la resolución de dudas.

Este método expositivo siempre irá acompañado de pequeños ejercicios prácticos que ayuden y hagan participar al alumno, evitando la comunicación unidireccional y que la sesión sea sólo teórica.

Tipos de actividades

Actividades de enseñanza:

Se basan en captar la atención del alumnado en todo momento, explicando los contenidos acercándose a su entorno. Igualmente, y para conseguir autonomía en el desarrollo de sus funciones, se plantean actividades en las que tienen que realizar búsquedas o investigación para encontrar la solución a determinados casos expuestos. La puesta en común de todas las acciones que llevemos a cabo será vital.

Actividades de aprendizaje:

- Actividades de **inicio** como casos prácticos, dinámicas, debates, búsquedas, artículos o lluvias de ideas_vídeos, gamificación...
- Actividades de **desarrollo**: como las demostrativas (docencia directa o visita de expertos), las de investigación y aplicación (actividades de clase, casos prácticos, problemas, retos, trabajos prácticos)
- Actividades de **síntesis** como tipo test, resúmenes y esquemas, en algunas ocasiones los casos recopilatorios de algunos RA constituyen en sí una actividad de síntesis, así como de relación entre los contenidos de cada RA.
- Actividades **digitales**; Incorporando el uso de las TAC (tecnología aplicada al aprendizaje y el conocimiento), con la utilización de dispositivos digitales (PC). Nuestro alumnado deberá dominar perfectamente las estrategias de búsqueda de información en la red, tanto a lo largo del curso para su aprendizaje como una vez finalizado el curso en su vida laboral, ya que están en contacto directo y continuo con las nuevas tecnologías, principalmente con Internet y su uso en dispositivos, además la mayoría de las actividades evaluables serán seguidas a través de la plataforma **Classroom** del centro. Estas actividades pueden ser de inicio, desarrollo, síntesis, refuerzo o ampliación.
- Actividades de **refuerzo y ampliación**. Las actividades de refuerzo estarán centradas en aquellas capacidades que el alumnado no haya podido conseguir. Las actividades de ampliación estarán enfocadas al alumnado que ha ido

adquiriendo las capacidades necesarias durante la unidad y al que se le encomienda la investigación, profundización o resolución de tareas que lograrán enriquecer su conocimiento.

Para alcanzar los objetivos y competencias se desarrollarán las siguientes unidades:

UNIDAD	HORAS	TRIMESTRE	RA Y CE _s
<i>UT1. La venta de productos industriales.</i>	18 horas	PRIMER TRIMESTRE	1 a, b, c, d, e, f
<i>UT2. La comercialización de inmuebles. El proceso de venta de inmuebles.</i>	18 horas	PRIMER TRIMESTRE	5 a, b, c, d, e, f, g
	16 horas	PRIMER TRIMESTRE	6 a, b, c, d, e, f, g
<i>UT3. La venta de servicios: características y confección de ofertas comerciales.</i>	26 horas	PRIMER TRIMESTRE	2 a, b, c, d, e, f, g
<i>UT4. La venta de productos tecnológicos.</i>	16 horas	PRIMER TRIMESTRE	3 a, b, c, d, e, f
<i>UT5. La venta de productos de alta gama.</i>	17 horas	SEGUNDO TRIMESTRE	4 a, b, c, d, e, f, g, h, i
<i>UT6. Telemarketing.</i>	16 horas	SEGUNDO TRIMESTRE	7 a, b, c, d, e, f, g, h
TOTAL, HORAS	126 horas		

Planteamiento metodológico y actividades.

Como se ha expuesto anteriormente la programación se ha organizado en 6 unidades didácticas. La duración de cada una de ellas será flexible y estará en función del grado de complejidad de los contenidos y del ritmo de aprendizaje del grupo.

La temporalización de las actividades programadas en cada unidad didáctica variará en función del tipo de actividad, agrupamiento de los alumnos y alumnas y de los recursos utilizados teniendo en cuenta que será necesario adaptar la actividad al tiempo disponible, como es el caso de alguna actividad especial; y si existe alguna salida fuera del centro, actividad que habrá que programar con tiempo.

En cualquier caso, independientemente del número de sesiones de cada unidad de trabajo, el orden metodológico general a seguir será el siguiente:

1. **Introducción** al tema en clase sobre los conceptos, la estructura y procedimientos fundamentales de la unidad didáctica.
2. **Exploración inicial** para determinar qué grado de conocimiento tienen sobre lo que se tratará en la nueva unidad, verificando los conocimientos a través de cuestionarios, debates, gamificaciones.
3. **Desarrollo** de los contenidos. Es deseable que los contenidos sean fáciles de seguir por el alumno, que estén fuertemente estructurados y escritos con un lenguaje sencillo pero preciso. Las palabras y conceptos clave de la unidad didáctica deben señalarse, explicarse y definirse. Al terminar la explicación de cada epígrafe, o aspecto destacado de la unidad didáctica, se debería potenciar la asimilación de conocimientos mediante la realización de ejercicios y actividades prácticas. La explicación del profesor se realizará de forma presencial.
4. Realización de **casos prácticos, simulaciones y actividades** sobre los temas objeto de estudio, lo más cercanos a la realidad, con un grado creciente de dificultad. Se realizarán tareas tanto en clase como en casa y se subirán a la plataforma Classroom para su evaluación. Los casos prácticos de tipo recopilatorio siempre incluyen un debate con el grupo completo y en ocasiones la presentación al resto de compañeros, a veces cuando el interés didáctico lo requiera.
5. Realización de **trabajos de investigación**, valorando la capacidad de trabajo en equipo y la exposición de resultados en público, así como ser capaces de obtener información relevante y saber utilizarla para diseñar cambios o mejoras en un entorno de trabajo de empresa.
6. **Recuperación, refuerzo y ampliación**. A lo largo de la unidad o después de las mismas para reforzar/ ampliar conocimientos.

5.- La evaluación, medios y criterios de calificación.

Dentro del marco legal de la ORDEN de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía. Se evaluará cada uno de los siguientes resultados de aprendizaje mediante las evidencias descritas en las siguientes tablas:

NOTA: el apartado “Evidencia” puede sufrir modificaciones por el carácter flexible de la programación, según vayan planteándose el curso para adaptarnos al grupo de clase.

NOTA: En el apartado “Evidencia” las entregas se refieren a casos prácticos individuales o grupales, trabajos de exposición o trabajos de investigación, las pruebas son teórica-prácticas y de carácter individual.

RA1 Elabora ofertas comerciales de productos industriales y del sector primario, adaptando los argumentos de venta a los distintos tipos de clientes (minoristas, mayoristas e institucionales). Peso anual: 14,28%		
Criterio de evaluación	Evidencia	Peso
a) Se han realizado búsquedas de fuentes de información de clientes industriales y mayoristas.	Estudio de caso 33,33% Trabajo en equipo: Fabrica del Futuro 33,33% Reflexión Individual 33,33%	16,67%
b) Se han elaborado argumentarios de ventas centrados en la variable producto, tales como atributos físicos, composición, utilidades y aplicaciones de dichos productos.		16,67%
c) Se han realizado propuestas de ofertas de productos a un cliente institucional, industrial o mayorista.		16,67%
d) Se han destacado las ventajas de nuevos materiales, componentes e ingredientes de los productos ofertados.		16,67%
e) Se han seleccionado subvariables de producto, tales como el envase, el etiquetado, la certificación y la seguridad, como herramientas de marketing para potenciar los beneficios del producto ofertado		16,67%
f) Se han identificado la relación entre la empresa vendedora y el sector financiero en la venta de productos industriales.		16,67%

RA2 Confecciona ofertas comerciales de servicios, adaptando los argumentos de venta a las características específicas del servicio propuesto y a las necesidades de cada cliente. Peso anual 14,28%		
Criterio de evaluación	Evidencia	Peso
a) Se han estructurado y jerarquizado los objetivos de las ofertas de servicios entre logros económicos y sociales, si los hubiera.	Proyecto Crucero	14,28%
b) Se han identificado características intrínsecas de los servicios, como son caducidad inmediata, demanda concentrada puntualmente, intangibilidad, inseparabilidad y heterogeneidad.		14,28%
c) Se han analizado estrategias para superar las dificultades que conlleva la aceptación de una oferta de prestación de servicios.		14,28%
d) Se ha confeccionado argumentos de ventas de servicios públicos y privados.		14,28%
e) Se han elaborado propuestas para captar clientes que contraten prestaciones de servicios a largo plazo.		14,28%
f) Se ha encuestado a los clientes para conocer su grado de comprensión y aceptación del servicio ofrecido.		14,28%
g) Se ha medido la efectividad de las encuestas una vez aplicadas por la organización		14,28%

RA3. Realiza actividades propias de la venta de productos tecnológicos, aplicando técnicas de venta adecuadas y recopilando información actualizada de la evolución y tendencias del mercado de este tipo de bienes. Peso anual 14,28%		
Criterio de evaluación	Evidencia	Peso
a) Se han estructurado y jerarquizado los objetivos de las ofertas de servicios entre logros económicos y sociales, si los hubiera.	Prueba	14,28%
b) Se han identificado características intrínsecas de los servicios, como son caducidad inmediata, demanda concentrada puntualmente, intangibilidad, inseparabilidad y heterogeneidad.		14,28%

c) Se han analizado estrategias para superar las dificultades que conlleva la aceptación de una oferta de prestación de servicios.		14,28%
d) Se han confeccionado argumentos de ventas de servicios públicos y privados.		14,28%
e) Se han elaborado propuestas para captar clientes que contraten prestaciones de servicios a largo plazo.		14,28%
f) Se ha encuestado a los clientes para conocer su grado de comprensión y aceptación del servicio ofrecido.		14,28%
g) Se ha medido la efectividad de las encuestas una vez aplicadas por la organización		14,28%

RA4. Desarrolla actividades relacionadas con la venta de productos de alta gama, aplicando técnicas que garanticen la transmisión de la imagen de marca de calidad y reputación elevada. Peso anual 14,28%

Criterio de evaluación	Evidencia	Peso
a) Se han establecido las causas que determinan la consideración de un producto como de alta gama, tales como precio, características innovadoras y calidad entre otras.	Proyecto TOP	11,11%
b) Se ha determinado el procedimiento de transmisión de una imagen de alto posicionamiento a través del lenguaje verbal y no verbal, la imagen personal y el trato al cliente.		11,11%
c) Se han analizado características específicas del merchandising y la ambientación del punto de venta de los productos de alta gama.		11,11%
d) Se ha revisado la seguridad de la mercancía con sistemas antihurto, comprobando la concordancia etiqueta-producto y el funcionamiento de las cámaras de video vigilancia.		11,11%
e) Se han analizado las pautas de actuación establecidas por la organización al detectar un hurto.		11,11%
f) Se ha confeccionado un argumentario de ventas centrado en la variable comunicación, tales como imagen de marca, origen, personalidad, reconocimiento social, pertenencia a un grupo o clase y exclusiva cartera de clientes.		11,11%

g) Se han seleccionado los argumentos adecuados en operaciones de venta de productos de alto posicionamiento.		11,11%
h) Se ha realizado el empaquetado y/o embalaje del producto con rapidez y eficiencia, utilizando distintas técnicas acordes con los parámetros estéticos de la imagen corporativa.		11,11%
i) Se ha realizado el etiquetaje de productos de alto valor monetario, siguiendo la normativa aplicable en cada caso.		11,11%

RA5. Prepara diferentes acciones promocionales de bienes inmuebles, aplicando técnicas de comunicación adaptadas al sector.n
Peso anual 14,28%

Criterio de evaluación	Evidencia	Peso
a) Se han elaborado mensajes publicitarios con la información de los inmuebles que se ofertan.	Proyecto Final: Creación de una Agencia Inmobiliaria	14,28%
b) Se han comparado las ventajas e inconvenientes de los distintos soportes de difusión.		14,28%
c) Se ha gestionado la difusión del material promocional utilizando diversos medios de comunicación.		14,28%
d) Se han seleccionado las fuentes de información disponibles para la captación de potenciales demandantes-clientes de inmuebles en venta o alquiler.		14,28%
e) Se han determinado las necesidades y posibilidades económico-financieras de los potenciales demandantes-clientes, aplicando los instrumentos de medida previstos por la organización.		14,28%
f) Se han registrado los datos del posible cliente, cumpliendo con los criterios de confidencialidad y con la normativa sobre protección de datos.		14,28%
g) Se han realizado estudios comparativos para seleccionar el elemento de nuestra cartera de inmuebles que mejor se ajuste a las expectativas y posibilidades económicas del cliente.		14,28%

RA6. Desarrolla actividades relacionadas con el proceso de venta de inmuebles, cumplimentando los documentos generados en este tipo de operaciones. Peso anual 14,28%

Criterio de evaluación	Evidencia	Peso
a) Se han seleccionado los inmuebles más en consonancia con las necesidades y deseos de los potenciales clientes, presentando la información en forma de dossier.	Proyecto Final: Creación de una Agencia Inmobiliaria	14,28%
b) Se ha informado de forma clara y efectiva a los clientes de las características y precios de los inmuebles previamente seleccionados.		14,28%
c) Se han seleccionado los parámetros esenciales en las visitas a los inmuebles que más se ajustan a los intereses de los potenciales clientes.		14,28%
d) Se han transmitido a los posibles clientes del producto inmobiliario las condiciones de la intermediación de la operación.		14,28%
e) Se han programado procesos de negociación comercial para alcanzar el cierre de la operación comercial.		14,28%
f) Se han cumplimentado hojas de visita, precontratos, contratos y documentación anexa.		14,28%
g) Se ha realizado el seguimiento de las operaciones a través de un sistema de comunicación continua capaz de planificar nuevas visitas y de registrar las variaciones en los datos de la oferta.		14,28%

RA7. Desarrolla actividades de telemarketing en situaciones de venta telefónica, captación y fidelización de clientes y atención personalizada, aplicando las técnicas adecuadas en cada caso. Peso Anual 14,28%

Criterio de evaluación	Evidencia	Peso
a) Se han analizado las diversas funciones que cumple esta herramienta de comunicación comercial en la empresa.	Prueba (50%)	12,5%
b) Se han identificado los distintos sectores donde se ha desarrollado el telemarketing.	Práctica (50%)	12,5%

c) Se ha analizado el perfil que debe tener un buen teleoperador.		12,5%
d) Se han caracterizado las técnicas de atención personalizada, captación y fidelización del cliente a través del telemarketing.		12,5%
e) Se han identificado las distintas etapas del proceso de venta telefónica.		12,5%
f) Se han elaborado guiones para la realización de llamadas de ventas.		12,5%
g) Se han previsto las objeciones que pueden plantear los clientes y la forma de afrontarlas con éxito.		12,5%
h) Se han realizado simulaciones de operaciones de telemarketing en casos de captación, retención o recuperación de clientes.		12,5%

INFORMACIÓN SOBRE EL PROCESO DE EVALUACIÓN EN LOS CICLOS FORMATIVOS DE GRADO MEDIO Y GRADO SUPERIOR.

Todos los módulos de los ciclos formativos se rigen por la **ORDEN de 29 de septiembre de 2010**, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Los porcentajes que corresponden a cada criterio de evaluación en los que se basan los exámenes prácticos así como el resto de actividades formativas, se encuentran detallados en las programaciones de los distintos módulos, disponibles en la web del centro.

Este proceso de evaluación es válido para todos los módulos profesionales impartidos por el departamento de Comercio y Marketing.

Aspectos a tener en cuenta:

A) Para superar las pruebas teórico-prácticas:

1. Se necesitará obtener como mínimo una puntuación de **5 puntos**, utilizando una **evaluación criterial para aprobar cada una de ellas**

2. Si el alumno/a no asiste y presenta documentación justificativa **oficial** (máximo 3 días lectivos tras la falta), podrá realizar de nuevo esa prueba el día fijado para la recuperación de la correspondiente evaluación. Si no superase esta prueba, podría realizar la recuperación de la misma, que se realizaría antes de la celebración de la evaluación correspondiente.

3. Las pruebas teórico-prácticas tienen carácter individual y cualquier ayuda que pudiera tener el alumno/a, ya sea de un compañero/a o a través de algún instrumento de apoyo no permitido, supondrá la retirada de la prueba y su inmediata **anulación**, teniendo que realizarla en el periodo de recuperación de junio el alumnado de primer curso y antes de realizar la evaluación previa del módulo de formación en centros de trabajo, el alumnado de segundo curso.

4. Para superar el módulo se han de aprobar todas las pruebas teórico-prácticas

5. Se abrirá un plazo de recuperación antes de cada evaluación cuando su calificación criterial sea menor de cinco y para los no presentados según tiempo y forma, y otro plazo de recuperación más adicional en el periodo de recuperación de junio en el caso de que aún no se hubieran superado alguna/s de las pruebas

B) Para superar las entregas (actividades, proyectos...):

1. Para aprobar el módulo deberán estar presentados **TODAS** en tiempo y forma y tener una **puntuación criterial mínima de 5 puntos en cada una de ellas**.

2. Deben realizarse en clase o en el taller, dentro de la organización normal de las clases. También pueden ser realizadas por el alumnado en casa y colgadas en la plataforma Moodle /Classroom dentro del plazo y forma indicadas.

3. En ningún caso, corresponde al profesor/a la tarea de recordar al alumnado que no haya presentado alguna de sus actividades, proyectos y entregas que proceda a subsanar dicha situación. Se considera que el alumnado, tiene la madurez personal y profesional suficiente como para ser conscientes de lo que no haya entregado puntualmente. El propio alumnado deberá llevar un sistema adecuado de control de esto, así como de las calificaciones obtenidas en las pruebas realizadas a lo largo del curso.

4. Se abrirá un plazo de recuperación antes de cada evaluación cuando su calificación criterial sea menor de cinco y para las no presentadas según tiempo y forma, y otro plazo de recuperación más adicional en el periodo de recuperación de junio en el caso de que aún no se hubieran superado alguna/s de las entregas.

C) Evaluación continua: de acuerdo con la **ORDEN de 29 de septiembre de 2010** en su artículo 2.2 la aplicación de la evaluación continua requiere la asistencia regular a clase y participación en las actividades programadas del ciclo formativo, aquellos alumnos/as que incumplan esto no podrán ser evaluados mediante dicha evaluación continua y tendrán que superar **TODAS las entregas, actividades, proyectos y pruebas teórico-prácticas** directamente en el periodo de recuperaciones de junio. Concretamente se ha establecido que más de un 20 % de faltas injustificadas del total de horas de un módulo supone la pérdida de la evaluación continua para dicha materia.

6.- Medidas de atención al alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo.

Aquellos alumnos que presenten problemas de aprendizaje o algún tipo de deficiencia se les garantizará el acceso a las pruebas de evaluación, proporcionándoles materiales específicos que les facilite la comprensión de los contenidos y realización de prácticas.

Las actividades estarán diseñadas para atender a todo el alumnado, si se detectara cualquier necesidad educativa se dará respuesta de inmediato según el protocolo n.e.a.e. (necesidades específicas de apoyo educativo). Así, nuestra actuación se centrará básicamente en:

- ❖ Atención a la diversidad de ritmos, aptitudes, intereses, expectativas y motivaciones del alumnado. Para dar respuesta a los distintos ritmos de aprendizaje, aptitudes, intereses, expectativas y motivaciones del alumnado al que hemos hecho referencia anteriormente y con los que nos encontramos inevitablemente en todos los cursos, estableceré dos tipos de actividades concretas, unas serán de refuerzo y otras de ampliación:
 - Si se aprecia la existencia de alumnos con un ritmo más acelerado de aprendizaje, se les propondrá **actividades de ampliación**, que generalmente consistirán en la realización de alguna investigación referente a los contenidos que se estén trabajando para motivarlos y que se impliquen en su proceso de enseñanza-aprendizaje.
 - Si se aprecia alumnos con posibles dificultades de aprendizaje (ritmo más lento) o con problemas de motivación o falta de interés, se les propondrá la realización de **actividades de refuerzo**, que los introduzca en los contenidos de la materia y les ayude a seguir el ritmo de la clase con menor dificultad, así como la selección de actividades y el desarrollo de una metodología motivadora y que despierte su interés.
- ❖ Atención a alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo. Se contemplan las siguientes medidas de atención a la diversidad para atender a este alumnado que lo necesite cuando se detecte la necesidad:

- Situarlo en primera fila o un lugar dónde pueda tener un compañero de apoyo, a no ser que el alumno progrese bien en el sitio dónde se encuentre.
- Actividades muy pautadas con instrucciones claras y concisas.
- Supervisión constante: Si la tarea es muy larga fragmentarla. Para facilitar su implicación en las tareas incrementar el número de veces que se supervisa su trabajo. Apoyo en las explicaciones y más atención en su consecución de los estándares.
- Actividades variadas con diferente nivel de dificultad con intención de desarrollarlas con el alumnado en clase. Para aquellos alumnos/as que no tienen problemas en realizar las actividades básicas propuestas para todos/as, se pueden diseñar actividades más complejas (actividades de ampliación), y, por otra parte, para aquellos/as que se ha detectado que tienen problemas para la consecución de las actividades básicas, se plantea otras más sencillas que presentan menor nivel de dificultad (actividades de refuerzo).
- Flexibilidad en los tiempos asignados a las actividades en función de las dificultades encontradas por el alumnado.
- Se podrán crear si se ve conveniente, grupos de cooperación en el que los/as alumnos/as más aventajados orientarán y ayudarán a aquellos/as compañeros/as que necesiten más tiempo y refuerzo en la ejecución de las tareas, cuando la profesora esté ocupada trabajando con el resto del grupo.

Para concluir, destacar que la planificación de esta programación y su puesta en práctica va a tener en cuenta la diversidad del alumnado y las consiguientes necesidades educativas con el fin de:

- Prevenir la aparición o evitar la consolidación de dificultades de aprendizaje.
- Facilitar el proceso de maduración y autonomía del alumnado.
- Fomentar actitudes de respeto a las diferencias individuales.

7.- Transversalidad.

Expresamente, en nuestra programación estableceremos los siguientes elementos transversales para el fomento y desarrollo de la educación en valores:

- Fomentar el emprendimiento y la innovación.

- La educación moral y cívica: fomentando actitudes de respeto hacia el compañero, otras culturas y tolerancia con otras ideas. Esto se llevará a cabo con actividades en grupo y debate.
- Igualdad entre hombres y mujeres y la diversidad sexual: al tratarse de investigación podemos hacer llegar estudios sobre ello a los alumnos/as
- Las Tics.: la creciente importancia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, conocidas como TIC, que agrupan elementos y técnicas utilizadas en el tratamiento y transmisión de información, en general informática, Internet y telecomunicaciones, con búsqueda de definiciones para términos claves, así como el uso habitual de Classroom.
- Cultura andaluza: siempre que sea posible, con especial hincapié en datos de investigación la cultura empresarial andaluza.
- Libertades individuales (raza, sexo...) al tratarse de investigación podemos hacer llegar estudios sobre ello a los alumnos/as
- Legalidad en el tratamiento de los datos, muy importante en un módulo de investigación.

Los anteriores elementos tendrán su concreción en los contenidos transversales establecidos a través de las unidades didácticas y cuyo fin será la búsqueda de la asimilación y el desarrollo de la educación en los valores seleccionados en nuestro alumnado.

8.- Materiales y recursos didácticos.

Se hace necesario tanto para el profesor como para el alumno disponer continuamente de un dispositivo informático adecuado para trabajar en la plataforma Classroom y realizar trabajos con implicación de TICS en el campo del Comercio y Marketing. En el centro existen ordenadores portátiles para poder trabajar

A modo de resumen podemos indicar los siguientes:

1. Cuaderno de clase online: los alumnos deberán reflejar en él todas las actividades que se realicen en clase y en casa, de forma ordenada y limpia, y subirlo en la plataforma Classroom en su correspondiente unidad.
 2. Recursos impresos: complementarán el trabajo diario de clase. Algunos de estos materiales son: libros, prensa, catálogos, tickets, fotocopias. Podemos señalar los apuntes en PDF subidos a la plataforma como una guía para el trabajo diario de clase, sin perder de vista la base de la programación.
 3. Encerado: la pizarra será un apoyo a las explicaciones del profesor y para las exposiciones de los alumnos, así como algunas correcciones de ejercicios. Podrá ser una aplicación del ordenador cuando haya videoconferencias.
 4. Material audiovisual y visual: actualmente es un recurso importante por la motivación y el interés que suscita en el alumno, por lo que se intentará usar regularmente alguno de los siguientes materiales: fotografías, carteles, proyector/videoproyector, vídeos, programas televisivos, fragmentos de películas, emisiones radiofónicas.
 5. Material informático: como parte fundamental de las Nuevas Tecnologías el alumno deberá manejar la herramienta de Internet para realizar diversas actividades de búsqueda de información. En general deberán usar el ordenador para trabajar en la plataforma Classroom, realizar búsquedas de información, actividades, trabajos, etc.
- En este módulo además es relevante el uso de programas informáticos asociados al marketing.

9.- Actividades complementarias y extraescolares.

A lo largo del curso se intentarán adaptar todas las posibles, realizando las charlas de especialistas o de organismos a través de videoconferencia.

No obstante, se llevarán a cabo diferentes visitas a empresas con el fin de observar en la práctica los contenidos vistos en el aula. Así mismo, se recibirán visitas de especialistas en el centro que impartirán charlas y talleres al alumnado relacionados con los contenidos del módulo.

En la siguiente tabla se recogen las planteadas a principio de curso:

Actividad	Temporización
Visitas a comercios y centros comerciales de la zona	Todo el curso
Visitas a fábricas o centros logísticos	Todo el curso
Charlas en diferentes localizaciones relacionadas con la materia	Todo el curso
Visita a departamentos de Comercio y Marketing de empresas	Todo el curso
Visita a agencias de publicidad y marketing	Todo el curso

Programación didáctica

Módulo	Formación en centros de trabajo (1237)
Ciclo	T. Actividades Comerciales
Curso	Segundo
Familia	Comercio y marketing
Profesor/a	Bautista Benítez, Cristina Fernández de la Cruz, Maria Teresa Pérez Osorio, Jose Fernando Sanchez Fontiveros, María Elena
Curso	2024/25



IES Huerta Alta



Unión Europea

Fondo Social Europeo
"El FSE invierte en tu futuro"



Índice:

1.- Introducción.

2.- Objetivos y Competencias.

3.- Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

4.- Propuesta de planificación del módulo.

5.- La evaluación, medios y criterios de calificación.

6.- Plan de seguimiento y visitas a realizar

1.- Introducción

Perfil del alumnado

El alumnado procede del mismo Alhaurín de la Torre y zonas colindantes, enclavado el IES en la Urbanización Fuensanguinea, el municipio limita con Málaga, Cártama, Torremolinos, Mijas, Benalmádena y Alhaurín el Grande.

Sobre el rendimiento académico del alumnado en los ciclos, el alumnado suele dedicar tiempo estudio muy dispar, por ello es importante tener en cuenta los resultados de las evaluaciones iniciales que llevaremos a cabo a principio de curso.

La implicación de las familias y el entorno y su efecto positivo o negativo en la repercusión académica de los alumnos/as no es muy notable para los ciclos de grado medio y prácticamente inexistente para los alumnos de grado superior debido a las edades avanzadas de estos alumnos, no obstante se mantiene tutoría con los mayores de edad y con los tutores legales de los menores de edad durante todo el curso para intentar incentivarlo.

La convivencia en el centro para los ciclos formativos es ejemplar, salvo algún caso atípico los grupos cohesionan bien y el clima es muy bueno.

El centro tiene diversidad de edades y perfiles de alumnado y está muy bien organizado en este aspecto, al ser solo los ciclos destinados al horario de tarde con exclusividad este aspecto de heterogeneidad no influye al normal desarrollo de la convivencia.

Los alumnos/as del ciclo proceden de este mismo centro educativo tras cursar bachillerato, de otros centros de Alhaurín de la Torre, Alhaurín el Grande, Málaga, Fuengirola y Marbella. También existen alumnos/as que han accedido tras cursar el grado medio de Actividades comerciales.

Contexto socio-cultural

La población de Alhaurín de la Torre la componen 45.531 habitantes, los sexos son bastante equiparados 21.153 hombres y 21.378 mujeres, siendo la edad media 39,8 años de manera que no es un núcleo urbano excesivamente envejecido, propio de una ciudad dormitorio a solo unos 16 km de la capital malagueña.

Alhaurín de la Torre es uno de los municipios con más rápido crecimiento de la Costa del Sol, gracias en gran medida a su cercanía a Málaga y a la carretera costera A7 / N-340, así como al entusiasmo de sus habitantes por modernizar su municipio. Se trata de un área progresista que ha aprovechado plenamente las oportunidades comerciales que se le han presentado y que son vitales para el desarrollo profesional de los ciclos de actividades comerciales y marketing y publicidad de nueva implantación en el centro.

Con respecto a las comunicaciones Alhaurín de la Torre es accesible de las siguientes maneras: por el desvío de la N-340 Málaga-Cádiz: la A-404 dirección a Coín, a través de la autovía Campanillas-Parque Tecnológico

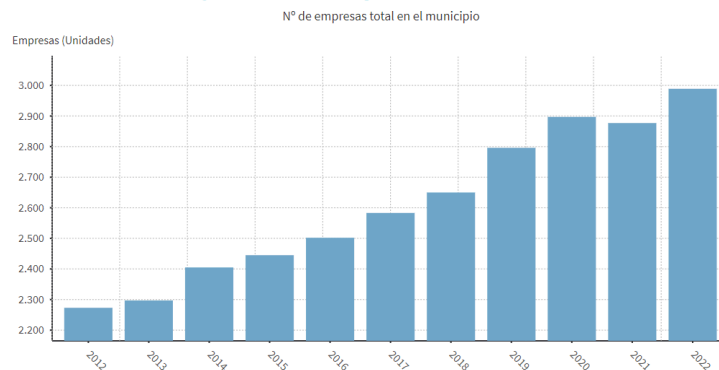
sentido Cártama: salida a Churriana. y a través de la hiperronda de Málaga (MA-30), inaugurada en noviembre de 2011 que parte desde el Enlace de las Virreinas a Torremolinos y que conecta con la circunvalación del municipio.

Con respecto al mercado de trabajo el desempleo es de 2.137 mujeres frente a 1.160 hombres, no siendo uno de los municipios dónde existe mayor desigualdad de género en este aspecto. La tasa de paro de un 14 % se sitúa por debajo del 18 % de la capital, no obstante es la quinta con mayor tasa dentro de los municipios de más de 40.000 habitantes de la provincia.

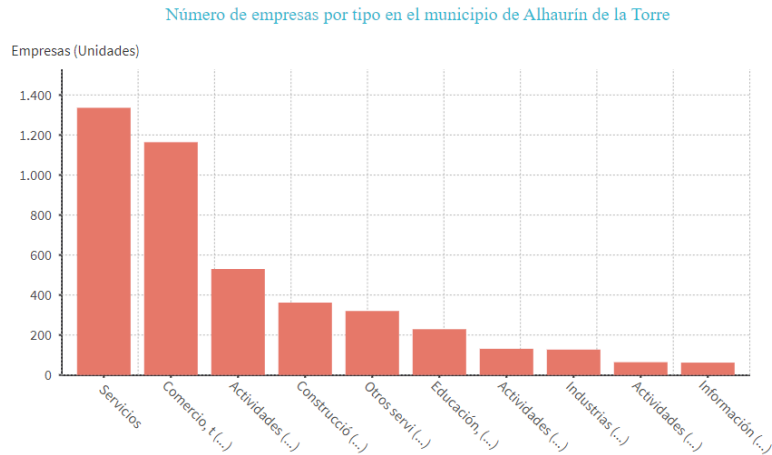
La renta bruta media del municipio ha experimentado crecimientos constantes en los últimos años de manera paralela al crecimiento de la población, siendo la mayor de la comarca del Guadalhorce.

El nivel educativo refleja bajo analafabetismo solo 390 personas según el IAE, y siendo el mayor porcentaje el de personas que tienen la enseñanza secundaria o bachillerato, no existiendo gran número de licenciados (si muchos más diplomados) equiparando las cifras de licenciados a los titulados como técnicos y técnicos superiores de formación profesional.

El número de empresas totales en el municipio ha presentado un ascenso progresivo en los últimos años rozando las 3.000 como puede observarse en el siguiente gráfico (INE).



Del total de empresas de la zona la gran mayoría se dedica a actividades relacionadas con el comercio y los servicios, siendo un dato positivo de cara a la inserción laboral de nuestros ciclos. Además se prevé la apertura en un año de un centro comercial en la localidad que desencadenará centenares de puestos de trabajo de la rama de comercio y marketing



NORMATIVA:

1. Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional
2. Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional.
3. Resolución de 26 de junio de 2024, de la Dirección General de Formación Profesional, por la que se dictan Instrucciones para regular aspectos relativos a la organización y al funcionamiento del curso 2024/2025 en la Comunidad Autónoma de Andalucía
4. Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación
5. 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.
6. Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía.
7. ORDEN de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
8. Real Decreto 39/1997, de 17 de enero por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención.
9. Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas
10. Orden de 28 de julio de 2015, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales
11. Decreto 327/2010, de 13 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria

2.- Objetivos y Competencias

La **competencia general de este título** consiste en desarrollar actividades de distribución y comercialización de bienes y/o servicios, y en gestionar un pequeño establecimiento comercial, aplicando las normas de calidad y seguridad establecidas y respetando la legislación vigente.

Este módulo profesional contribuye a completar las competencias de este título y los objetivos generales del ciclo, tanto aquellos que se han alcanzado en el centro educativo, como los que son difíciles de conseguir en el mismo.

El módulo de “FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO” , se encuentra dentro del título de "Técnico r en ACTIVIDADES COMERCIALES” establecido por Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas, de conformidad con el Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, que define en el artículo 9 la estructura de los títulos de formación profesional y de los cursos de especialización, tomando como base el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, las directrices fijadas por la Unión Europea y otros aspectos de interés social.

3.- Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

RA1. 1. Identifica la estructura y organización de la empresa, relacionándolas con el tipo de servicio que presta

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- a) Se ha identificado la estructura organizativa de la empresa y las funciones de cada área de la misma.
- b) Se ha comparado la estructura de la empresa con las organizaciones empresariales tipo existentes en el sector.
- c) Se han identificado los elementos que constituyen la red logística de la empresa: proveedores, clientes, sistemas de producción y almacenaje, entre otros.
- d) Se han relacionado las características del servicio y el tipo de clientes con el desarrollo de la actividad empresarial.
- e) Se han identificado los procedimientos de trabajo en el desarrollo de la prestación de servicio.
- f) Se han valorado las competencias necesarias de los recursos humanos para el desarrollo óptimo de la actividad.
- g) Se ha valorado la idoneidad de los canales de difusión más frecuentes en esta actividad

RA2. Aplica hábitos éticos y laborales en el desarrollo de su actividad profesional, de acuerdo con las características del puesto de trabajo y con los procedimientos establecidos en la empresa

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- a) Se han reconocido y justificado:
 - La disponibilidad personal y temporal necesaria en el puesto de trabajo.- Las actitudes personales (puntualidad y empatía, entre otras) y profesionales (orden, limpieza y responsabilidad, entre otras) necesarias para el puesto de trabajo
 - Los requerimientos actitudinales ante la prevención de riesgos en la actividad profesional
 - Los requerimientos actitudinales referidos a la calidad en la actividad profesional
 - Las actitudes relacionadas con el propio equipo de trabajo y con las jerarquías establecidas en la empresa
 - Las actitudes relacionadas con la documentación de las actividades realizadas en el ámbito laboral
 - Las necesidades formativas para la inserción y reinserción laboral en el ámbito científico y técnico del buen hacer del profesional.
- b) Se han identificado las normas de prevención de riesgos laborales y los aspectos fundamentales de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales de aplicación en la actividad profesional.

- c) Se han puesto en marcha los equipos de protección individual según los riesgos de la actividad profesional y las normas de la empresa.
- d) Se ha mantenido una actitud de respeto al medio ambiente en las actividades desarrolladas.
- e) Se ha mantenido organizado, limpio y libre de obstáculos el puesto de trabajo o el área correspondiente al desarrollo de la actividad.
- f) Se ha responsabilizado del trabajo asignado, interpretando y cumpliendo las instrucciones recibidas.
- g) Se ha establecido una comunicación eficaz con la persona responsable en cada situación y con los miembros del equipo.
- h) Se ha coordinado con el resto del equipo, comunicando las incidencias relevantes que se presenten.
- i) Se ha valorado la importancia de su actividad y la necesidad de adaptación a los cambios de tareas.
- j) Se ha responsabilizado de la aplicación de las normas y procedimientos en el desarrollo de su trabajo.

RA3. Participa en la gestión económica y de tesorería del pequeño comercio, realizando tareas administrativas, contables y fiscales con los medios informáticos utilizados en la empresa comercial

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- a) Se han identificado las principales variables económicas y financieras en las que se basa la empresa comercial.
- b) Se ha valorado la información de posibles ayudas, subvenciones, servicios bancarios y formas de financiación para el funcionamiento del establecimiento comercial.
- c) Se han determinado las variables que intervienen en el sistema de fijación de precios que asegure la rentabilidad y sostenibilidad de la empresa en el tiempo.
- d) Se han realizado tareas de gestión administrativa y contable de la empresa, mediante el uso de aplicaciones informáticas específicas.
- e) Se han seguido pautas de actuación con clientes, definidas en el plan de calidad de la empresa comercial.
- f) Se han actualizado las bases de datos de clientes de la empresa, garantizando la normativa de protección de datos.
- g) Se han determinado los elementos que componen el mercado, el entorno y el comportamiento del consumidor en el ámbito de la empresa comercial.
- h) Se han utilizado aplicaciones informáticas para la obtención, tratamiento, análisis y archivo de información requerida en el sistema de información de marketing (SIM).

RA4. Realiza tareas de aprovisionamiento y expedición de mercaderías, utilizando el terminal punto de venta y demás medios informáticos
CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- a) Se han realizado previsiones de compra de mercaderías, mediante hojas de cálculo u otro software apropiado, con suficiente antelación para asegurar el abastecimiento de la tienda.
- b) Se han valorado distintas ofertas de proveedores que determinen la más ventajosa para la tienda, estableciendo en su caso un proceso de comunicación y negociación.
- c) Se ha tramitado la documentación generada en el proceso de abastecimiento de mercaderías.
- d) Se han verificado la recepción de pedidos, informatizándolos para facilitar su posterior gestión de stocks.
- e) Se han realizado tareas de recepción, ubicación y expedición de mercancías en el almacén, teniendo en cuenta sus características.
- f) Se han manejado aplicaciones informáticas de gestión y organización de almacenes.
- g) Se ha utilizado el terminal punto de venta para realizar la gestión de stocks del establecimiento comercial.
- h) Se ha calculado la rentabilidad de productos o servicios del surtido de la tienda, valorando la posibilidad de retirar o incluir nuevos productos o servicios.

RA5. Realiza contactos comerciales con clientes por diferentes medios, para ayudar a cumplir con los objetivos comerciales, utilizando técnicas de ventas adecuadas a cada situación
CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- a) Se han identificado las variables que determinan la estructura del mercado y de las partes intervinientes en él.
- b) Se han planificado visitas comerciales, atendiendo a las características del producto o servicio y del cliente tipo de la empresa.
- c) Se han llevado a cabo procesos de negociación comercial, utilizando las técnicas de venta adecuadas a cada caso.
- d) Se ha cumplimentado la documentación generada en una operación de compraventa.
- e) Se ha utilizado una herramienta de gestión de relación con clientes (CRM) para registrar posibles incidencias y valorar su inclusión en procesos de fidelización.
- f) Se han realizado tareas de empaquetado y etiquetado de productos que requieran un tratamiento específico para mantener su estatus de alta gama.
- g) Se han adaptado argumentarios de venta a productos o servicios técnicos, tales como la venta de bienes del sector primario, industriales o productos inmobiliarios.
- h) Se han realizado operaciones de telemarketing para captar, fidelizar o recuperar clientes de la empresa.

RA6. Contribuye a mantener la tienda online de la empresa, actualizando el catálogo online mediante las aplicaciones informáticas necesarias

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- a) Se han realizado acciones de captación de clientes para la tienda online.
- b) Se han utilizado programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido en la página web.
- c) Se han realizado actualizaciones y tareas de mantenimiento de la página web de la tienda online.
- d) Se han realizado las tareas necesarias para que la empresa participe activamente en el entorno Web 2.0, participando en blogs, redes sociales, buscadores y chats, entre otros.
- e) Se han manejado a nivel usuario sistemas informáticos utilizados habitualmente en el comercio.
- f) Se ha utilizado la red Internet para realizar tareas relacionadas con la gestión comercial de la empresa.
- g) Se han realizado distintos materiales de comunicación, utilizando el software apropiado.
- h) Se han utilizado programas de software que automaticen las tareas comerciales, de facturación electrónica y otras tareas administrativas.

RA7. Lleva a cabo tareas de dinamización del establecimiento comercial, aplicando técnicas adecuadas y utilizando los medios disponibles

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- a) Se han dispuesto diferentes elementos del mobiliario de la tienda de forma que contribuyan a conseguir los objetivos comerciales.
- b) Se han realizado informes que mejoren la fluidez de la circulación de los clientes por el establecimiento comercial para que permanezcan más tiempo en su interior.
- c) Se han colocado las referencias en el lineal, siguiendo planogramas de implantación y reposición de productos.
- d) Se ha analizado la variación en las ventas que se producen al variar de posición los productos en el lineal.
- e) Se han elaborado elementos de cartelería para animar el establecimiento comercial mediante rotulación tradicional o con medios informáticos.
- f) Se han montado elementos decorativos en el establecimiento comercial, siguiendo criterios comerciales y de seguridad y prevención de riesgos laborales.
- g) Se han realizado escaparates acordes al momento comercial, valorando posteriormente el impacto producido en los clientes.
- h) Se han realizado acciones promocionales adecuadas a los objetivos comerciales, evaluando los resultados obtenidos.

RA8. Informa y atiende a clientes, utilizando técnicas de comunicación adecuadas que contribuyan a mejorar la imagen de la empresa

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- a) Se ha colaborado en la planificación y organización de diferentes acciones de comunicación y
- a) Se ha identificado la organización del departamento de atención al cliente de la empresa.
- b) Se han utilizado los canales de comunicación adecuados en el proceso de información al cliente.
- c) Se ha clasificado la documentación generada en el proceso de atención al cliente.
- d) Se han manejado herramientas de gestión de relaciones con clientes.
- e) Se ha identificado la tipología de clientes y usuarios habituales de la empresa.
- f) Se han aplicado técnicas de comunicación y negociación en la atención de quejas y reclamaciones.
- g) Se han cumplimentado los documentos generados en la tramitación de quejas y reclamaciones.
- h) Se han elaborado informes que recojan las principales incidencias, quejas y reclamaciones, para ser utilizados en el sistema de calidad de la empresa

4.- Propuesta de planificación del módulo:

Como norma general, el equipo encargado de la evaluación y seguimiento de estos módulos será siempre el profesorado de 2º curso de cada ciclo con atribución docente en el currículo del Ciclo Profesional. Para la distribución de tareas y de alumnado al profesorado se usará el criterio proporcional de número de horas de docencia directa en el curso implicado.

Como criterio de asignación del alumnado a los centros de trabajo se tendrá en cuenta:

- Adecuación de las características personales del alumnado al puesto de trabajo.
- Valoración del expediente académico del alumnado respecto a la priorización en la asignación de la empresa.
- Experiencia profesional previa del alumnado respecto de los módulos de competencia de los ciclos.
- La cercanía del centro de trabajo al domicilio del alumnado.

El desarrollo de este módulo, en concreto, se realizará en el siguiente tipo de empresas:

- Empresas de todo tipo de actividad económica vinculadas al comercio
- Empresas de comunicación.
- Departamentos de comunicación.
- Instituciones y entidades del sector: Cámara de Comercio, operadores logísticos, , entidades financieras y de seguros, el INE y cualquier empresa especializada del sector servicios como empresas de Merchandising, Escaparatismo, Agencias de Investigación de Mercados, Agencias de Marketing, Comunicación y Tecnología, etc.

Los resultados de aprendizaje del módulo profesional susceptibles de lograrse en estos centros de trabajo se concretan en:

- Completar los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridas en el Centro con el fin de que los alumnos alcancen mejores y más ajustados niveles de cualificación profesional.
- Posibilitar la adquisición de técnicas y capacidades que requieren instalaciones, equipamientos, organizaciones y estructuras propias de centros de producción y que por su naturaleza y características no pueden darse en los Centros educativos.
- Favorecer el conocimiento de la estructura organizativa y de las relaciones laborales de los sectores productivos relativos a los estudios que cursa el alumno/a, facilitando su transición a la vida laboral activa.
- Fomentar en los alumnos/as la autonomía, creatividad profesional y responsabilidad, para resolver cuestiones que se presentan en la realidad laboral y buscar soluciones con la necesaria independencia.
- Adaptar los conocimientos adquiridos por el alumno/a a las necesidades reales de las empresas del entorno.

5.- La evaluación, medios y criterios de calificación.

Las actividades a realizar en el centro de trabajo, de acuerdo con las limitaciones funcionales de cada empresa en cada momento, serán las establecidas en el perfil profesional antes descrito, cumpliendo siempre las siguientes características:

- Referirse a actividades reales.
- Permitir la utilización de documentación técnica real.
- Permitir la utilización de los medios e instalaciones del proceso productivo de la empresa o institución colaboradora.
- Posibilitar la integración de los alumnos/as en la estructura productiva.
- Acceder al conocimiento del sistema de relaciones laborales.
- Permitir experiencias profesionales en las distintas secciones o puestos de trabajo

Los criterios de evaluación relacionados junto con los resultados de aprendizaje expuestos en anteriores apartados de esta programación, serán observados en función a la adaptación al puesto de trabajo y la responsabilidad profesional desarrollada por el alumnado, que ha de demostrar una actitud de superación y respeto. En concreto, por la capacidad de autonomía requerida en el perfil profesional y la consecución de los resultados de aprendizaje antes referidos del presente módulo

Para la calificación final, los dos tutores, docente y laboral realizarán una evaluación conjunta, que tendrá carácter continuo, con el resultado final definitivo de APTO o NO APTO.

6.- Plan de seguimiento y visitas a realizar

El seguimiento del módulo de FCT se realizará de acuerdo a las jornadas de trabajo planteadas al alumnado en cada una de las empresas. De manera general y para cumplir con las 350 horas del módulo, se establece el comienzo del mismo el día 3 de marzo de 2024 y la finalización el 12 de junio del mismo año, aproximadamente.

El profesorado encargado de seguimiento de la FCT realizará:

- Visita o visitas necesarias para la firma del acuerdo de colaboración.
- Visitas de seguimiento del desarrollo del módulo.
- Visita final para la evaluación junto al tutor laboral.

La evaluación se llevará a cabo por parte del tutor laboral, día a día, en el desempeño de las actividades que se le confíen en el puesto de trabajo, y por parte del profesor tutor docente, a partir de las visitas y observaciones en el puesto de trabajo.

Para ello se determinarán un número mínimo de tres visitas durante las semanas de duración, además de los contactos de presentación y de informe de valoración conjunta entre tutor docente y tutor laboral.

Las jornadas laborales fijadas son de 7 horas diarias hasta completar un total de 410 horas.

La fecha de evaluación del módulo se plantea para el 26 de junio coincidiendo con la evaluación del ciclo.

Para poder realizar todo lo programado, los profesores desde comienzos del mes de febrero y hasta el día efectivo de comienzo del acuerdo, realizarán contactos y visitas previas con los distintos empresarios, a fin de elaborar los perfiles de los alumnos que en cada caso se elegirán, así como la concreción y firma del propio Acuerdo de colaboración, lo que implica desplazamientos hasta el domicilio fiscal de cada una de las empresas colaboradoras.

Se considera que el alumno deberá realizar la totalidad de las horas que se detallan en el programa de Formación de Centros de Trabajo en la empresa seleccionada con objeto de tener una continuidad en el proceso formativo de éste módulo.

Si por cualquier causa justificada, el alumno no pudiera realizar el total de horas del período completo, el equipo educativo valorará su caso y organizará una programación específica para él.

